

Vorbereitende Überlegungen zur theoretischen Modellierung parasozialer
Interaktionen im Prozess der Medienrezeption

Tilo Hartmann¹/Holger Schramm²/Christoph Klimmt¹

¹Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung
Hochschule für Musik und Theater Hannover

²Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung
der Universität Zürich

emails:

tilo.hartmann@ijk.hmt-hannover.de

h.schramm@ipmz.unizh.ch

christoph.klimmt@ijk.hmt-hannover.de

Die Autoren danken KommunikationsKultur e.V., dem Förderverein des IJK, für die finanzielle Unterstützung des Projekts „PSI/PSB: Definition, Modellentwicklung, Messung“.

Zusammenfassung

Tilo Hartmann/Holger Schramm/Christoph Klimmt: Vorbereitende Überlegungen zur theoretischen Modellierung parasozialer Interaktionen im Prozess der Medienrezeption.

Obwohl das Konzept der parasozialen Interaktionen (PSI) von Horton und Wohl (1956) zahlreiche empirische kommunikationswissenschaftliche Arbeiten angeregt hat, weist seine theoretische Explikation nach wie vor eine Reihe an Desideraten und Unschärfen auf (Schramm/Hartmann/Klimmt 2002). Der vorliegende Beitrag bündelt Vorüberlegungen im Hinblick auf die Entwicklung eines Zwei-Ebenen-Modells parasozialer Interaktionen, das in einem weiteren Beitrag expliziert wird (Hartmann/Schramm/Klimmt 2004) und dazu dienen soll, die theoretische Fundierung des PSI-Konstrukts zu stärken. Die Vorüberlegungen betreffen die Abgrenzung zentraler Begriffe wie "Interaktion", "Parasoziale Interaktion", "Parasoziale Kommunikation" und "Parasoziale Beziehung". Weiterhin werden das Medialitätsbewusstsein der Rezipient/inn/en und die Besonderheiten medialer Umgebungen als relevante Rahmen für PSI thematisiert. Als Drittes werden Adressierungsvarianten sowie strukturelle, stabile und dynamische Merkmale der Medienfiguren einerseits und Merkmale der Mediennutzer/innen andererseits als Determinanten der Gestaltung von PSI diskutiert. Insgesamt sind damit die notwendigen Grundlagen für die Entwicklung eines PSI-Modells (Hartmann et al. 2004) gelegt.

Schlüsselwörter: Parasoziale Interaktion, Parasoziale Beziehung, Kommunikation, Rezeption, Medienperson, Persona, Modell, Adressierung

Vorbereitende Überlegungen zur theoretischen Modellierung parasozialer Interaktionen im Prozess der Medienrezeption

1 EINFÜHRUNG: PARASOZIALE INTERAKTION UND DER NUTZEN IHRER MODELLIERUNG

Menschen und andere soziale Wesen nehmen in sehr vielen Medienangeboten eine zentrale Stellung ein. Nachrichtensprecher/innen, Filmschauspieler/innen, Show- und Quizmaster/innen sind typische Beispiele für Personen, die im Mittelpunkt einzelner TV-Sendungen, Filme, Zeitungs- und Zeitschriftenartikel, Radiobeiträge und Internetseiten stehen. Entsprechend ist davon auszugehen, dass die Rezeption solcher Medienangebote von der Auseinandersetzung mit diesen Personen geprägt wird. Horton und Wohl (1956) haben für die personenorientierte Medienrezeption den Begriff Parasoziale Interaktion (PSI) eingeführt, der einen beachtlichen Korpus kommunikationswissenschaftlicher Arbeiten inspiriert und beeinflusst hat (vgl. Giles 2002; Gleich 1997; Vorderer 1996). Bereits die Grundlegung des Konzepts wie auch viele nachfolgende thematische Arbeiten weisen jedoch eine Reihe von Suboptimalitäten auf, die sich vor allem auf die Definition, Operationalisierung und die Anbindung an andere theoretische Ansätze beziehen (ausführlich: Schramm/Hartmann/Klimmt 2002). Diese inhaltlichen Probleme führen bis heute dazu, dass das beachtliche Erklärungspotenzial des Konzepts nicht vollständig für die Rezeptionsforschung nutzbar gemacht werden konnte. Vor dem Hintergrund der großen Bedeutung von „Stars“ und anderen Medienfiguren („Personae“) erscheint es daher sinnvoll, das Verständnis von PSI zu schärfen und das Konzept für eine gründlichere empirische Verwendung auszuarbeiten. Dazu ist zum einen eine integrierende Auseinandersetzung mit der vorhandenen Literatur und den darin enthaltenen Vorstellungen von PSI zu leisten, um zu

einer einheitlichen Definition zu gelangen. Zum anderen bietet es sich an, ein Modell zu entwerfen, aus dem konkrete Annahmen über die Genese, den Prozess und die Bedeutung von PSI bei der Medienrezeption abgeleitet werden können.

In dem vorliegenden Beitrag und einem darauf aufbauenden Artikel (Hartmann/Schramm/Klimmt, 2004) entwickeln wir ein solches Modell parasozialer Interaktionen, das für die Rezeptionsforschung in dreierlei Hinsicht nützlich sein soll (vgl. Deutsch 1966): Es soll die Elemente von PSI zu einem sinnvollen Ganzen organisieren, Beiträge zur Erklärung des Zustandekommens von PSI leisten und Vorhersagen über den Verlauf und die Wirkung personenorientierter Rezeptionsprozesse ermöglichen. Daneben besitzt das Modell auch eine „Messfunktion“ (Jarren 1994: 43; vgl. auch Deutsch 1952), gibt also Anregungen für die Operationalisierung von PSI in empirischen Rezeptionsstudien. Neue Bemühungen zur Behandlung von PSI in der empirischen Forschung erscheinen notwendig, zumal die bisher eingesetzten Erhebungsinstrumente, die fast ausnahmslos auf Rubin, Perse und Powell (1985) zurückgehen, wiederholt und zum Teil sehr scharf kritisiert worden sind (Gleich 1997; Schramm et al. 2002).

Der Geltungsbereich des Modells bleibt zunächst auf die Rezeption von audiovisuellen Medien beschränkt, weil bei der Nutzung von Print- und Hörmedien von zu vielen spezifischen Prämissen im Bereich der Wahrnehmung und Informationsverarbeitung ausgegangen werden muss, so dass eine Ausdehnung des Bezugsrahmens die Kohärenz des Modells bedrohen würde. Die Explikation des PSI-Modells gliedert sich in folgende Schritte: In dem vorliegenden Beitrag thematisieren wir zentrale Vorüberlegungen, die auf der bestehenden PSI-Literatur basieren und die Hauptkritikpunkte an der bisherigen PSI-Konzeptualisierung (Schramm et al. 2002) aufgreifen. In einem darauf aufbauenden Beitrag führen wir die Überlegungen weiter und konstruieren das eigentliche Prozessmodell parasozialer Interaktionen (Hartmann/Schramm/Klimmt 2004). Die Vorüberlegungen betreffen zunächst die Klärung der zentralen Begriffe Interaktion, Parasoziale Interaktion und

parasoziale Kommunikation (Abschnitt 2). Anschließend gehen wir auf die Bedeutung des medialen Rahmens ein, in dem PSI-Prozesse stattfinden (Abschnitt 3). In Abschnitt 4 werden Personaeigenschaften thematisiert, von denen anzunehmen ist, dass sie den PSI-Prozess beeinflussen, während in Abschnitt 5 auf relevante Nutzereigenschaften eingegangen wird. Der Beitrag schließt mit der Ableitung von Ansatzpunkten für die Modellbildung aus den Vorüberlegungen (Abschnitt 6).

2 KLÄRUNG GRUNDLEGENDER BEGRIFFE: INTERAKTION, KOMMUNIKATION, PARASOZIALE INTERAKTION

2.1 *Interaktion*

Ohne eine Präzisierung des zugrunde liegenden Interaktionsbegriffes ist eine tiefer gehende Konzeptualisierung von PSI nicht möglich. Es muss daher am Anfang die grundlegende Frage gestellt werden, was unter einer „sozialen Interaktion“ eigentlich zu verstehen ist.

Eine Interaktion findet notwendigerweise in Situationen statt, welche durch die Anwesenheit von mindestens zwei sozialen Entitäten (einer Dyade, z. B. zwei Menschen) gekennzeichnet sind und insofern soziale Situationen darstellen. Von „Anwesenheit“ kann dann gesprochen werden, wenn „ein Akteur zum Gegenstand visueller und kognitiver Aufmerksamkeit des anderen Akteurs“ (Goffman 1973 zit. n. Gleich 1997: 48) wird. Der Begriff der „sozialen Entität“ ist dabei engeren Umschreibungen der beteiligten sozialen Akteuren – wie zum Beispiel „Lebewesen“ oder „Menschen“ – vorzuziehen, um auch Erscheinungsgebilde dem Interaktionsverständnis zuordnen zu können, dessen sozialer Charakter auf den ersten Blick strittig erscheint. Wie empirische Studien zeigen, können zum Beispiel auch virtuelle Figuren in Computerspielen von einem Nutzer sozial wahrgenommen werden und auf diese Weise zu

sozialen Situationen beitragen (vgl. Hartmann/Klimmt/Vorderer 2001; Johansson 1973, 1976). Der Begriff der „sozialen Entität“ ist genügend weit gefasst, um derartige subjektiv konstruierte Wahrnehmungsphänomene dem Objektbereich sozialer Interaktionen zuordnen zu können.

Die beteiligten Entitäten müssen die Fähigkeit zur gegenseitigen Wahrnehmung besitzen. Sie ist notwendige Voraussetzung jeder sozialen Interaktion, denn ansonsten könnte die Anwesenheit des anderen Akteurs gar nicht festgestellt und folglich keine soziale Situation hergestellt werden. Die Wahrnehmung anderer sozialer Entitäten kann dabei bewusst, aber auch unbewusst ablaufen. Im Falle der unbewussten Wahrnehmung liegt lediglich ein unterschwelliger gegenseitiger Einfluss vor; die zugrunde liegenden Reizangebote gelangen nicht in das Zentrum der bewussten Verarbeitung. So kann beispielsweise die bloße Anwesenheit eines anderen Menschen in einem Raum eine Verhaltensänderung bei der wahrnehmenden Person auslösen, ohne dass sich diese der Verhaltensänderung bewusst ist (vgl. Blickle 1999; Jäckel 1995).

