Zeitschrift Kunst Medien Bildung, ISSN 2193-2980
https://zkmb.de/tag/mediennutzung/, 6. November 2026

Mikro-Kommunikation. Überlegungen zu einer Medienästhetik von WhatsApp

Von Oliver Ruf

Zusammenfassung

Die Kommunikation der Gegenwart ist dominant digital geleitet. Die Benutzung der Zeichen ist hier an mediale Artefakte gebunden, denen dabei das Kriterium des Mikroformatischen sowohl im Hinblick auf ihre Objektivationen als auch in Hinsicht auf ihre Inhalte zukommt. Der Beitrag nimmt diese Beobachtung zum Ausgang, um am Beispiel von WhatsApp eine Kommunikationspraktik medienästhetisch zu betrachten, die ihrerseits vehement die Gegenwärtigkeit der Kommunikation bestimmt.

„Ebenso wie die sozialen Maschinen, die man in die allgemeine Rubrik der Gemeinschaftseinrichtungen einordnen kann, wirken die technologischen Informations- und Kommunikationsmaschinen mitten in der menschlichen Subjektivität, nicht nur innerhalb ihrer Erinnerungen, ihres Verstandes, sondern auch ihrer Sensibilität, ihrer Affekte und ihrer unbewussten Fantasien.“ Félix Guattari, *Chaosmose* (1992)

Mitteilen, wahrnehmen, verkleinern

In der Debatte um die Unterscheidung medialer Artifizialitäten gemäß ihrer Funktionsweise in der Medien- und Kommunikationstheorie wird oft der Begriff der Mitteilung verwendet, um das Anliegen beteiligter Subjekte zu beschreiben, die diese senden, und den Mechanismus benutzer Objekte zu benennen, die jene vermitteln. Ein Schlüsseltext in diesem Zusammenhang stellt der im Jahre 1967 erschienene Text von Paul Watzlawick, Janet H. Beavin und Don D. Jackson *Pragmatics of Human Communication. A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes* dar *(Watzlawick et al. 2017).* In den Jahren danach, in denen meist ausgehend eines im englischsprachigen Raums auffallend häufig verwendeten Broadcasting-Begriffs die Auffassung kommunikativer Handlungen mittels technischer Medien diskutiert worden ist, kam es immer mehr zu einer Art nie enden wollender Verfolgungsjagd: Während sich die Theorie bemühte, kommunikative Abläufe in Medien-Dispositiven treffend axiomatisch zu bestimmen, war die technologische Produktion diesen Versuchen, so die eine Perspektive, in vielen Fällen stets einen Schritt voraus. Eine gegenteilige Beobachtung stellt der Befund dar, dass die Medientheorie sich oftmals geradezu visionär zur Wesenhaftigkeit der von ihr anvisierten Erscheinungen geäußert hat, allen voran – um zwei kontroverse diskursive Positionen zu nennen – diejenige in der Tradition Marshall McLuhans sowie jene in der Fluchtlinie Friedrich A. Kittlers (vgl. Heilmann & Schröter 2017; Ruf 2016). Dabei vertrete ich die Ansicht, dass seit dem Aufkommen, der Verbreitung und der dominanten Bedeutung des Internets diese Diskurse auf bemerkenswerte Weise auf einen Höhepunkt zugesteuert sind, der mit der Einführung mobiler, auf dessen Praktikabilität beruhender Medien erreicht worden ist; das Smartphone hat, so meine bereits ausführlich an anderen Stellen ausgeführte These, in diesem Zusammenhang innerhalb der menschlichen Gesellschaft eine eigene Kultur (vgl. Ruf 2018a) mit eigenen Kulturtechniken (vgl. Ruf 2014a) ausgebildet und es ist darüber nachgedacht worden, wie durch dieses Medium der menschlichen Wahrnehmung eine neue Phänomenalität zugeschrieben werden kann (vgl. Ruf 2018b; Ruf 2015a; Ruf 2015b; Ruf 2014b). Auffallend ist in diesem Kontext auch, dass damit nicht nur eine Verkleinerung der entsprechenden Medien-*Hülle* – d. h. dessen medientheoretisch abstrakt zu beschreibende *Haut* (vgl. Ruf 2014/15) – zu konstatieren ist, sondern dass explizit auch die Funktionen des Mitteilens (des Sendens und Empfangens und des Vermittelns) an Formate angeschlossen sind, die *auf* der Benutzer-Oberfläche des gehandhabten Gehäuses – auf berührungsempfindlichen Oberflächen (Touch Screens) – stattfinden, indem taktile Berührungen realisiert werden (vgl. Ruf 2018c): in programmierten Applikationen, deren Software *das Kleine von* und *der* Medien (vgl. Ruf & Schaffers 2019) auf verschiedenen Ebenen privilegiert; beispielsweise mittels Gesten des Tippens auf ausdrücklich kleinen Buttons oder mittels kleinen Wisch-Bewegungen zwecks App-Steuerung. Im Folgenden werde ich in einer analytischen Stoßrichtung ein entsprechendes Medienbeispiel betrachten, das seit über einem Jahrzehnt Kommunikationsweisen und

Kommunikationsverhalten verändert. Der leitende Gedanke meines Beitrags ist, dass WhatsApp vor der skizzierten Folie auf einer wertvollen Zuschreibung beruht, die in Form und Funktionalität artikuliert und beachtet wird. Die Zuschreibung, die ich für wertvoll halte und als eigentliche Pointe dieses Medienphänomens betrachte, ist, dass jenes auf einer frappierenden Ästhetik des Kommunikativen beruht (vgl. Graubner 1977). Ein Großteil meiner Diskussion wird darin bestehen, exemplarisch die Bedeutung eines solchen ästhetischen Anspruchs plausibel zu machen. Zunächst muss es aber darum gehen, dazu den Begriff der Kommunikation explorativ noch einmal näher zu umkreisen.