Wie läuft nun eine vollständige Interaktion ab? Zum besseren Verständnis wird der Interaktionsprozess in Anlehnung an Schaubild 1 beschrieben. Akteur 1 wird in diesem Schaubild durch das weiße Rechteck dargestellt, Akteur 2 durch das graue Rechteck. Eine Interaktion beginnt stets mit der Aktion einer sozialen Entität (vgl. Opp 1972), in diesem Fall von Akteur 1. Der Aktionsbegriff darf hierbei nicht im Sinne einer Handlung missverstanden werden, sondern er umfasst auch ganz einfache Verhaltensweisen, wie zum Beispiel die bloße Anwesenheit. Initiiert wird eine Interaktion, indem die Aktion des Akteurs von einer weiteren sozialen Entität wahrgenommen wird (im Schaubild gekennzeichnet durch den gebogenen gestrichelten Pfeil). Infolge dieser Wahrnehmung kommt es zu einer Re-Aktion bei der sozialen Entität (in dem vorliegenden Schaubild wird diese Kausalität gekennzeichnet durch den diagonalen schwarzen Pfeil, der jeweils von einem Akteur auf den anderen zeigt). Diese kann auch ganz basal vorliegen, beispielsweise in Form einer einfachen psycho-

physiologischer Aktivierung (Blickle 1999). In diesem Sinne wirkt also der eine Akteur auf den anderen ein. Diese Einwirkung muss aber den Beteiligten nicht bewusst sein, und sie muss auch vom Ausgangsakteur nicht intendiert sein. Es kann sich um eine Einwirkung von Personen aufeinander ohne notwendige Absicht, notwendigen Plan oder notwendiges Wissen der Beteiligten (vgl. Weick 1985 zit. n. Blickle 1999) handeln. Da die infolge der Wahrnehmung einer Aktion eintretende Re-Aktion dem Reagierenden nicht bewusst sein muss, bedarf es gegebenenfalls eines dritten Beobachters (z. B. eines Forschers), um die Kausalität zwischen Aktion und Re-Aktion festzustellen. Wenn eine Person auf der Straße zum Beispiel eine andere Person eine Weile beobachtet (also bewusst wahrnimmt) und infolgedessen sich bestimmte Vorstellungen macht (als Veränderung der kognitiven Erlebensebene), dann liegt eine typische Reaktion vor.

Das Verhalten wird in einer Interaktion jedoch üblicherweise nicht nur durch das beobachtete Verhalten der anderen Person beeinflusst, sondern auch durch eigene „innere“ Determinanten, wie zum Beispiel Interessen, Motive und Stimmungen (im Schaubild verdeutlicht durch den horizontal verlaufenden schwarzen Pfeil; vgl. Jones/Gerard 1967).

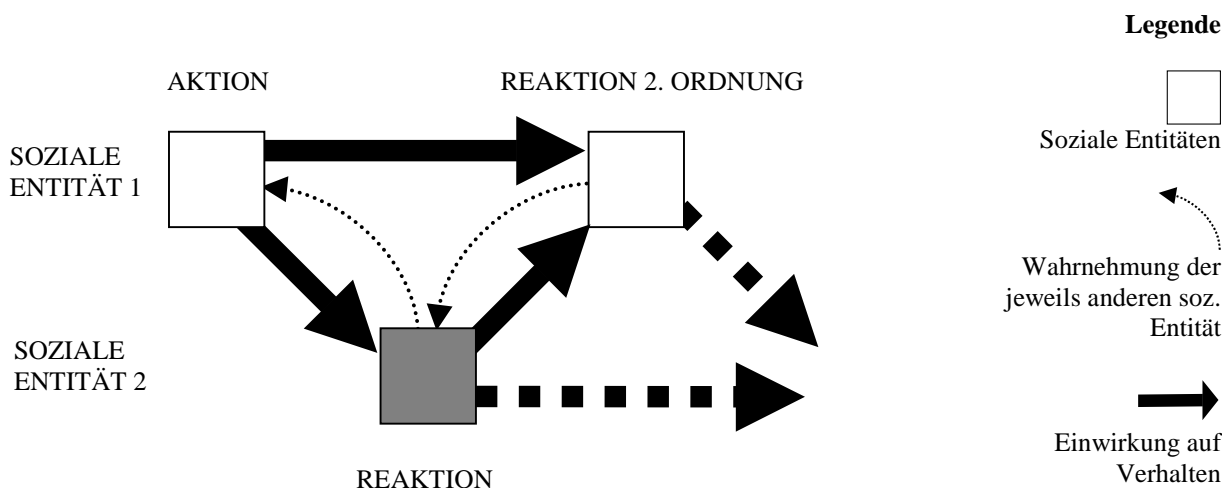


Schaubild 1: Ablauf einer Interaktion

Eine Reaktion kann nun wiederum von der ersten Entität wahrgenommen werden, was ebenfalls zu einer Verhaltensänderung bei dieser Person führt. Da es sich hierbei um die Reaktion auf eine vorausgegangene Reaktion handelt, kann sie als Reaktion zweiter Ordnung beschrieben werden. Die Reaktion zweiter Ordnung komplettiert die Interaktionssequenz (vgl. Herkner 1991). Erst wenn sie eintritt, macht es Sinn, von einer vollständigen sozialen Interaktion zu sprechen, denn nur, „wenn das Verhalten von zwei Menschen voneinander abhängig ist, so dass jedes Verhalten des einen eine Reaktion auf das vorangehende Verhalten des anderen ist, stehen beide in sozialer Interaktion miteinander“ (Asendorpf/Banse 2000: 3). In diesem Sinne kann mit dem Begriff der Interaktion also all das bezeichnet werden, „was zwischen zwei oder mehr Menschen [bzw. sozialen Entitäten] in Aktion und Reaktion geschieht“ (Lersch 1965: 53), bzw. „Interaktion ist demnach lediglich die aktiv-reaktive Komponente des interpersonalen Geschehens“ (Lersch 1965: 55). Entsprechend groß ist die Bandbreite an Verhaltens- und Erlebensphänomenen, welche eine Interaktion „ausformen“ und welche sowohl kognitiver als auch emotionaler und konativer Art sein können (vgl. Hartmann/Schramm/Klimmt 2004).

Die gängige und auch an dieser Stelle dargestellte Modellierung von sozialen Interaktionen als ein wechselndes Empfangen und Aussenden sozialer Hinweisreize zwischen zwei Personen darf nicht zu dem Eindruck verleiten, dass sich die Beteiligten stets disjunkt zueinander verhalten (wenn eine Person wahrnimmt, sendet die andere Person gerade Reize aus und umgekehrt). Zwar könnte, sofern man davon ausgeht, dass kein Mensch absolut simultan wahrnehmen, verarbeiten und reagieren kann, eine untere Zeitschwelle definiert werden (z. B. mindestens die Dauer, welche eine Person benötigt, um soziale Hinweisreize wahrzunehmen und diese in ein für andere wahrnehmbares Verhalten umzusetzen). Jedoch dürfte diese Zeitschwelle so minimal ausfallen, dass es pragmatischer erscheint, davon auszugehen, dass stets beide Aktivitäten von den Beteiligten gleichzeitig durchgeführt werden (vgl. DeVito 2001).

2.2 *PSI als asymmetrische Interaktion*

In parasozialen Situationen – zum Beispiel bei der Interaktion mit einer Fernseh-Persona – existiert keine wechselseitige Koordination zwischen Fernsehfigur und Rezipient/in. Die Fernsehfigur (entspricht Person 1) richtet ihr Verhalten vornehmlich nach ihren eigenen Plänen aus, denn sie verhält sich völlig unabhängig davon, wie die Zuschauer/innen situativ reagieren. Die einzige Einwirkung, welche in der parasozialen Situation feststellbar ist, geht somit von den Personae aus: Der Zuschauer/die Zuschauerin wird infolge der Beobachtung der „Aktionen“ der medial dargestellten sozialen Entitäten beeinflusst (siehe Schaubild 2). Seine/ihre Reaktion kann aufgrund des fehlenden Rückkanals jedoch keinen Einfluss auf die Fernsehfigur haben. Es treten daher keine Reaktionen zweiter Ordnung auf, wie es in der interpersonellen Interaktion der Fall ist (vgl. Schaubild 1). Parasoziale Interaktionen entsprechen somit einer in der Sozialpsychologie als asymmetrisch bezeichneten Interaktionsform (vgl. Jones/Gerard 1967; Herkner 1991). Bereits in dieser strukturorientierten Analyse parasozialer Interaktionssequenzen wird somit deutlich, dass ihr besonderer Charakter in der fehlenden Wechselseitigkeit (Reziprozität) besteht. Die Reaktionen der Rezipient/inn/en stellen keine Reizangebote für den Ausgangsakteur dar, wie es zwangsläufig in der interpersonellen sozialen Interaktion der Fall ist. Auf diese Weise besitzen die Rezipient/inn/en die Freiheit, bei Bedarf all jene Verhaltensäußerungen, die sie bewusst kontrollieren können und die sie mitunter in interpersonellen Situationen aus strategischen Zwecken einsetzen, in parasozialen Settings ohne jegliche Folgen oder gar Sanktionen durchzuführen (vgl. Vorderer/Knobloch 1996).

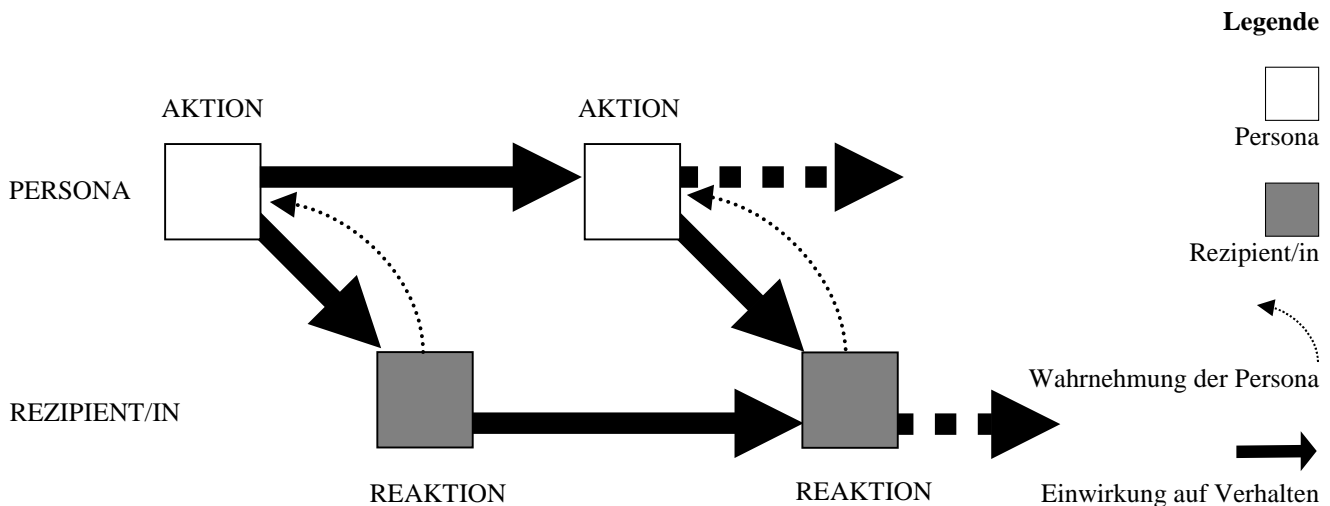


Schaubild 2: Ablauf einer parasozialen Interaktion

2.3 Parasoziale Interaktion versus parasoziale Beziehung

An dieser Stelle bietet sich bereits eine kurze Abgrenzung parasozialer Interaktionen (PSI) von parasozialen Beziehungen (PSB) an. Dieselbe Dyade, also der Rezipient/die Rezipientin und eine Medienfigur, kann wiederholt in parasozialer Interaktion stehen. Aus der Summe der Interaktionssequenzen bildet sich dann eine Interaktionsgeschichte der Dyade (vgl. Asendorpf/Banse 2000: 3) heraus. Weitere Interaktionen der Dyade werden jeweils vor dem Hintergrund der bisherigen Interaktionsgeschichte durchgeführt und von dieser beeinflusst, wobei sich bestimmte für die Dyade typische Interaktionsmuster herauskristallisieren und verfestigen. Auf dyadischer Ebene sehen wir in derartigen sich stabilisierenden und zyklisch wiederkehrenden Interaktionsmustern (vgl. Blickle 1999) mit Medienfiguren die Manifestierung parasozialer Beziehungen. Nach Hinde (1993) besitzt entsprechend „eine Dyade [...] genau dann eine soziale Beziehung, wenn sie mindestens ein stabiles Interaktionsmuster aufweist“ (zitiert nach Asendorpf/Banse 2000: 4). Auf individueller Ebene kann die Ursache von sich stabilisierenden Interaktionsmustern durch die kognitiven Repräsentationen der Personae erklärt werden. Denn zumindest für interpersonelle

Beziehungen gilt, dass sie bei beiden Bezugspersonen auch kognitiv repräsentiert sind, weswegen mit Baldwin (1992) auch von einem Beziehungsschema gesprochen werden kann. Dieses „besteht aus einem Bild der eigenen Person in der Beziehung [Selbstbild], einem Bild der Bezugsperson und aus Interaktionsskripten für bestimmte Situationen, die die eigene Sicht des Interaktionsmusters in diesen Situationen repräsentieren“ (Asendorpf/Banse 2000: 4). Die drei Komponenten des Beziehungsschemas unterliegen auch einer affektiven Bewertung. Ein Beziehungsschema besteht folglich auch immer aus einer affektiven Einstellung gegenüber sich selbst in der Beziehung, gegenüber dem Partner in der Beziehung und gegenüber der Beziehung selbst (vgl. Asendorpf/Banse 2000).

In den Beziehungsschemata manifestieren sich parasoziale Beziehungen auf individueller Ebene. Ein Beziehungsschema wird vermutlich zwangsläufig bei der ersten Wahrnehmung und kognitiven Verarbeitung einer Medienfigur angelegt. Über die weitergehende Beobachtung und Bewertung, also durch weitere parasoziale Interaktionen mit der Medienfigur, wird das Beziehungsschema ausstaffiert. Dabei beeinflussen sich Interaktionen und Beziehungsschema wechselseitig: Aus den Interaktionen wird das Beziehungsschema aufgebaut, jedoch werden folgende Interaktionen auch stets durch den Filter des Beziehungsschemas durchgeführt (vgl. „Kreis-Prozess-Modell Parasozialer Beziehungen“ bei Gleich 1997: 74).

Folgt man den bisherigen Ausführungen, dann wird eine parasoziale Beziehung bereits innerhalb der Rezeptionsphase ausgebildet, in welcher die Rezipient/inn/en zum ersten Mal der Persona begegnen. In der Literatur wurden jedoch bislang parasoziale Beziehungen lediglich auf jene kognitiven und affektiven Dispositionen bezogen, welche gegenüber einer Persona im Anschluss an die Rezeptionsphase bestehen (vgl. Vorderer 1998). Diese Auffassung ist sicherlich in Zukunft zu präzisieren, da unseres Wissens keine Argumente in der Literatur genannt werden, warum eine parasoziale Beziehung unmittelbar nach der Rezeptionsphase plötzlich entstehen sollte. Eventuell wurde die bisherige Begriffsexplikation von parasozialen Beziehungen auch eher im Sinne einer Nominaldefinition aufgestellt, welche

eher strukturierenden Charakter als empirischen Bezug besitzen soll. Dieser strukturierende Charakter bleibt aber auch in den präzisierten Ausführungen zu parasozialen Beziehungen des folgenden Abschnitts erhalten.

2.4 *Von der (parasozialen) Interaktion zur (parasozialen) Kommunikation*

Obwohl bei einer Präzisierung von parasozialer Interaktion der Kommunikationsbegriff zunächst weniger zentral erscheinen mag, denken wir, dass auch dieser kurz erörtert werden sollte, da parasoziale Interaktionsprozesse durchaus von typisch kommunikativen Merkmalen charakterisiert werden. Entsprechend ist auch in der Literatur mitunter von parasozialer Kommunikation die Rede (vgl. Krotz 1996; Wulff 1992).

Kommunikation kann generell als eine besondere Form der Interaktion angesehen werden (vgl. Blickle 1999; Köck 1991), weswegen die bisherigen Ausführung zur Interaktion auch für die Kommunikation gelten. Die Besonderheit kommunikativer Prozesse besteht darin, dass bei allen Beteiligten aktiv aus den wahrgenommenen Reizangeboten Sinn generiert wird (Littlejohn 1996). Im Gegensatz zur bloßen Interaktion muss in der Kommunikation also in der Wahrnehmung die Bewusstseinsschwelle überschritten werden, um das Reizangebot zu interpretieren und Symbole aufstellen zu können (Blickle 1999). Berücksichtigt man nur das Kriterium der Symbolgenerierung, dann liegt jedoch noch ein recht weites Begriffsverständnis vor. „Um den Kommunikationsbegriff nicht völlig mit dem der subjektiven Informationserzeugung bzw. Verhaltensäußerung zu konfundieren, sollte die Orientierungsintention auf Seiten eines kommunikativ Handelnden als spezifische Differenz angesehen werden“ (Rusch 1994: 66, Hervorhebung durch die Autoren; vgl. auch Emmert/Emmert 1984). Eine Orientierungsintention liegt nach Rusch immer dann vor, wenn einer der Partner aktiv versucht, einen gemeinsamen „Kognitionsbereich“ (Rusch 1994: 65; z. B. einen bestimmten Themenaspekt) in den Mittelpunkt der gemeinsamen Interaktion zu

stellen. Im engeren Sinne und unter Berücksichtigung des Intentionalitätskriteriums kann von Kommunikation also nur dann die Rede sein, wenn der Ausgangsakteur intentional die Symbolvermittlung durch Handlungen umsetzt, um dadurch eine spezifische kognitive Reaktion bei den Kommunikationspartner/inne/n auszulösen.

Kommunikationsprozesse finden nicht nur in Dyaden statt, in denen ein Akteur bewusst auf einen anderen zugeht, sondern häufig existieren „Mitrezipienten“ (Blickle 1999: 7). Nach Blickle (1999: 7) gehören diese nur dann zum Kommunikationsgeschehen, wenn sie vom Kommunikator intendiert mit adressiert werden. Wenn es sich jedoch um Rezipient/inn/en handelt, die wie „heimliche Mithörer“ die Kommunikation zwischen zwei oder mehreren Personen belauschen und auch symbolisch nachvollziehen können, jedoch in den Wechsel von Sprecher und Empfänger nicht aktiv eingreifen, dann stehen diese Beteiligten nach Blickle (1999) lediglich in einer sozialen Interaktion miteinander. Eine soziale Interaktion liegt nach Blickle (1999: 7) ferner auch dann vor, „wenn eine Person einer anderen eine kommunikative Absicht nur zuschreibt, ohne dass diese tatsächlich vorliegt“.

Vor dem Hintergrund dieser Ausführungen stellen sich nun die Fragen, inwiefern parasoziale Interaktionen einzuordnen sind und ob sie eher dem aufgezeigten Interaktions- oder dem Kommunikationsverständnis entsprechen. Da im Kommunikationsprozess ein Sender unabdingbar ist, muss zunächst geklärt werden, welche Betrachtungseinheit in der parasozialen Interaktionssituation das soziale Gegenüber bildet, von welchem eine Kommunikationsintention ausgehen sollte. Auf den ersten Blick scheint die Antwort für die parasoziale Interaktionssituation leicht zu fallen: Der Sender ist jeweils die einzelne Person, also die medial dargestellte Figur. Komplexer wird die Beantwortung jedoch, wenn man den Umstand berücksichtigt, dass einem Medienangebot generell, also auch ohne die Darstellung einer medialen Figur, eine gewisse Mitteilungsentention (z. B. durch den Produzenten; vgl. Hippel 1998: 12) zugeschrieben werden kann und die Medieninhalte in diesem Sinne als kommunikative Botschaften zu verstehen wären (vgl. auch aus textanalytischer Sicht den

Begriff des „impliziten Zuschauers“ bei Wulff 1996b: 166). So gesehen wären Rezipient/inn/en medialer Angebote also stets auch Adressat/inn/en in einem kommunikativen Prozess. Treten folglich alle Rezipient/inn/en zwangsweise in eine parakommunikative Situation ein? Da das mediale Angebot selbst nicht als eine soziale Entität zu bezeichnen ist, kann unseres Erachtens von einer parasozialen Kommunikation nur dann gesprochen, wenn auch tatsächlich einzelne mediale Figuren innerhalb des Angebots dargestellt werden. Ohne eine Persona fehlt der für alle parasozialen Prozesse notwendige Ausgangsakteur. Die angebotsseitige Betrachtungseinheit in der Analyse parasozialer Prozesse ist also stets die medial dargestellte Figur. Die adressierende Funktion des gesamten Medienangebots ist dabei nur insofern von Belang, als dass sie in die Persona „verwoben“ ist, weil sie die subjektive Wahrnehmung und Interpretation der Persona durch die Rezipient/inn/en mit beeinflusst (vgl. Schramm/Hartmann/Klimmt 2002). Einzelne Handlungen der Persona erhalten aufgrund dieser Tatsache einen erhöhten Mitteilungs- und Adressierungscharakter, der sich auch auf das Erleben der Rezipient/inn/en auswirkt. Nach Mikos (1996: 101) besitzen zum Beispiel TV-Personae „eine implizite Handlungsaufforderung an die Zuschauer“, weil ihre Handlungen keinen „Selbstzweck“ besitzen, sondern sich an ein Publikum richten und allein „für das Publikum“ durchgeführt werden. Aufgrund dieses Adressierungscharakters des medialen Kontextes, in welchem eine Persona wahrgenommen wird, dürften sich die Rezipient/inn/en zwangsläufig sozial einbezogen fühlen und sich hierdurch im weitesten Sinne als Teilnehmer/innen einer kommunikativen Situation fühlen (vgl. auch „kommunikativer Kontrakt“ bei Hippel 1996, S. 62). Auch wenn der von den Rezipient/inn/en tatsächlich empfundene soziale Einbezug im Wesentlichen noch durch verschieden ausgeprägte Adressierungselemente innerhalb des Angebots schwanken dürfte (siehe Abschnitt 4), ist er demnach bereits durch den medialen Kontext, in welchem die Persona auftritt, vorstrukturiert.