Die Sache des Kommunizierens

Die erhellende Kraft der von Watzlawick, Beavin und Jackson geäußerten Überlegungen zu Formen, Störungen und Paradoxien der menschlichen Kommunikation verdankt sich der These, dass in den modernen Gesellschaften eine ernst zu nehmende Unterscheidung zum Vorschein kommt, die eine einzelne Kommunikation von einer wechselseitigen Interaktion unterscheidet. Bekanntlich stellt Watzlawicks generell in seinem Werk die These auf, dass der Inhalt von Kommunikation nicht nur die *reinen* Worte sind, sondern dass Kommunikation jegliches Verhalten in einem gesamten Kontext bedeutet. Dieser einleuchtende Gedanke, der paralinguistische Phänomene wie Tonfall, Redetempo, Stöhnen, Glucksen und Pausensetzung sowie Körperhaltung und Körpersprache im passenden Zusammenhang einschließt, ist in eine Argumentation eingebettet, die postuliert, dass menschliches Verhalten kein Gegenteil hat, d.h. dass wir uns ständig *irgendwie* verhalten, ob bewusst oder unbewusst. Behauptet werden kann, dass wir daher allzeit kommunizieren, da jegliches Verhalten (genau so wie geäußerte Worte) Mitteilungscharakter haben (vgl. Watzlawick et al. 2017, S. 58). Selbst Schweigen hat denn auch eine Botschaft und wird geradezu unausweichlich zu einer zwischenmenschlichen Interaktion, sobald ein anderer Mensch dieses Verhalten wahrnimmt. Eine untergeordnete Rolle spiele hier ggf. die Intentionalität (dazu entgegengesetzt u. a. Kaspar 2016) der einzelnen Handlungen und Regungen, ebenso wenig wie deren potenzielles einheitliches (erfolgreiches) Verstehen ((vgl. Watzlawick et al. 2017, S. 60). Es ist aus dieser Sicht nicht zwingend eine Politik des Verständnisses erforderlich: Kein zwangsläufiger Konsens, doch immer die vorausgesetzte Instanz des Kommunizierens schlechthin: „Man kann nicht nicht kommunizieren." (Ebd.).

Diese These will ich nun anhand von drei Aspekten etwas näher betrachten, die für meine im Anschluss zu versuchende medienästhetische Perspektive auf Mikroformate am Beispiel von WhatsApp wichtig sein wird: (i.) den Inhalts- und Beziehungsaspekt, (i-i.) den Aspekt analoger und digitaler Modalität sowie (iii.) den Aspekt der technisch vermittelten interpersonalen Kommunikation.

(Ad i.) Auch bei der Untersuchung kleiner Kommunikationsformate wie WhatsApp ist nach wie vor der Informationsgehalt auffällig, wie er in den ausgeführten Kurznachrichten als, mit Rainald Goetz gesagt, „dauernd getippte[s] Sprechen" und „Zwischentext-Formen" zum Tragen kommt (Goetz 2003, S. 185). Bei genauerem Blick sind auch hier in jeder Mitteilung der*des Sender*in Hinweise zu destillieren, die darstellen, wie die*der Empfänger*in die Mitteilung verstehen soll (vgl. Watzlawick et al. 2017, S. 61), ohne dass damit bereits etwas über das Erreichen dieser Intention gesagt wäre. Es handelt sich hier um Informationen über die Inhaltsinformation (= Metainformation, vgl. Watzlawick et al. 2017, S. 63-64), die sich auf die Beziehung zwischen Sender*in und Empfänger*in bezieht und Stellung zu dieser nimmt. Folglich enthält auch jede WhatsApp-Nachricht einen Inhalts- und Beziehungsaspekt, was umso deutlicher wird, wenn man bedenkt, dass die*der Empfänger*in oder, im Fall von Gruppen-Chats, die Empfänger*innen namentlich dargestellt werden, falls diese im Register des Smartphones, mit dem WhatsApp ausgeführt wird, hinterlegt und damit dessen Benutzer*innen potenziell bekannt sind. Es liegt also auch am Schema von Kommunikation schlechthin, wie WhatsApp-Kommunikation im Einzelnen wechselseitig wahrgenommen wird. Bekannte Sender*innen-/Empfänger*innennamen sagen jedoch noch nichts darüber aus, um welche Beziehung es sich überhaupt handelt. Die Kleinheit des Mediengeräts, das WhatsApp ermöglicht (auch bei der Nutzung eines Desktop-Computers ist ein Smartphone hierfür unabdingbar), tut das Übrige: Mobilität und Portabilität des Objekts sind hier die Voraussetzungen, in diesem Format überhaupt zu kommunizieren. Interaktion findet, so noch immer Watzlawick, Beavin und Jackson, dann statt, wenn der – ggf. permanente – Austausch von Mitteilungen einer Strukturierung unterliegt (vgl. Watzlawick et al. 2017, S. 65). Diese organisiert das Verhalten, entscheidet, welches Verhalten als *richtig* zu betrachten ist, und stellt einen wichtigen Beziehungsbestandteil der Kommunizierenden dar. Dazu offenbart sich oftmals in bestimmtem kommunikativen Verhaltensmustern die Differenzierung eines dominanten

Führer*innentypus und derjenige einer/eines Geführten bzw. mehrerer Geführter (vgl. ebd., S. 66): „Die Natur einer Beziehung ist durch die Interpunktion der Kommunikationsabläufe seitens der Partner bedingt." (ebd., S. 69f.)

(Ad ii.) Menschliche Kommunikation bedient sich häufig verschiedener Formen, um Objekte zu beschreiben und sie so zum Kommunikationsgegenstand zu machen. Äußern können sich diese analog im Sinne von Non-Verbalität (mittels Körpersprache, Vokalisierungen, Gestik, Mimik etc.). Diese Elemente haben häufig mehrere Bedeutungsmöglichkeiten, z. B. da eine Träne sowohl Schmerz oder Trauer als auch Freude bedeuten kann. Jene suggerieren einem dabei aber nicht, welche Variante nicht gemeint ist, weil sie keine Negation kennt. Daher muss von der/vom Empfänger*in einer Kommunikation eine Interpretation der Semantik vorgenommen werden. Diese analoge Modalität vermittelt entsprechend auch eine bestimmte Beziehungsebene. Digitale Ausdrucksmöglichkeiten können dagegen verbal durch einen Namen stattfinden; sie sind an Sprache gebunden und transportieren den Inhaltsaspekt einer Kommunikation. Digital zu kommunizieren, ist in diesem Verständnis nicht derart intuitiv, wie dies meist analog geschieht, sondern künstlich erzeugt. D. h. eine solche Kommunikationsweise muss erst einmal erlernt werden (vgl. ebd., S. 71). Gleichwohl können sich beide hier nur kurz zu skizzierenden Kommunikationsformen ergänzen – und der Mensch erscheint als das einzige Lebewesen, das hierzu in der Lage ist, auch wenn Probleme respektive Störungen (Informationsverluste, Missverständnisse usw.) hierfür konstitutiv sind (vgl. ebd., S. 72–74, S. 77).

Zusammenfassend:

„Menschliche Kommunikation bedient sich digitaler und analoger Modalitäten. Digitale Kommunikationen haben eine komplexe und vielseitige logische Syntax, aber eine auf dem Gebiet der Beziehungen unzulängliche Semantik. Analoge Kommunikationen dagegen besitzen dieses semantische Potenzial, ermangeln aber der für eindeutige Kommunikation erforderlichen logischen Syntax." (Watzlawick et al. 2017, S. 78)

Für WhatsApp an Relevanz gewinnt in diesem Zusammenhang die Erklärung der sogenannten zwischenmenschlichen Metakommunikationen via Beziehungsaspekte. Erkennbar wird so ein Beziehungsphänomen, das auf der Interaktion zweier Individuen beruht, die sich differenzierten Verhaltensnormen anpassen und sich somit in gewisse Beziehungsrollen fügen (= Schismogenese). Zu unterscheiden sind zwei Beziehungsformen: Zum einen die symmetrische, die die Kommunikationspartner*innen nach Gleichheit streben lässt einschließlich des Vermeidens oder Verringerns von Unterschieden (diese Beziehungsform beinhaltet also spiegelbildliche Rollen der Kommunikationspartner*innen), zum anderen die komplementäre, deren Sinn es ist, dass sich die Kommunizierenden wechselseitig – auf natürliche Weise und in Rückbezug auf gesellschaftliche und kulturelle Kontexte – mit ihren Unterschiedlichkeiten komplettieren (primär/superior vs. sekundär/inferior) (vgl. Watzlawick et al. 2017, S. 79). *(Ad iii.)* Nun besagt in diesem Zusammenhang die sogenannte Kanalreduktionsthese (vgl. Döring 2003; Hartmann 2004), dass eine Kommunikation, sobald sie nicht mehr face to face stattfindet, eine Reduzierung der Sinneskanäle unterläuft. Dies kann die Mitteilung, um bei diesem Begriff zu bleiben, negativ durch fehlende Inhalts- oder vor allem fehlende Metainformationen beeinflussen. Die Nachrichten scheinen dann entkontextualisiert, unpersönlicher oder – im extremsten Fall – überhaupt nicht mehr menschlich zu sein. Allerdings sind sich hier, wie sich mit Verweis auf das Modell der sozialen Informationsverarbeitung sagen ließe (vgl. Crick & Dodge 1994; Dodge 1991), die Kommunikatoren dieser Entsinnlichung bewusst und passen sich den eingeschränkten Kommunikationsfunktionen des Mediums an. Um verstärkt gegen die Nachteile der Kanalreduzierung vorzugehen, sind explizite verbale Benennungen von Gefühlen oder Analogien wie Symbole und Emoticons hilfreich. Dabei kann diese Reduzierung auch von Vorteil sein, wenn bei Textnachrichten beispielsweise das eigene Stottern oder zu schnelles Sprechen, das die/den Kommunikator*in und deren/dessen Kommunikationssituation eigentlich auszeichnen würde, nicht wahrzunehmen sind; der Inhalt der Kommunikation kann daher sogar klarer zu erkennen sein, als wenn jene von Angesicht zu Angesicht stattfinden würde. In gleicher Weise können manche Hinweisreize eher verwirrend zur Kommunikation sein, als dass sie sie unterstützen. Schließlich bleibt es eine subjektive und situationsbedingte Auslegung, ob die Reduktion des Kanals positiv oder negativ wirkt. Sicher bleibt lediglich, dass ein Informationsverlust grundsätzlich möglich ist, wobei aber auch die apperzeptive Ergänzung kompensierend wirken könnte (vgl. einmal mehr Bühler 1934).