Obwohl sich also die Rezipient/inn/en aufgrund des besonderen Mitteilungs-Charakters medialer Angebote von darin platzierten Personae in gewisser Weise stets adressiert fühlen dürften, bietet es sich in Anlehnung an das oben erläuterte engere Verständnis von Kommunikation an, von parasozialer Kommunikation nur dann zu sprechen, wenn dem Ausgangsakteur, also der Persona selbst, eine Mitteilungsentention unterstellt werden kann. Dieses ist streng genommen nur dann der Fall, wenn die mediale Figur die Rezipient/inn/en direkt adressiert, wie es zum Beispiel häufig bei Nachrichtenmoderator/inn/en der Fall ist (vgl. „first-order PSI“, Giles 2002: 294). In vielen Fällen erfolgt jedoch keine direkte Adressierung durch die Persona. Viel häufiger kann die Persona lediglich bei der sozialen Interaktion mit anderen Medienfiguren beobachtet werden. Dann entsprechen die Rezipient/inn/en eher „heimlichen Mithörern“ (siehe oben; vgl. auch die partizipative Rolle des Rezipienten bei Wulff 1996b: 164). Oder die Persona steht in keiner sozialen Interaktion und ihr Verhalten wird vom Publikum rezipiert, wobei der einzelne Rezipient/die einzelne Rezipientin dann die Rolle eines Beobachters/einer Beobachterin annimmt (vgl. auch die observative Rolle der Rezipient/inn/en bei Wulff 1996b: 164). Beide Formen gehen mit einer indirekten Adressierung durch die Personae einher. Es mag etwas irritieren, dass einer Persona, die nicht mit anderen sozialen Entitäten agiert, bereits eine indirekte Adressierung der Rezipient/inn/en unterstellt wird. Sinnvoll erscheint eine solche Zuweisung auch nur, wenn man einmal mehr den Effekt in Betracht zieht, dass der Adressierungs-Charakter des medialen Kontextes (z. B. durch spezifische Kameraführungen, Großaufnahmen der Personae bzw. Para-Proximity) in die Persona verwoben ist und sowohl dem Ausdrucksverhalten als auch der physischen Erscheinung der Persona besonderen Symbolcharakter verleiht. Auch im Zuge der indirekten Adressierung werden die Rezipient/inn/en also sozial einbezogen, nur ist der Einbezug eben schwächer ausgeprägt als im Falle der direkten Adressierung. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass parasoziale Kommunikation wie beschrieben nur dann vorliegt, wenn eine direkte Adressierung durch die Persona erfolgt. In Anlehnung an das

oben von Blickle (1999) übernommene Verständnis von sozialen Interaktionen empfiehlt es sich hingegen, im Falle einer indirekten Adressierung der Rezipient/inn/en und nachfolgenden Reaktionen nicht von parasozialer Kommunikation, sondern „lediglich“ von parasozialen Interaktionen zu sprechen. Da die direkte Adressierung jedoch eine spezifische Variante der indirekten Adressierung darstellt (vgl. auch Abschnitt 4), kann auch parasoziale Kommunikation als eine spezifische Unterform parasozialer Interaktionen begriffen werden. Der Einfachheit halber sei daher im Folgenden nur noch von PSI die Rede, womit aber stets beide Formen parasozialer Prozesse angesprochen sind.

3. DAS MEDIALITÄTBEWUSSTSEIN ALS RAHMEN DER PSI

Bisher haben wir uns der Explikation parasozialer Prozesse von einer analytischen Betrachtung des Interaktionsbegriffs aus angenähert. In den nächsten Abschnitten erfolgt eine weitere Präzisierung, in dem die Rezeptionsphänomene, die den parasozialen Interaktionsprozess begleiten und ausgestalten, eingehender hervorgehoben werden.

Wie bereits beschrieben (siehe Abschnitt 2.2), kann die Nicht-Reziprozität als das kennzeichnendste Merkmal des asymmetrischen parasozialen Interaktionsprozesses hervorgehoben werden. Jedoch ist zu fragen, inwiefern dieses objektiv feststellbare Merkmal in der subjektiven Sicht der Rezipient/inn/en abgebildet wird bzw. ihnen bewusst ist. Da das Bewusstsein um die Nicht-Reziprozität der Interaktionssituation den gesamten PSI-Prozess wie ein Rahmen umspannen dürfte, verdient es an dieser Stelle eine kurze tiefer gehende Betrachtung.

Jede Zuwendung von Rezipient/inn/en zu einem Medium, zum Beispiel das Anschalten eines Fernsehers oder Computers, ist mit gewissen Erwartungen verbunden. Diese können sowohl den Medieninhalt als auch den Umgang mit dem Medium betreffen. Von einem

Computerspiel kann zum Beispiel erwartet werden, dass man gefordert sein wird, interaktiv zu handeln. Inhaltlich könnte die Erwartung darin bestehen, dass man von Szenarien ausgeht, die in visueller und auditiver Hinsicht nicht vollkommen realistisch abgebildet werden. Alles, was die Rezipient/inn/en im nachfolgenden Rezeptionsprozess wahrnehmen und verarbeiten, wird im Licht der zuvor angenommenen Erwartungen reflektiert. Wirkt ein neues Computer- oder Videospiel zum Beispiel besonders realistisch, dann wird häufig davon gesprochen, dass es „alle Erwartungen übertrifft“. So gesehen wird im Zuge der Medienzuhaltung über die Erwartungen ein Bewusstsein über die Medialität des Dargebotenen (Medialitätsbewusstsein) eröffnet, innerhalb dessen das nachfolgende Rezeptionserleben, also Kognitionen, Emotionen und Konnotationen, eingebettet ist. Die Rezipient/inn/en sind sich bewusst, dass sie sich in eine mediale nicht-reziproke Rezeptionssituation begeben. In diesem Bewusstsein werden natürlich auch PSI vorgenommen, die als ein Bestandteil des Rezeptionserlebens angesehen werden können. „Die Differenz zum Alltagshandeln ist durch den Fernsehrahmen gegeben. [...] das Handeln der Zuschauer [ist] doppelt bestimmt, sie müssen so tun, als ob sie in einer Face-to-Face-Beziehung zu den ‚Performern‘ stehen und wissen doch, daß es nicht so ist.“ (Mikos 1996: 100-101).

Die Salienz (Brosius/Mundorf 1990) des Medialitätsbewusstseins kann jedoch im Rezeptionsverlauf variieren. So kann die Information, dass es sich nur um die mediale Darstellung einer Persona handelt, während der Rezeption mal mehr und mal weniger kognitiv präsent sein. Nehmen die Rezipient/inn/en zum Beispiel an dem gezeigten Medieninhalt besonderen Anteil und sind infolgedessen sehr involviert (vgl. Vorderer 1992; Donnerstag 1996), dann kann das Medialitätsbewusstsein in den Hintergrund treten (vgl. auch Auer/Davis 1991). Andererseits kann unter bestimmten Umständen die Medialität des Dargebotenen auch besonders augenfällig werden – wenn zum Beispiel im Kinofilm ein Mikrofon in das Bild ragt oder wenn im Computerspiel ein Darstellungsfehler auftritt. Von diesen Schwankungen sollten auch die PSI beeinflusst werden (Schramm/Hartmann/Klimmt

2002). So dürfte das nach Mikos (1996; siehe oben) zitierte Wissen um die Medialität der Interaktionssituation im Rezeptionsverlauf zuweilen in den Hintergrund treten. Die Rezipient/inn/en könnten folglich vorübergehend „vergessen“, dass es sich um eine nicht reziproke und in diesem Sinne parasoziale Interaktionssituation (vgl. Hartmann/Schramm/Klimmt 2004, Abschnitt 3) handelt. In solchen vorübergehenden Momenten dürfte sich das parasoziale Verhalten an das typische Verhalten in einer Face-to-Face-Situation annähern.

Einen besonderen Fall stellen automatisierte Personenwahrnehmungsprozesse dar, die weitestgehend unbewusst vollzogen werden und deswegen sowohl in der Realität als auch in medialen Situationen zwangsläufig ganz ähnlich ablaufen – das Medialitätsbewusstsein kann hier gar nicht bzw. nur zu dem Grad als mediatisierende Instanz in Erscheinung treten, in welchem die Prozesse an die Bewusstseinssebene gekoppelt sind. Innerhalb der personaorientierten Rezeptionssituation treten solche Prozesse besonders in der ersten Eindrucksbildung auf, welche der PSI vorgelagert sind (vgl. Hartmann/Schramm/Klimmt 2004).

4. PSI-RELEVANTE PERSONAEIGENSCHAFTEN

Personae sind somit stets den medialen Beschränkungen unterworfenen Figuren. In Interaktionssituationen existiert zu ihnen – zumindest in traditionellen Massenmedien – kein Rückkanal (vgl. Abschnitt 2.2), und die Personae besitzen folglich keinerlei Sanktionspotenzial, was im Zuge der PSI eine besonders zwanglose Auseinandersetzung mit ihnen ermöglicht (Vorderer/Knobloch 1996). Dieser Umstand ist aber für die Ausgestaltung der PSI nur so lange von Bedeutung, wie er den Rezipient/inn/en auch bewusst ist. Je weniger die mediale Barriere zwischen Persona und Rezipient/in im Rezeptionsprozess eine bewusste

oder saliente Information darstellt, desto geringer dürfte auch das Gefühl der Nicht-Reziprozität und der Unverbindlichkeit der parasozialen Auseinandersetzung sein.

4.1 Strukturelle PSI-relevante Eigenschaften von Medienpersona

Neben ihrer Nicht-Reziprozität weisen medial vermittelte Figuren im Vergleich zu wirklichen Interaktionspartner/inne/n eine Reihe weiterer Besonderheiten auf, welche auf die spezifische Ausgestaltung der PSI Einfluss nehmen können und deswegen gesondert an dieser Stelle hervorgehoben werden sollen. Bereits Wulff (1996b: 168) verweist darauf, „daß es problematisch ist, die Persona als ‚nachbarschaftlichen‘ Typus zu konstituieren und von den medialen Bestimmungselementen abzusehen“ (vgl. auch Gleich 1997). Denn aufgrund einer Reihe wichtiger Unterschiede sind Medienpersonae nicht Freunden und Bekannten aus dem Alltag gleichzusetzen (vgl. auch Schramm/Hartmann/Klimmt 2002).

Medienpersonae unterscheiden sich zunächst von Personen aus dem Alltag aufgrund ihrer Charaktersynthese (Wulff 1996a). So wurde in der Literatur bereits mehrfach darauf hingewiesen, dass sich PSI zum Beispiel zu Leinwandheld/inn/en sowohl auf die Darsteller/innen bzw. Schauspieler/innen (z. B. „Arnold Schwarzenegger“), die verkörperten sozialen Typen/Charaktere (z. B. „harter Kerl“) oder auf die Figuren/Rollen (z. B. „Terminator“) beziehen können (vgl. Keppler 1996; Schramm/Hartmann/Klimmt 2002; Vorderer 1998; Wulff 1996a; Wulff 1996b). Aufbauend auf derartig verschiedenen Bezugsebenen synthetisieren die Rezipient/inn/en in ihrer Wahrnehmung ein Bild von den Personae, welches sich in einem Beziehungsschema ausdrückt (vgl. Abschnitt 2.3). Eine ähnliche Charaktersynthese dürfte auch für nicht-fiktive Figuren, wie zum Beispiel Fernsehmoderator/inn/en, gelten (Knobloch 1996), auch wenn diese sich im Gegensatz zu Schauspieler/inne/n selbst spielen und deswegen die Bezugsebene Figur/Rolle weniger klar von den anderen Ebenen abgegrenzt werden kann. Einen interessanten Fall bieten auch rein

fiktive Charaktere, wie zum Beispiel fiktionale Avatare oder Computerspielfiguren (Hartmann/Klimmt/Vorderer 2001), welche keine Bezugsebene Darsteller/Schauspieler besitzen. Die PSI dürften von Persona zu Persona aufgrund unterschiedlicher Charaktersynthesen variieren (Giles 2002: 294). So bieten zum Beispiel Schauspieler/inn/en mehr Identifikationsebenen an als ein Avatar. Auch dürften die PSI mit rein fiktionalen Figuren allein aus Gründen der Charaktersynthese ganz anders ausfallen als mit Personae, welche von den Rezipient/inn/en als nicht-fiktional wahrgenommen werden.