In der Online-Kommunikation, zu der der Gebrauch von WhatsApp offensichtlich zu zählen ist, sind gemäß diesem Modell entsprechend soziale Hinweisreize (etwa Personenkenndaten wie Alter, Geschlecht, Beziehungsstatus oder Religion) nicht immer deutlich zu identifizieren bzw. werden sie oftmals verborgen oder auch verfälscht. Möglich wird dadurch die Option medialer Enthemmung, was positive sowie negative Auswirkungen haben kann. Die offene Präsentation der persönlichen Informationen kann eine vorurteilsfreiere Interaktion mit größerer Intimität begünstigen. Gleichzeitig ist aber auch ein unkontrollierter Ausdruck von

Aggression möglich. Medien werden vor dieser Folie im Hinblick auf ihre Tauglichkeit für Kommunikationsaufgaben unterscheidbar; soll eine Online-Kommunikation Erfolg haben, muss mithin das *richtige* Medium für die Interaktion ausgewählt werden. Die mediale Einschränkung, von der bereits die Rede war und die eine eindeutige Reduktion von Information bewirkt, kann in diesem Fall von einem je unterschiedlichen Mediennutzungsverhalten ausgeglichen werden. D. h. allerdings nicht, dass ein Textmessanger wie WhatsApp Gefühle zwangsläufig verbirgt. Schließlich stehen dazu neben der Benennung von Emotionen verbale wie visuelle Analogien wie Emojis, Smileys oder Wortabkürzungen zur Verfügung werden, die ihrerseits insgesamt eine Realisierung von Online-Kommunikation *als Kultur* konstituieren (vgl. Hartmann & Krotz 2018).

Die Aspekte i.-iii. sollen nachfolgend gleichsam als Fundament dienen, um WhatsApp wie angekündigt einer theoretischen Lektüre zu unterwerfen, d. h. dessen Kommunikationsoptionen medienästhetisch zu lesen und so kulturwissenschaftlich (vgl. ebd., S. 234f.) ausdrücklich als Mikroformat besser zu verstehen. Aufrecht erhalten wird dazu das Verständnis, dass auch die WhatsApp-Kommunikation mit einem „Ungewissheitsindex“ ausgestattet ist:

„Kein Satz, keine Geste, kein Zeichen, keine Mitteilung und keine Nachricht kann eindeutig entweder auf eine Wahrnehmung oder auf einen kommunikativen Anlass zugerechnet werden. Immer spielt beides eine Rolle, der *report* oder Bericht über ein Vorliegendes […], und das *command*, nämlich die Aufforderung, zuzuhören, entsprechend zu erleben und zu handeln, mitzumachen und vor allem: den Sprecher ernst zu nehmen. Und immer muss man befürchten, dass das eine nur eine Rolle spielt, weil das andere bestärkt werden soll, dass Wahrnehmungen in Anspruch genommen werden, um Kommunikation glaubwürdiger zu machen oder zumindest um es schwieriger zu machen, sie zu bestreiten, und dass man sich auf Kommunikation nicht zuletzt auch deswegen verlässt, weil man den eigenen Wahrnehmungen nicht traut.“ (Baecker 2005, S. 48f.)