Betrachtet man das „Material“, das vom Angebot her für eine Charakterkonstruktion zur Verfügung steht, fällt auf, dass viele Medienpersonen weniger komplexe Charakterzüge aufweisen als Personen, die aus dem Alltag bekannt sind. Wulff (1996a: 35) spricht in diesem Zusammenhang von flachen Charakteren, die „nur einen einzigen trait oder [...] nur ganz wenige Wesenszüge [kombinieren], die aber alle einem dominanten subordiniert sind“. Die Charakterzüge des tiefen Charakters sind dagegen „nicht in simpler Deckung – die traits widerstreben einander [und] bauen sich zu einem komplizierten Charakter mit einander widerstrebenden Tendenzen zusammen“ (46). Der Unterschied zwischen Medienpersonen und Alltagspersonen dürfte nun der folgende sein: Im Alltag dürften Personen öfter als flache Charaktere erscheinen. Dies sollte aber fast immer aus dem eigenen ungenügenden Interaktionsverhalten und der daraus resultierenden oberflächlichen Wahrnehmung der anderen Person resultieren. Wenn man nur wollte, dann könnte also ein flacher Charakter an Tiefe gewinnen. Bei Medienpersonen ist dieses meistens nicht möglich, da das Angebot häufig schlichtweg keine tiefen Charaktere bereithält. Das Einordnung und moralische Bewertung verschiedener Medienpersonen dürfte daher auch leichter fallen als im Alltag: Viele Mediencharaktere sind leichter zu interpretieren und das Risiko, mit der einfachen Interpretation falsch zu liegen, ist geringer.

Das beobachtbare Verhalten von Medienpersonae ist häufig auch transparenter und – aufgrund dargebotener Hintergrundinformationen – viel eher nachvollziehbar als das von

Alltagspersonen (vgl. auch Hoffner/Cantor 1991). Gerade in narrativen Kontexten werden den Rezipient/inn/en häufig vielerlei Hilfestellungen gegeben, wie das gezeigte Verhalten der Persona zu erklären und zu interpretieren ist. Die Verständlichkeit der Handlungen der Persona wird durch den Umstand noch weiter erhöht, dass die sie umgebende Narration häufig recht lückenlos und stringent aufgebaut ist: Eine Szene baut auf der anderen auf. Aus diesem Grund erlauben die Personae, welche in narrativen Formaten auftreten, üblicherweise eine lückenlosere Beobachtungsabfolge als Personen im Alltag, welche, um im Bild zu bleiben, immer wieder in Szenen verwickelt sind, die den Beobachter/inne/n nicht zugänglich sind. Aufgrund der guten Nachvollziehbarkeit müssen im Zuge der kognitiven Auseinandersetzungen, welche innerhalb der PSI erfolgen können, nur vergleichsweise wenig eigene Deutungen und Hypothesen angestellt werden, um das Verhalten der Persona einzuschätzen. Somit lässt sich zusammenfassend festhalten, dass die Charaktersynthese von Medienpersonae zwar prinzipiell vielschichtiger ist als die Charaktersynthese von Alltagspersonen. Im Gegenzug dürften jedoch viele Medienfiguren vorhersagbarer und leichter zu bewerten sein als Personen aus dem Alltag.

4.2 Stabile PSI-relevante Eigenschaften von Medienpersonae

Die bislang genannten Merkmale dürften für alle Personae mehr oder minder gleichermaßen zutreffen und können einen Erklärungsbeitrag dazu liefern, warum sich PSI von Interaktionen zu Personen aus dem Alltag unterscheiden. Daneben ist eine Reihe weiterer Charakteristika zu nennen, anhand derer sich Medienfiguren voneinander unterscheiden und von denen gleichermaßen ein Einfluss auf PSI anzunehmen ist.

Als ein wesentliches Differenzierungsmerkmal erachten wir zunächst die Attraktivität der Personae. Attraktivität ist ein mehrdimensionales Konstrukt: Man unterscheidet zum Beispiel

die physische von der psychischen Attraktivität. Auch können Handlungen, die von den Medienfiguren ausgeführt werden, oder Rollen, die sie im Rahmen des Medienangebots ausfüllen, als mehr oder weniger attraktiv empfunden werden (McCroskey/McCain 1974, unterscheiden entsprechend zwischen „social“, „physical“ und „task attraction“). Während Bewertungen wie „hübsch“ bzw. „hässlich“ eher der wahrgenommenen physischen Attraktivität Ausdruck verleihen, drückt sich psychische Attraktivität eher in Urteilen wie „erfolgreich“ bzw. „erfolglos“ aus. Viele Medienpersonae, ob es sich nun um eine Fernseh-Moderatorin oder einen Filmhelden handelt, zeichnen sich durch eine hohe Attraktivität aus. Unattraktive Personae hingegen treten häufig in narrativen audio-visuellen Medienformaten in Form von Schurken oder Antagonistinnen in Erscheinung; aber natürlich können auch Showmaster/innen und andere Personae dem subjektiven Urteil der Rezipient/inn/en zufolge als unattraktiv gelten. Es ist anzunehmen, dass je nach Neigung der Rezipient/inn/en entweder sehr attraktive oder sehr unattraktive Personae das Interesse auf eine tiefer gehende Beschäftigung wecken und folglich intensive PSI nahe legen.

Neben ihrer Attraktivität unterscheiden sich Medienpersonae auch aufgrund ihrer Fiktionalität (vgl. Giles 2002: 291, 295). Einige soziale Entitäten, zum Beispiel Fabelwesen oder Tiere mit menschlichen Zügen, stellen per se nicht-existente Wesen dar und dürften entsprechend fiktiv auf die Betrachter/inn/en wirken. Andere mediale Personae, wie zum Beispiel einige Online-Avatare, erscheinen wiederum als schlecht gelungene Versuche, eine menschliche soziale Entität zu verkörpern, und dürften somit von den Beobachter/inne/n ebenfalls nicht als mediale Aufzeichnungen tatsächlich lebender Personen verstanden werden. Wir denken daher, dass sich die Fiktionalität von Medienfiguren an zwei verschiedenen Aspekten von Personae festmachen lässt: an ihrer Artifizialität und ihrem Anthropomorphismus. Hinsichtlich der Einschätzung, wie artifizial eine soziale Entität ist, gehen wir von einem Kontinuum aus, das sich zwischen den zwei Polen „natürlich“ und „künstlich“ aufspannt. Als typische Beispiele für natürliche soziale Entitäten können absolut realistisch abgebildete

Menschen oder Tiere genannt werden (z. B. Personae im Fernsehen). Typisch künstliche soziale Entitäten wären zum Beispiel schlecht animierte Online-Avatare oder Comic-Figuren, die von den Rezipient/inn/en in keinem Fall als wirklich „lebendig“ eingestuft würden. Der Anthropomorphismus einer Medienfigur beruht darauf, ob sie menschlich wirkt oder nicht. Auch hier lassen sich die Personae auf einem Kontinuum verorten. Dessen Pole können entsprechend mit „anthropomorph/menschlich“ und „nicht anthropomorph/nicht menschlich“ betitelt werden (vgl. Nass/Steuer 1993). Ein typisches Beispiel für eine anthropomorphe soziale Entität ist jegliche mediale oder nicht-mediale Darstellung eines Menschen, während soziale Entitäten, die nicht anthropomorph wirken, Tiere, Roboter, aber auch Pflanzen und Gegenstände mit bestimmten „Lebenszügen“ sein können (z. B. sprechende Gegenstände oder Pflanzen in Zeichentrickfilmen). Es sind auch Zwischenformen denkbar, zum Beispiel reale Tiere, die jedoch auf irgendeine Art menschlich wirken, oder fiktive Fabelwesen, welche menschliche Züge tragen. Geht man der Einfachheit halber einmal davon aus, dass beide Dimensionen jeweils nur die dichotome Ausprägung ihrer beiden Pole besitzen, dann lassen sie sich in einer Kreuztabelle zusammenführen, in der verschiedene soziale Entitäten eingeordnet werden können (vgl. Tabelle 1).

		<u>Wahrgenommener Anthropomorphismus</u>	
		<u>Anthropomorph</u>	<u>Nicht anthropomorph</u>
<u>Wahrgenommene</u> <u>Artificialität</u>	<u>Natürlich</u>	Menschen	Tiere
	<u>Künstlich</u>	z. B. Comic-Figur wie Homer Simpson; Star-Avatar im Computerspiel oder im World Wide Web	z. B. Comic-Hund; schlecht animiertes Monster in fiktionaler TV-Narration

Tabelle 1: Einteilung verschiedener sozialer Entitäten anhand der Merkmale „Artificialität“ und „Anthropomorphismus“

4.3 *Dynamische PSI-relevante Eigenschaften von Personae*

Während die zuvor genannten Personamerkmale Attraktivität, Artifizialität und Anthropomorphismus der eigentlichen Figur der Persona anhaften und daher im Rezeptionsverlauf eher unveränderlich bestehen dürften, sind weitere Charakteristika aufgrund der besonderen Inszenierung einer Medienfigur zu nennen, deren jeweilige Ausprägung im Rezeptionsverlauf dynamisch variieren kann. Hierzu zählen wir die Obtrusivität, die Persistenz und die Adressierung einer Persona.

Die mediale Repräsentation einer Medienfigur kann im Vergleich zwischen verschiedenen Personae in einer gegebenen Szene oder bei einer gegebenen Persona im Zeitverlauf über mehrere Szenen hinweg variieren. Im zuerst genannten Fall ist die Obtrusivität einer Persona angesprochen, im zweiten Fall ihre Persistenz. Mit Obtrusivität ist die Aufdringlichkeit einer Persona in einer Szene gemeint, welche sich zum Beispiel ergibt, wenn diese große Teile des Bildschirms vereinnahmt, so dass der Blick der Rezipient/inn/en zwangsläufig auf die Persona fallen muss, oder aber indem zum Beispiel bestimmte Lichteffekte die Persona besonders von ihrem Umfeld kontrastieren. Die Persistenz bezieht sich hingegen auf die Präsenz und Dominanz einer Persona in aufeinander folgenden Darstellungssequenzen.

Der kommunikative Rahmen (vgl. Abschnitt 2.4), der jedem massenmedialen Angebot zugrunde liegt, verleiht der Persistenz und Obtrusivität einer Persona einen symbolischen Stellenwert. Denn den Rezipient/inn/en dürfte bewusst sein, dass die Persona bei der Produktion des medialen Angebots geplant in Szene gesetzt wurde, wodurch ihrer Obtrusivität und Persistenz ein gewisser kommunikativer Mitteilungscharakter anhaftet. Auf diese Weise wird die parasoziale Beschäftigung mit einer Persona bereits durch das mediale Angebot nahe gelegt.