Es geht bei einer Konturierung der Medienästhetik von WhatsApp nicht darum, zu zeigen, wie hier medienästhetische Wahrnehmung identisch ist mit dem, „was gezeigt oder gesagt wird“, sondern darum, darauf hinzuweisen, welche Spezifik WhatsApp in der Art und Weise „besitzt“, die „eigenen Möglichkeiten und Fähigkeiten“, die „Techniken“ und „Mittel“ zur prozessualen „Verarbeitung“ einzusetzen: „Das Wie dieser Wahrnehmung steht im Mittelpunkt dieser Medienästhetik.“ (Schnell 2000, S. 22)

Tragweiten des Mikroformatischen

WhatsApp ist als Kommunikationsmittel ein Medium, mit dem räumliche und zeitliche Distanzen überschritten werden können und indem ein Grad an Gleichzeitigkeit vorausgesetzt ist: Getrennt vom Gegenüber und gleichzeitig mit jenem in gewissem Kontakt. Wurden zu diesem Zweck vor Einführung dieser Anwendung noch Textnachrichten als SMS versendet, findet diese Umsetzung von Kommunikation in der sozialen Praxis heute in ihrer Erscheinung als Instant-Messenger dominant statt. Da es bei SMS ursprünglich noch ein Problem war, mit Begrenzungen à 160 Zeichen zu schreiben, um weitere Kosten zu verhindern, erweist sich bereits hier die Zuschreibung *mikroformatisch* als zutreffend, da die entsprechenden Mitteilungen so ‚minimalistisch’ wie möglich gehalten werden mussten. Metakommunikation konnte dabei fast ausschließlich via Smileys stattfinden, die sich deshalb auch als für diese Kommunikation kennzeichnende Attribute etablieren konnten. In einem kleinen medienhistorischen Rückblick kann gesagt werden: Mit der Einführung von WhatsApp kam es jedoch zunächst zum Aufbrechen dieser kommunikativen Einschränkung. Brian Acton und Jan Koum gründeten am 24. Februar 2009 die Firma WhatsApp. Zu Beginn konnte diese Smartphone-App lediglich den Status der jeweiligen Telefonkontakte aus dem Adressbuch anzeigen, die die App ebenfalls nutzten. Noch im selben Jahr wurde allerdings die Messaging-Funktion ohne Zeichenbegrenzung hinzugefügt und auch die Möglichkeit, per Pop-up Informationen einer eingegangenen Nachricht zu erhalten. Kurz darauf gab es schließlich auch die Möglichkeit, Bilder zu versenden.

Die Bedienbarkeit von WhatsApp ist insgesamt *einfach* und die notwendige Account-Erstellung mittels eigener Mobilnummer schnell durchführbar. Die Anwendung war als Erstes ausschließlich für Applenutzer*innen erwerbbar, dann für diejenige von Blackberrys und ab August 2010 auch für diejenigen von Android-Systemen. Kaum zwei Jahre später avancierte WhatsApp zumindest für das iPhone zu einer der beliebtesten Apps im entsprechenden Store. Mittlerweile zählen über zwei Milliarden Menschen weltweit zu deren Nutzer*innen (vgl. Statista 2020), d. h. fast ein Drittel der Weltbevölkerung. Trotz dieser enormen Verbreitung und Beliebtheit läuft die Medienrealität von WhatsApp Gefahr, gewisse moralische Ansprüche ad absurdum zu führen,

allen voran Fragen der Datensicherheit. Die Übernahme von WhatsApp durch Facebook im Februar 2014 hat diesen Umstand weiter problematisch gemacht.

Daneben lässt sich, um auf der Ebene der Medienbeschreibung zu bleiben, per WhatsApp ein 24h-Status angeben; man kann telefonieren und neben schriftlicher Kurz-, Bild- und GIF-Mitteilungen (vgl. Ruf & Matt 2017/18) Sprachnachrichten versenden, wodurch die kommunikativen Interaktionen miteinander verschaltet werden. Doch nicht nur mit einzelnen Telefonkontakten kann interagiert werden; durch die sogenannte Gruppenfunktion können nicht allein Gruppeninteraktionen mit den eigenen Telefonbuchkontakten gestartet werden. Denn durch die Einladungsfunktion innerhalb der Gruppe kann ein WhatsApp-Mitglied, sofern es den Status als Admin in der Gruppe besitzt, auch Kommunikator*innen hinzufügen, die nur dieses Mitglied eingespeichert hat. Somit sind interpersonale Kommunikation und Gruppen-Kommunikationen mit WhatsApp nicht nur möglich; sie haben dieses Format überhaupt erst etabliert.

Wie können diese Kommunikationsmöglichkeiten von WhatsApp vor dem Hintergrund des Gesagten und Beschriebenen genauer identifiziert werden? Und wie korrelieren diese mit dem Attribut des Mikroformatischen? Auf den ersten Blick ist es die primäre Aufgabe von WhatsApp, es möglich zu machen, geschriebene Nachrichten zwischen zwei oder mehreren Parteien zu versenden, wobei die Kommunikation synchron abläuft oder ablaufen kann und meistens auch soll. Dabei spielen Emojis wiederum eine entscheidende Rolle (auch deren Nichtverwenden); sie ermöglichen in der digitalen Kommunikation durch eine immer größere werdende Auswahl an visuellen Gesten, Mimiken, Darstellungen, Zeichen usw., Analogien zur besseren oder vielmehr: verbesserten, im Sinne einer mutmaßlich effektiveren Metakommunikation, zu verwenden. Insgesamt findet hier eine Interaktion statt, sobald die Nachricht von der/dem Gesprächspartner*in wahrgenommen wurde; sie muss nicht einmal gelesen werden, da das bewusste Ignorieren von Nachrichten ja etwas aussagt. Das auf der Oberfläche der Anwendung Dargestellte ist – jenseits schriftsprachlicher Zeichen – den Bedingungen der grafischen Umsetzung unterworfen. Anders gesagt: Ihre Größe ist aus dieser Sicht notwendig klein visualisiert und hervorgebracht wird damit tatsächlich eine spezifische Medienästhetik, deren Mikro-Formen einschließlich ihrer Formsprache und ihren subjektiven Transformationen auf der einen Seite ein „Außenhorizont des Verhaltens, Handelns und Kommunizierens“ und auf der anderen Seite ein „Innenhorizont des Erlebens, Empfindens und Wahrnehmens“ (Baecker 2005, S. 261) nicht nur zu-, sondern eingeschrieben bleibt.