Die Adressierung, die durch eine Persona vorgenommen wird, ist aufgrund ihres Stellenwerts, der ihr gemeinhin für PSI eingeräumt wird, ein wenig ausführlicher zu beschreiben. Mit

anderen Autor/inn/en teilen wir die Annahme, dass die Adressierung einen wichtigen Faktor in der Herstellung der „Illusion eines Face-to-Face-Kontakts“ (vgl. Gleich 1997: 36), als welche PSI häufig beschrieben wird, darstellt (vgl. Auer/Davis 1991; Bente/Otto 1996; Giles 2002; Gleich/Burst 1996; Hippel 1998). Jedoch wurde unseres Wissens bislang kaum präzisiert, was unter einer Adressierung durch die Persona eigentlich genau zu verstehen ist (mit Ausnahme von Hippel 1998).

Wir sind zunächst der Meinung, dass bestimmte Merkmale existieren müssen, die es erlauben, ein beliebiges Verhalten einer anderen sozialen Entität als eine Adressierung zu kennzeichnen. Denn an bestimmten Schlüsselreizen müssen sich Beobachter/innen ja orientieren können, um zu entscheiden, ob ein gerade wahrgenommenes Verhalten einer anderen sozialen Entität an sie adressiert war oder nicht. Wir gehen davon aus, dass im Vergleich zur Realität ganz ähnlich strukturierte, wenn nicht sogar gleiche Schlüsselreize auch in der medialen Darstellung von Figuren vorkommen, weswegen die Adressierung auch in medial vermittelten Situationen funktioniert.

Welche Angebotsmerkmale erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass sich die Rezipient/inn/en durch eine Persona adressiert und angesprochen fühlen? Drei Schlüsselreize halten wir für besonders relevant: die dargestellte räumliche Distanz der Person, die non-verbale Bezugnahme und die verbale Bezugnahme.

Generell besitzt die räumliche Distanz in sozialen Interaktionssituationen einen wichtigen Informationsgehalt (vgl. „spacing behaviors“, Burgoon/Jones 1976: 131; vgl. Burgoon 1978). Dieser Umstand dürfte auch für die Entscheidung von Beobachter/inne/n gelten, ob eine Adressierung vorliegt oder nicht. Die Wahrscheinlichkeit, dass eine andere Person die Beobachter/innen wahrnimmt, sie in ihr Verhalten einplant und auf diese Weise auch adressiert, ist umso höher, je geringer die räumliche Distanz ist, in welcher sie sich zu ihnen befindet. Weil die Beobachter/innen um diesen Umstand wissen, werden sie eher eine Adressierung bei Personen vermuten, die sich in ihrer unmittelbaren Nähe befinden, als bei

Personen, die sich räumlich in weiter Distanz zu ihnen aufhalten. Die räumliche Distanz kann deswegen als ein Schlüsselreiz angesehen werden, an welcher sich eine Adressierung bzw. das Gefühl, persönlich angesprochen zu sein, festmacht.

Besonders die Medien Film und Fernsehen sind nun imstande, Personen räumlich darzustellen und auf diese Weise scheinbare Distanzen zwischen den Rezipient/inn/en und den dargestellten Personae zu etablieren: „The relative size of people or objects within the screen, therefore, would serve as a cue to the distance of people and objects from the viewer. [...] I call this a para-proxemic relationship“ (Meyrowitz 1978: 258). Folgt man Meyrowitz, dann dürfte also auch die mediale Darstellung von Distanzen dazu führen, dass sich die Rezipient/inn/en adressiert fühlen (vgl. Meyrowitz 1978; siehe auch Lombard 1995; Reeves/Nass 1996; vgl. auch für Virtuelle Realitäten Bailenson/Blascovich/Beall/Loomis 2001). Dieser Effekt dürfte auch häufig beobachtbar sein, weil die Medien das Verhalten von Personae häufig aus einer sehr geringen räumlichen Nähe abbilden (vgl. bereits Horton/Wohl 1956).

Die non-verbale Bezugnahme dürfte sich insbesondere über die Körperhaltung der Personae ausdrücken: Eine Adressierung liegt also nahe, wenn die Personae eine zu den Rezipient/inn/en hingewendete Körperhaltung besitzt, was nicht nur die Haltung des Ober- und des Unterkörpers, sondern insbesondere die Kopfhaltung betreffen dürfte. Differenziert man in diese Richtung weiter, scheint es plausibel, dass insbesondere die Blickrichtung (also, um im Bild zu bleiben, die Haltung der Augen) eine Adressierung nahe legt (vgl. auch „Augengruß“ bei Grammer/Schiefenhövel/Schleidt/Lorenz/Eibl-Eibesfeldt 1988; für Medienfiguren u. a. Bailenson/Blascovich/Beall/Loomis 2001; Garau/Slater/Bee/Sasse 2001).

Als ein weiterer Schlüsselreiz kann zuletzt die verbale Bezugnahme angesehen werden. Diese lässt sich etwas schwerer präzisieren als die zwei zuvor genannten Schlüsselreize. Dieses mag ein Beispiel aus dem Schulalltag verdeutlichen. Wenn ein Lehrer zu seinen Schüler/inn/en sagt: „Schlagt mal bitte Seite 3 des Lesebuches auf“, dann wissen die Schüler, dass sie auch

dann adressiert sind, wenn der Lehrer sie nicht explizit dabei anguckt. Auch die Medienpersona kann auf diese Weise einzelnen Rezipient/inn/en das Gefühl verleihen, dass sie adressiert werden, ohne dass sie dabei einen Blickkontakt aufnimmt und ihr Körper zu den Rezipient/inn/en hingewendet ist. Aber wie lässt sich dieser Prozess näher beschreiben, dass sich die Rezipient/inn/en allein durch bestimmte Worte und Aussagen der Persona angesprochen fühlen? Uns ist keine Quelle in der Literatur bekannt, die sich mit diesem Problem explizit auseinandergesetzt hätte. Wir vermuten, dass das Selbstkonzept eines Menschen (vgl. Mummendey 1995) an dieser Stelle einigen Aufschluss geben könnte. Das Selbstkonzept kann als „die Gesamtheit der auf die eigene Person bezogenen Beurteilungen“ (Mummendey 1995: 55) verstanden werden. Die Beurteilungen umfassen dabei „körperliche und physische Merkmale aller Art, im einfach beschreibenden, aber auch im bewertenden Sinne, Merkmale aus der Vergangenheit, [...] Merkmale, die man sich gegenwärtig zuschreibt, oder Merkmale, die man sich wünscht“. Das Selbstkonzept beinhaltet daher auch soziale Kategorisierungen wie zum Beispiel „ich bin ein Hobby-Gärtner“. Wenn nun die Aussage einer anderen Person, zum Beispiel eines Show-Moderators im Fernsehen, diese Zuordnung „trifft“, dann fühlt sie die Person folglich angesprochen (z. B. bei den Aussagen „Hey, du Hobby-Gärtner!“ oder „Hobby-Gärtner sind pedantisch!“). Da das Selbstkonzept jedoch eher überdauernde Selbsteinschätzungen beinhaltet (Mummendey 1995: 55), besteht noch Erklärungsbedarf für Adressierungen, welche situative Merkmale aufgreifen. So kann man sich zum Beispiel auch durch die Aussage eines anderen Menschen „Die meisten Leute, die in der Klemme stecken, sind selbst schuld“ adressiert fühlen, sofern man sich selbst in der situativen Lage sieht, dass man „in der Klemme steckt“.

Vor dem Hintergrund der aufgeführten drei Schlüsselreize kann nun auch die in Abschnitt 2.4 bereits angesprochene Unterscheidung von direkter und indirekter Adressierung differenzierter erläutert werden.

Im Vergleich zu der indirekten Adressierung stellt die direkte Adressierung die explizitere Art der Kontaktaufnahme durch die Persona dar. Eine typische direkte Adressierung konstituiert sich nicht nur über die verbale Bezugnahme (z. B.: „Lieber Leser“ oder „Sehr geehrtes Publikum vor dem Fernseher“), sondern auch über non-verbale Merkmale wie etwa ein zum Adressaten hingewandtes Gesicht. Die Persona richtet also sowohl ihr verbales als auch ihr non-verbales Verhalten ganz offensichtlich nach den Rezipient/inn/en aus; die Rezipient/inn/en können aufgrund der Eindeutigkeit der Schlüsselreize leicht erkennen, dass sie adressiert werden. Als Einschränkung ist jedoch in Anlehnung an Hippel (1998) zu vermerken, dass die direkte Adressierung im massenkommunikativen Kontext notwendigerweise etwas unspezifischer bleiben muss als vergleichbare Adressierungen in Face-to-Face-Situationen. Eine spezifische Adressierung der Rezipient/inn/en selbst (z. B.: „Hallo Christine, hallo Paul“), wie sie in vielen Face-to-Face-Situationen üblich ist, kann in der typischen massenmedialen direkten Adressierung nicht stattfinden. Statt dessen wird mit Allgemeinplätzen gearbeitet, die alle einzelnen Adressaten einbeziehen sollen (z. B.: „Sehr geehrtes Publikum“).

Die indirekte Adressierung ist implizierter und daher schwieriger zu erfassen. Ausgangspunkt ist auch hier der Gedanke, dass eine Ansprache der Rezipient/inn/en auf verschiedenen Schlüsselreizen beruht. Im Gegensatz zur direkten Adressierung werden jedoch bei der indirekten Adressierung inkonsistent zueinander stehende Schlüsselreize geboten. Ein Beispiel hierzu aus einer interpersonellen Situation: Drei Menschen treffen sich, die erste Person wendet sich der zweiten zu, intoniert dann aber gewisse Wörter in ihrer Botschaft in einer solchen Art und Weise, dass sich vor allem die dritte Person angesprochen fühlt. Die Adressierung wird in diesem Beispiel nur auf einer von mehreren möglichen Ebenen explizit vorgenommen, nämlich auf der Ebene der paraverbalen Intonation. Dadurch ist sie weniger eindeutig erkennbar als eine direkte Adressierung, in welcher die Schlüsselreize auf den verschiedenen möglichen Ebenen viel eindeutiger ausgeprägt sind.

Folgt man diesen Ausführungen, dann beruht die Adressierung der Persona insgesamt auf der Kombination verschiedener Schlüsselreize. Birgt die Darstellung der Persona nur vereinzelte und unter Umständen auch zueinander inkonsistente Schlüsselreize, dann fällt ihre Adressierung insgesamt weniger eindeutig aus. Werden hingegen viele und zueinander konsistente Schlüsselreize geboten, ist die Adressierung wesentlich eindeutiger.

Wenn die Rezipient/inn/en aufgrund der besonderen Adressierung der Persona zu dem Gefühl gelangen, dass diese ihr Verhalten in gewisser Weise auf ihre Anwesenheit hin ausrichtet, wie sie es auch aus interpersonellen Kommunikationssituationen kennen, dann dürfte sich ihr nachfolgendes Interaktionsverhalten verändern. So dürften Rezipient/inn/en zum Beispiel einer Persona mit hoher Adressierungsleistung mehr Aufmerksamkeit zuteil werden lassen als vergleichbaren anderen Figuren. Die Vermutung liegt daher nahe, dass eine tiefer gehende parasoziale Auseinandersetzung mit der Persona umso ausgeprägter ist, je höher die Adressierungsleistung der Persona ist (vgl. für eine erste empirischen Bestätigung dieser Annahme Auter/Davis 1991; Gleich 1997: 158).