Seit 2013 existiert für WhatsApp ferner die Push-to-Talk-Funktion, die es einem ermöglicht, durch das Drücken und Halten eines Buttons eine Sprachnachricht innerhalb der jeweiligen Chats aufzunehmen und zu versenden; zuvor war es bereits möglich, mit Smartphones außerhalb der App Memos aufzunehmen und sie innerhalb der App als Datei zu verschicken. Die Vereinfachung dieses Prozesses führte zu einer erhöhten Nutzung dieser Kommunikationsweise. Seither vermögen die Kommunikator*innen, miteinander verbal technisch zu interagieren, ohne tatsächlich miteinander zu telefonieren. Realisiert wird auf diese Weise gewissermaßen ein mobiler Anrufbeantworter. Das Ganze wird dabei jedoch erst dann zu einer Interaktion, wenn die/der Empfänger*in sich der Sprachnachricht bewusst ist; sie/er kann sich nur die Nachricht anhören, ohne direkte Einwände aussprechen zu können. Dies kann sich negativ auswirken, indem die/der Sender*in sich beispielsweise in Rage spricht und auf dieser Ebene die Pflicht zu Knappheit, Kürze und Kleinheit, wie sie die Short-Message-Kommunikation ursprünglich bedient, unterwandert. Gleichzeitig kann sich dies positiv auswirken, da die/der Sender*in in Ruhe aussprechen kann, was sie/er zu sagen hat und im Anschluss die/der Empfänger*in auf das Gesamtgehörte reagiert. Bei komplexen Gesprächsgegenständen hilft ggf. die Möglichkeit der wiederholten Anhörung.

Wird bei WhatsApp mithin der Kanal sowohl erweitert (qua Sprachnachrichten) als auch reduziert (qua technologischer Bedingung), handelt es sich aus medienästhetischer Sicht um eine sinnlich akzentuierte Kommunikationskombination: Verbale und visuelle Kommunikation werden einerseits entfaltet, andererseits miteinander verfaltet und dies in Schrift, Bild, Ton und auch Video. Über einen solchen Video-Anruf sehen und hören sich die Kommunikator*innen, sprechen miteinander, bemerken Körpersprache und Mimik, nehmen das Umfeld, den Ort, die Situation im Videoausschnitt war, können Bewegungen (Spaziergänge, Fahrten etc.) als Live-Stream begleiten. Die Beteiligten müssen lediglich auf Berührungen des Gegenübers verzichten und der Blickwinkel ist auf dem Weitwinkel der Kamera der*des Gesprächspartner*in begrenzt. Interaktion findet hier ab dem Moment statt, an dem die*der Angerufene den Video-Anruf wahrnimmt und dann entweder ignoriert, ‚wegdrückt’ oder annimmt. Auch die Kennzeichnung einer erfolgreich gesendeten Mitteilung mittels zweier grauer Pfeile sowie deren Auszeichnung als gelesene respektive gesehene Nachricht mittels blauer Einfärbung (was ihrerseits ausgeschaltet werden kann), erweisen einen solchen Grad an Handlungsoptionen. Jedes dieser Verhalten und Anzeichen teilt eine Reaktion mit und stellt Kommunikation her – weitestge-

hend sinnlich (unmittelbares Anfassen und Riechen/Schmecken sind – noch nicht möglich). WhatsApp-Kommunikation kann selbst, um es mit Luhmann auf den Punkt zu bringen (vgl. a. Luhmann 1990), nicht wahrnehmen; sie kann jedoch an demjenigen, was sie produziert, wahrgenommen werden; sie symbolisiert damit einen Gradmesser von Medienästhetisierung, der funktional abläuft und sich im Zuge dessen immer wieder entäußert. Die Konzentration auf ein zur Verfügung gestelltes Zeichenreservoir produziert Wahrnehmungen, die Kommunikation leiten.