5. PSI-RELEVANTE NUTZEREIGENSCHAFTEN

Folgt man den bisherigen Ausführungen, dann sollten PSI in Abhängigkeit verschiedener angebotsseitiger Merkmale der Persona variieren. Weil PSI jedoch grundsätzlich ein interaktionales Phänomen darstellen, das sich stets aus dem Zusammenspiel von Angebots- und Nutzerfaktoren ergibt, ist ebenso die Frage zu klären, welche rezipient/inn/enseitigen Eigenschaften die Ausgestaltung von PSI beeinflussen könnten.

Wir nehmen an, dass die parasoziale Auseinandersetzung mit einer Persona insbesondere in Abhängigkeit der Motivation der Rezipient/inn/en variieren sollte. Generell dürfte gelten: Nur wenn die Rezipient/inn/en hinreichend motiviert sind, dürfte es zu einer tiefer gehenden

Auseinandersetzung mit der Persona kommen. Im Falle einer niedrigen Motivation kann das Zustandekommen von PSI zwar nicht immer gänzlich ausgeschlossen werden, da zum Beispiel bei einer hohen Obtrusivität der Medienfigur gewisse personabezogene Wahrnehmungs- und Verarbeitungsprozesse nicht unterdrückt werden können. Aber es ist anzunehmen, dass in solchen Fällen die PSI weniger elaboriert und intensiv ausfallen (vgl. ausführlich Hartmann/Schramm/Klimmt 2004). Die Motivation der Rezipient/inn/en, sich mit einer Persona parasozial zu beschäftigen, kann innerhalb des Rezeptionsverlaufs intraindividuell variieren (vgl. Hartmann/Schramm/Klimmt 2004). Zugleich sollte sie aber auch interindividuell zwischen verschiedenen Rezipient/inn/en unterschiedlich hoch ausgeprägt sein, weswegen sich die Frage stellt, auf welche Nutzereigenschaften diese Differenzen zurückzuführen sind.

5.1 Einsamkeit

Bereits Horton und Wohl (1956) haben vermutet, dass einsame Menschen, die wenig Sozialkontakte pflegen, besonders empfänglich für parasoziale Interaktionsangebote sein dürften: „[...] the media present opportunities to which the spectator has [...] a legitimate claim, but for which he finds no opportunity in his social environment. This function of the para-social then can properly be called compensatory, inasmuch as it provides the socially and psychologically isolated with a chance to enjoy the elixir of sociability“ (195). Am präzisesten wurde die Annahme, dass PSI als funktionaler Ersatz für ortho-soziale Interaktionen für eine bestimmte Gruppe von Personen sein könnten, bislang von Vorderer und Knobloch (1996) ausformuliert. Zwar bezogen sich Vorderer und Knobloch (1996) in ihrer Studie ausschließlich auf parasoziale Beziehungen (PSB), jedoch erscheinen die gefundenen Ergebnisse auch für PSI plausibel. In ihrer Studie überprüften sie empirisch die Annahme, ob gesellige, aber schüchterne Menschen PSI-Angebote kompensatorisch nutzen

und somit intensivere PSB vorweisen als ungesellige oder selbstbewusste Menschen. Die Hypothese konnte zum Teil bestätigt werden: „Schüchterne Personen mit einem ausgeprägten Affiliationsmotiv („Kompensierer“) erleben intensivere parasoziale Beziehungen als gesellige, nichtschüchterne Personen („sozial Orientierte“), aber nur wenig intensivere Beziehungen als nichtgesellige Schüchterne („schüchterne Einzelgänger“).“ (213). Hypothesenwidrig war jedoch der Befund, dass Personen, die weder gesellig noch schüchtern waren („selbstbewußte Einzelgänger“, 213), die intensivsten PSB aufwiesen. Auch andere empirische Studien spiegeln die uneinheitliche Bestätigung der „Einsamkeits-Hypothese“ wider. So findet Levy (1979), dass intensivere PSI bei einsamen Menschen vorliegen; jedoch konnte in einer Reihe an Studien auch kein direkter Zusammenhang zwischen Einsamkeit und Intensität der PSI festgestellt werden (vgl. Fabian 1993; Nordlund 1978; Rubin/Perse/Powell 1985). Insgesamt spiegeln die empirischen Befunde somit ein heterogenes Bild wider. Nur unter einem gewissen Vorbehalt kann daher gefolgert werden, dass einsamen bzw. geselligen aber schüchternen Menschen der parasoziale Kontakt zu Personae besonders attraktiv erscheinen sollte und sie daher zu tiefer gehenden Beschäftigungen mit verschiedenen Personae besonders motiviert sein sollten.

5.2 Bedürfnis nach sozialem Nutzen

Die heterogenen Befunde zu der „Einsamkeits-Hypothese“ können auch als Beleg gedeutet werden, dass diese Annahme zu rigide formuliert ist. Mit anderen Worten: Die Annahme, dass PSI und PSB gerade sozial isolierten Menschen eine Art Ausflucht bieten, wirft ein ungerechtfertigtes sozialkritisches Licht auf dieses Medienphänomen und rückt Menschen, die intensive PSI durchführen bzw. intensive PSB aufweisen, in die Ecke pathologischer Außenseiter/innen. Entgegen der „Einsamkeits-Hypothese“ wird auch in der Literatur häufig darauf hingewiesen, dass es sich bei PSI nicht um ein pathologisches, sondern vielmehr um

ein ganz alltägliches und natürlich in den Medien angelegtes Phänomen handelt (vgl. zum Beispiel Frey 1996; Hippel 1992). Entsprechend ist zu erwarten, dass die nutzerseitigen Faktoren, welche die Intensität der PSI beeinflussen, einer größeren Gruppe an Personen zu eigen ist, als nur der vermeintlich kleinen Gruppierung einsamer Menschen. Zu dieser Sichtweise passen die empirischen Befunde von Gleich (1997) und einer Reihe anderer Forscher (siehe hierzu Gleich 1997: 162), wonach „für die Erklärung von parasozialer Interaktion mit Fernsehpersonen [...] die Motive der Zuschauer [...], insbesondere die Erwartung, ‚sozial nützliche‘ Informationen zu erhalten, [...] eine wichtige Rolle spielen“ (162). Diese Annahme spricht dafür, dass nicht allein einsame Menschen motiviert sind, intensive PSI durchzuführen. Vielmehr dürften PSI in Abhängigkeit des natürlichen Interesses vieler Zuschauer/innen variieren, in sozialer Hinsicht nützliche Informationen von der Persona zu beziehen, um sich im Alltag zu orientieren und sozial zu positionieren. So gesehen dürften besonders jene Menschen zur Durchführung intensiver PSI motiviert sein, die aus einer starken sozialen Nützlichkeitsersparung heraus ein Medium rezipieren.

6. FAZIT: IMPLIKATIONEN DER VORÜBERLEGUNGEN FÜR DIE ENTWICKLUNG EINES PSI-MODELLS

Die in diesem Artikel vorgestellten Überlegungen bilden gemeinsam mit der an der bisherigen PSI-Forschung geübten Kritik (Schramm et al. 2002) die Grundlage für die Explikation eines prozessualen PSI-Modells (vgl. Hartmann/Schramm/Klimmt 2004). Konzeptionell wurde die Position von PSI im Verhältnis zu sozialen Interaktionen mit anwesenden realen Personen einerseits und zum Kommunikationsbegriff andererseits genauer bestimmt, um ein eindeutigeres Verständnis von PSI zu gewinnen. Demnach können PSI als asymmetrische Interaktionsform beschrieben werden, denn den Rezipient/inn/en steht keine (technische) Möglichkeit zur Verfügung, innerhalb des Rezeptionsprozesses Einfluss auf die Personae zu nehmen. Oftmals wird die technisch bedingte Asymmetrie der PSI durch die inhaltliche Gestaltung des Medienangebots ergänzt, nämlich wenn die Personae nur miteinander kommunizieren, sich aber nicht direkt an das Publikum wenden und es dadurch in die Rolle bloßer Zuschauer/innen oder Mithörer/innen versetzen. Einen Sonderfall von PSI stellt die parasoziale Kommunikation dar. Sie liegt vor, wenn die Persona das Publikum direkt adressiert, also eine explizite Kommunikationsabsicht besteht, etwa bei Nachrichtensprecher/inne/n, die förmliche Grußworte an die Zuschauer/innen richten. Neben diesen begrifflichen Klärungen erfordert die Modellierung von PSI eine genauere Analyse der Adressierung des Publikums durch eine Persona. Denn das Verhalten der Medienpersonen und die Art ihrer Orientierung zum Publikum ist die „treibende Kraft“ bei der Ausgestaltung und Fortentwicklung von PSI. Ein Modell sollte daher dem Verhalten und der „Adressierungsleistung“ der Persona gebührende Beachtung schenken und Annahmen über Zusammenhänge zwischen diesen Personamerkmale und der Art und Intensität von PSI formulieren.

Die vorgeschlagenen Unterscheidungen zwischen PSI und parasozialer Kommunikation einerseits sowie zwischen direkter und indirekter Adressierung andererseits legen nahe, dass die Modellierung von PSI nicht von einem unidimensionalen Konstrukt ausgehen sollte, sondern dass vielmehr eine Binnendifferenzierung von PSI erforderlich ist. Aus den Überlegungen lässt sich eine Struktur von PSI theoretisch herleiten, welche sich als gewinnbringender erweisen dürfte als eine empiriebasierte Dimensionalisierung anhand von Faktorenanalysen mit einer PSI-Skala (Rubin/Perse/Powell 1985). So bietet es sich an, PSI als Prozess mit kognitiven, affektiven und konativen Anteilen zu modellieren, welche sich

jeweils in Abhängigkeit von den Eigenschaften und dem (Adressierungs-)Verhalten der Persona, aber auch in Abhängigkeit der rezipientenseitigen Motivation und erachteten Angemessenheit spezifisch darstellen. Eine kontinuierliche direkte Ansprache des Publikums durch eine Persona dürfte zum Beispiel andere Denkprozesse und emotionale Reaktionen hervorrufen als eine indirekte Adressierung, weil sich die Rezipient/inn/en in besonderer Weise einbezogen fühlen (können). Ihre Gedanken und Gefühle dürften sie daher auf ihre Rolle als Antwortende bzw. Situationsteilnehmer/innen ausrichten, anstelle – wie bei einer indirekten Adressierung zu vermuten wäre – sich auf das Nachvollziehen und Verstehen der Persona(e) zu beschränken. Vor der Ausarbeitung der unterschiedlichen Teilprozesse von PSI sollte ein Rezeptionsmodell jedoch die Fragen klären, unter welchen Umständen überhaupt Personae als soziale Wesen erkannt werden und welche Rolle basale Prozesse der Personenwahrnehmung und Eindrucksbildung bei der Formation von PSI spielen. Denn auch diese Prozesse dürften eine nicht unerhebliche Rolle dabei spielen, wie Rezipient/inn/en gegenüber Medienpersonen denken, fühlen und handeln (Schramm et al. 2002). Ferner wird das Modell dem Wissen der Rezipient/inn/en um die Vermitteltheit der Situation Rechnung tragen müssen, etwa mit Blick auf die wahrgenommenen Freiheitsgrade bei personabezogenen Kognitionen, Emotionen und Konationen. Denn das Wissen um die Medialität der Rezeptionssituation nimmt konzeptuell eine Schlüsselstellung ein, um die Besonderheiten von PSI gegenüber realen sozialen Interaktionen zu verstehen. In einem darauf aufbauenden Beitrag (Hartmann/Schramm/Klimmt, 2004) greifen wir diese Schlussfolgerungen auf und lassen sie in ein integratives PSI-Prozessmodell einfließen, das die evidenten Probleme der bisherigen PSI-Forschung beheben soll.