WhatsApp bietet neben den direkten (persönlichen) Interaktionsmöglichkeiten zwei weitere Varianten an, um unpersönlich an alle Kontakte eine Mitteilung zu senden. Dabei unterscheiden sich diese in Anzeigedauer und -spektrum. Die permanente Status-Mitteilung ist auf wenige Zeichen reduziert und wird dauerhaft angezeigt; sie kann erneut als Hinweis auf das Mikroformatische von WhatsApp angesehen werden. Dazu können Smileys (mit-)verwendet werden. Allerdings ist eine mediale Einschränkung hier deutlich bemerkbar – auch da dieser Status selten gewechselt wird. Durch dessen permanente *Existenz* kann es auch geschehen, dass seine Aussage schließlich gewissermaßen verjährt, da vergessen wird, ihn zu ändern oder zu aktualisieren. Die Aussagekraft ist also je nach Pflege des Status zu einem hohen Grad unsicher. Allerdings handelt es sich dabei um die einzige WhatsApp-Funktion, die es der/ dem Empfänger*in erlaubt, für die/den Sender*in unbemerkt zu reagieren, weil kein Hinweis zurückgegeben wird, ob der Status von dem jeweiligen Kontakt gelesen wurde oder nicht. Demgegenüber ist die kurzweilige Status-Mitteilung, die 24 Stunden aufrechterhalten wird, oft von größerem Interesse für die jeweiligen Kommunikationskontakte. Hier werden Erlebnisse und Gedanken als Text, Bild oder Videomaterial (als *Stories*) geteilt, die keiner direkten Reaktion bedürfen, aber potenziell zu Antworten führen können, da man die Möglichkeit hat, unmittelbar zu kommentieren, sodass eine Interaktion wahrscheinlicher wird. Die/der Sender*in kann einsehen, wer diese Art Meldung rezipiert hat und daraus ihrer-/seinerseits Rückschlüsse ziehen. Allerdings hat dieser Status wiederum explizit eine begrenzte Fassungsmöglichkeit. Das Interesse daran, zu erfahren, ob die eigene (in miniatisierten Versatzstücken gezeigte und oft mit kleinen Andeutungen versehene) *Botschaft* mindestens abgerufen (wahrgenommen, bemerkt) worden ist, unterstreichen auch hier, wie sehr Medien nach wie vor nicht nur Botschaften übertragen, sondern eine „Wirkungskraft“ entfalten, „welche die Modalitäten unseres Denkens, Wahrnehmens, Erfahrens, Erinnerns und Kommunizierens prägt“ (Krämer 1998, S. 14).

Formatierung und Formalisierung

Festzuhalten ist, dass bei WhatsApp als Erscheinung in einer langen Reihe von Kommunikationsmedien (Kittler 1993) jene Axiome der zwischenmenschlichen Kommunikation wenigstens auszumachen sind. Auch wenn hier geschwiegen wird, wenn nicht geantwortet wird, bleibt es nicht möglich, nicht zu reagieren. Allerdings ist es je nach gewählter Funktion schwieriger, etwa den Beziehungsaspekt mit der ggf. notwendigen Komplexität an Metainformationen zu kommunizieren. Daher ist heute *für die* und *in der* Online-Kommunikation essenziell, sich nicht nur all der unterschiedlichen Kommunikationsweisen der Medien bewusst zu sein, sondern jene auch medienästhetisch bewusst zu wählen. Die Entscheidung sollte, lapidar gesagt, nach wie vor für die jeweiligen Gesprächsgegenstände und -situationen angemessen sein. Allerdings handeln Kommunikator*innen auch im Fall von WhatsApp in der Regel aus Gewohnheit und neigen denn auch dazu, einen sinnvollen Medienwechsel (etwa zur Vermeidung von Missverständnissen) im richtigen Moment zu verpassen. Bleiben bei WhatsApp analoge und digitale Modalitäten unterschiedlich ausgeprägt, stehen bestimmte Symptome ggf. im Vordergrund, wie im Fall der Videotelefonie (Held 2020) entsprechend möglich werdende Signale. Auch die Wahl eines signifikanten Profilbildes erzeugt im Übrigen Hinweis- und Nutzungsreize dieser Mikro-Kommunikation. Eine Medienästhetik, die eine Theorie der Wahrnehmung unter den Bedingungen von Medien *und* von Kommunikation installiert, versteht WhatsApp letztendlich im Licht bestimmter Konstruktionsangebote sowie von Sinn- und Sinnlichkeitsgestaltungen, die Lebenswelten und Weltsichten interessieren (vgl. kritisch Imort et al. 2009). Bei jenem medienästhetischen Imperativ, der jedwedem medialen, rezeptiven wie produktiven Medienumgang, welcher Formatierung und Inhaltlichkeit auch immer, zugesprochen worden ist (Röll 2003, S. 51), handelt es sich im Fall von WhatsApp aber nicht um eine kommunikative Einladung, als vielmehr um ein Geheiß: Den Nutzer*innen wird nahegelegt, die eigene Kommunikation (voll)ständig dem Formalisierten anheimzustellen.

Literatur

Baecker, D. (2005). Form und Formen der Kommunikation. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Bühler, K. (1934). Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache. Jena: Gustav Fischer.

Churkina, K. (2015). Wie neue Medientechnologien unser Kommunikationsverhalten verändern. Kommunikative Erreichbarkeit mittels Mobile Messaging am Beispiel WhatsApp– Freude oder Belastung? kommunikation.medien, Sonderausgabe: Change – Wandel der Leitmedien, o. S.

Crick, N. A. & Dodge, K. A. (1994). A review and reformulation of social information-processing mechanisms in children's social adjustment. Psychological Bulletin, 115, 74–101.

Dodge, K. A. (1991). Emotion and social information processing. In J. Garber & K. A. Dodge (Hrsg.), The development of emotion regulation and dysregulation (S. 159–181). Cambridge: Cambridge University Press.

Döring, N. (2003). Sozialpsychologie des Internet, Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Grippen (2. Auflage). Göttingen: Hogrefe.

Goetz, R. (2003). Abfall für alle. Roman eines Jahres. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Graubner, H. (1977). „Mittelbarkeit" und „Lebensgefühl" in Kants ‚Kritik der Urteilskraft'. Zur kommunikativen Bedeutung des Ästhetischen. In F. A. Kittler & H. Turk (Hrsg.), Urszenen. Literaturwissenschaft als Diskursanalyse und Diskurskritik (S. 53–75). Frankfurt M.: Suhrkamp.

Hartmann, T. (2004). Computervermittelte Kommunikation. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), Lehrbuch der Medienpsychologie (S. 673–693). Göttingen: Hogrefe.

Hartmann, M. & Krotz, F. (2018). Online-Kommunikation als Kultur. In W. Schweiger & K. Beck (Hrsg.), Handbuch Online-Kommunikation (S. 234–256). Wiesbaden: Springer VS.

Heilmann, T. A. & Schröter, J. (2017). Medien verstehen. Marshall McLuhans Understanding Media. Lüneburg: meso

Held, T. (2020). Face-to-Interface. Eine Kultur- und Technikgeschichte der Videotelefonie. Marburg: Büchner.

Imort, P., Müller, R. & Niesyto, H. (2009). Medienästhetik in Bildungskontexten. München: kopaed.

Kaspar, K. (2016). Whom to blame and whom to praise: Two cross-cultural studies on the appraisal of positive and negative side effects of company activities. International Journal of Cross Cultural Management, 16(3), 341–365.

Kittler, F. A. (1993). Geschichte der Kommunikationsmedien. In J. Huber & A. Martin Müller (Hrsg.), Raum und Verfahren: Interventionen (S. 169–188). Frankfurt a. M.: Stroemfeld/ Roter Stern.

Krämer, S. (1998). Medien Computer Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Luhmann, N. (1990). Die Wissenschaft der Gesellschaft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Röll, F. J. (2003). Pädagogik der Navigation. Selbstgesteuertes Lernen durch Neue Medien. München: kopaed.

Ruf, O. & Schaffers, U. (2019). Kleine Medien. Kulturtheoretische Lektüren. Würzburg: Königshausen & Neumann.

Ruf, O. (2018a). Ästhetische Mobilität oder: Smartphone-Kultur. In O. Ruf (Hrsg.), Smart- phone-Ästhetik. Zur Philosophie und Gestaltung mobiler Medien (S. 9–12). Bielefeld: transcript.

Ruf, O. (2018b). Smartphone-Theorie. Eine medienästhetische Perspektive. In O. Ruf (Hrsg.): Smartphone-Ästhetik. Zur Philosophie und Gestaltung mobiler Medien (S. 15–31). Biele- feld: transcript.

Ruf, O. (2018c). Medientaktilität. In G. Schweppenhäuser (Hrsg.), Handbuch Medienphilosophie (S. 191–199). Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Ruf, O. & Matt, M. (2017/18). Die GIF-Erzählung. Medientheorie und Gestaltungspraxis einer digitalen Bewegtbildform. Jahrbuch immersive Medien, S. 36–48.

Ruf, O. (2016). Welche Theorie sollen wir lesen? Kittler im Kanon-Spiegel. In S. Neuhaus & Schaffers (Hrsg.), Was wir lesen sollen. Kanon und literarische Wertung am Beginn des 1. Jahrhunderts (S. 79–98). Würzburg: Königshausen & Neumann.

Ruf, O. (2015a). Nietzsches Finger. Medienarchitekturen digitaler Kulturtechnik. In R. Reschke (Hrsg.), Nietzsches Architekturen des Wissens (S. 43–58). Berlin: de Gruyter.

Ruf, O. (2015b): Wischen. In H. Christians, M. Bickenbach & N. Wegmann (Hrsg.), Historisches Wörterbuch des Mediengebrauchs (S. 641–652). Köln, Wien & Weimar: Böhlau. Ruf, O. (2014/15). Haut und Design. Gestaltungs-Ästhetik. Ästhetik & Kommunikation, 164/165, 85–93.

Ruf, O. (2014a). Wischen und Schreiben. Von Mediengesten zum digitalen Text. Berlin: Kadmos.

Ruf, O. (2014b). Die Hand. Eine Medienästhetik. Wien: Passagen.

Schnell, R. (2000). Medienästhetik: Zur Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen. Stuttgart: Metzler.

Statista (2020). Aktive Nutzer von WhatsApp weltweit. Abgerufen am 05.06.2020 von https:// de.statista.com/statistik/daten/studie/285230/umfrage/aktive-nutzer-von-whatsapp-welt- weit

Watzlawick, P., Beavin, J. H. & Jackson, D. D. (2017). Menschliche Kommunikation. For- men, Störungen, Paradoxien (13. Auflage). Bern: Hogrefe.