LITERATUR

- Asendorpf, Jens/Banse, Rainer (2000): Die Psychologie der Beziehung. Göttingen.
- Auter, Philip J./Davis, Donald M. (1991): When characters speak directly to viewers: Breaking the fourth wall in television. In: *Journalism Quarterly*, 68. Jg., 165-171.
- Baldwin, Mark W. (1992): Relational schemas and the processing of social information. In: *Psychological Bulletin*, 112. Jg., S. 461-484.
- Bailenson, Jeremy N./Blascovich, Jim/Beall, Andrew C./Loomis, Jack M. (2001): Equilibrium Theory Revisited: Mutual Gaze and Personal Space in Virtual Environments. In: *Presence*, 10. Jg., S. 583-598.
- Bente, Gary/Otto, Ingolf (1996): Virtuelle Realität und parasoziale Interaktion. In: *Medienpsychologie*, 8. Jg., S. 217-242.
- Blickle, Gerhard (1999): Organisationale Interaktion und Kommunikation. Rekonstruktion von fünfzig Jahren empirischer Forschung im Lichte grundlegender Paradigmen (Forschungsbericht Nr. 17 des Fachbereichs 8: Psychologie, Universität Koblenz-Landau). Landau.
- Brosius, Hans-Bernd/Mundorf, Norbert (1990): Eins und eins ist ungleich zwei: Differentielle Aufmerksamkeit, Lebhaftigkeit von Information und Medienwirkung. In: *Publizistik*, 35. Jg., S. 398-407.
- Burgoon, Judee (1978): A communication model of personal space violations: explication and an initial test. In: *Human Communication Research*, 4. Jg., S. 129-142.
- Burgoon, Judee K./Jones, Stephen B. (1976): Toward a theory of personal space expectations and their violations. In: *Human Communication Research*, 2. Jg., S. 131-146.
- Deutsch, Karl W. (1952): On Communication Models in the Social Sciences. In: *Public Opinion Quarterly*, 16. Jg., S. 357-380.
- Deutsch, Karl W. (1966): *The Nerves of Government*. New York.

- DeVito, Joseph A. (2001): The interpersonal communication book. New York.
- Donnerstag, Joachim (1996): Der engagierte Mediennutzer. Das Involvement-Konzept in der Massenkommunikationsforschung. München.
- Emmert, Philip/Emmert, Victoria J. L. (1984): Interpersonal Communication. Dubuque.
- Fabian, Thomas (1993): Fernsehen und Einsamkeit im Alter: Eine empirische Untersuchung zu parasozialen Interaktion. Hamburg/Münster.
- Frey, Christoph (1996): Die Bedeutung von parasozialen Beziehungen als Grundlage zur Verarbeitung medialer Stimuli. In: Vorderer, Peter (Hrsg.): Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen, S. 145-152.
- Garau, Maia/Slater, Mel/Bee, Simon/Sasse, Martina A. (2001): The impact of eye gaze on communication using humanoid avatars. Proceedings of the SIG-CHI conference on Human factors in computing systems, March 31 - April 5, 2001, Seattle, S. 309-316.
- Giles, David C. (2002): Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. In: Media Psychology, 4. Jg., S. 279-305.
- Gleich, Uli (1997): Parasoziale Interaktionen und Beziehungen von Fernsehzuschauern mit Personen auf dem Bildschirm. Ein theoretischer und empirischer Beitrag zum Konzept des aktiven Rezipienten. Landau.
- Gleich, Uli/Burst, Michael (1996): Parasoziale Beziehungen von Fernsehzuschauern mit Personen auf dem Bildschirm. In: Medienpsychologie, 8. Jg., S. 182-200.
- Goffman, Erving (1973): Interaktion: Spaß am Spiel. Rollendistanz. München.
- Grammer, Karl/Schiefenhövel, Wulf/Schleidt, Margret/Lorenz, Beatrice/Eibl-Eibesfeldt, Irenäus (1988): Patterns on the face: The Eyebrow Flash in Crosscultural Comparison. In: Ethology, 77. Jg., S. 279-299.

- Hartmann, Tilo/Klimmt, Christoph/Vorderer, Peter (2001): Avatare: Parasoziale Beziehungen zu virtuellen Akteuren. In: Medien- und Kommunikationswissenschaft, 49. Jg., S. 350-368.
- Hartmann, Tilo/Schramm, Holger/Klimmt, Christoph (2004): Personenorientierte Medienrezeption: Ein Zwei-Ebenen-Modell parasozialer Interaktionen. Publizistik, 49(1).
- Herkner, Werner (1991): Sozialpsychologie. Bern.
- Hinde, Robert (1993): Auf dem Weg zu einer Wissenschaft zwischenmenschlicher Beziehungen. In: Auhagen, Ann E./v. Salisch, Maria (Hrsg.): Zwischenmenschliche Beziehungen. Göttingen, S. 7-36.
- Hippel, Klemens (1992): Parasoziale Interaktion. Bericht und Bibliographie. In: Montage/AV, 1. Jg., S. 135-140.
- Hippel, Klemens (1996): Personae. Zu einer texttheoretischen Interpretation eines vernachlässigten Konzepts. In: Vorderer, Peter (Hrsg.): Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen, S. 53-66.
- Hippel, Klemens (1998): Prolegomena zu einer pragmatischen Fernsehtheorie. Dissertation an der Freien Universität Berlin.
- Hoffner, Cynthia/Cantor, Joanne (1991): Perceiving and responding to mass media characters. In: Bryant, Jennings/Zillmann, Dolf (Hrsg.): Responding to the screen. Hillsdale, S. 63-101.
- Horton, Donald/Wohl, R. Richard (1956): Mass communication and para-social interaction: Observation on intimacy at a distance. In: Psychiatry, 19. Jg., S. 185-206.
- Jäckel, Michael (1995): Interaktion. Soziologische Anmerkungen zu einem Begriff. In: Rundfunk und Fernsehen, 43. Jg., S. 463-476.

- Jarren, Ottfried (1994): Über den Nutzen von Modellen und Fachbegriffen. In: Jarren, Ottfried (Hrsg.): Medien und Journalismus 1. Eine Einführung. Opladen, S. 16-52.
- Johansson, Gunnar (1973): Visual perception of biological motion and a model for its analysis. In: Perception & Psychophysics, 14. Jg., S. 201-211.
- Johansson, Gunnar (1976): Spatio-temporal differentiation and integration in visual motion perception. In: Psychological Research, 38. Jg., S. 379-393.
- Jones, Edward E./Gerard, Harold B. (1967): Foundations of social psychology. New York.
- Keppler, Angela (1996): Interaktion ohne reales Gegenüber. Zur Wahrnehmung medialer Akteure im Fernsehen. In: Vorderer, Peter (Hrsg.): Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen, S. 11-24.
- Knobloch, Silvia (1996): Überlegungen zur Charaktersynthese von non-fiktionalen Medienfiguren. Stellungnahme zu dem Beitrag von Hans J. Wulff. In: Vorderer, Peter (Hrsg.): Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen, S. 49-52.
- Köck, Wolfram K. (1991): Kognition – Semantik – Kommunikation. In: Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus. Frankfurt a. M., S. 340-373.
- Krotz, Friedrich (1996): Parasoziale Interaktion und Identität im elektronisch mediatisierten Kommunikationsraum. In: Vorderer, Peter (Hrsg.): Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen, S. 73-90.
- Lersch, Philipp (1965): Der Mensch als soziales Wesen: Eine Einführung in die Sozialpsychologie. München.
- Levy, Mark R. (1979): Watching TV News as Para-Social Interaction. In: Journal of Broadcasting, 27. Jg., S. 68-80.
- Littlejohn, Stephen W. (1996): Theories of Human Communication. Belmont.
- Lombard, Matthew (1995): Direct Responses to People on the Screen: Television and Personal Space. In: Communication Research, 22. Jg., S. 288-324.

- McCroskey, James C./McCain, Thomas A. (1974): The measurement of interpersonal attraction. In: *Speech Monographs*, 41. Jg., S. 261-266.
- Meyrowitz, Joshua (1978): *Television and Interpersonal Behavior: Codes of Perception and Response*. In: Gumpert, Gary/Cathcart, Robert. (Hrsg.): *Inter/Media. Interpersonal communication in a media world*. New York, S. 253-272.
- Mikos, Lothar (1996): *Parasoziale Interaktion und indirekte Adressierung*. In: Vorderer, Peter (Hrsg.): *Fernsehen als „Beziehungskiste“*. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen, S. 97-106.
- Mummendey, Hans D. (Hrsg.) (1995): *Psychologie der Selbstdarstellung*. Göttingen.
- Nass, Clifford/Steuer, Jonathan (1993): *Anthropomorphism, Agency & Ethopoeia. Computers as Social Actors*. In: *Human Communication Research*, 19. Jg., S. 504-527.
- Nordlund, Jan E. (1978): *Media interaction*. In: *Communication Research*, 5. Jg., S. 150-175.
- Opp, Karl-Dieter (1972): *Verhaltenstheoretische Soziologie. Eine neue soziologische Forschungsrichtung*. Reinbek bei Hamburg.
- Reeves, Byron/Nass, Clifford (1996): *The media equation. How people treat computers, television and new media like real people and places*. Stanford.
- Rubin, Alan M./Perse, Elizabeth M./Powell, Robert A. (1985): *Loneliness, parasocial interaction, and local television news viewing*. In: *Human Communication Research*, 12. Jg., H. 2, S. 155-180.
- Rusch, Gebhard (1994): *Kommunikation und Verstehen*. In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): *Die Wirklichkeit der Medien*. Opladen, S. 60-78.
- Schramm, Holger/Hartmann, Tilo/Klimmt, Christoph (2002): *Desiderata und Perspektiven der Forschung über parasoziale Interaktionen und Beziehungen zu Medienfiguren*. In: *Publizistik*, 47. Jg., S. 436-459.

- Vorderer, Peter (1992): Fernsehen als Handlung. Fernsehfilmrezeption aus motivationspsychologischer Perspektive. Berlin.
- Vorderer, Peter (Hrsg.) (1996): Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen.
- Vorderer, Peter (1998): Unterhaltung durch Fernsehen: Welche Rolle spielen parasoziale Beziehungen zwischen Zuschauern und Fernsehakteuren? In: Roters, Gunnar/Klingler, Walter/Zöllner, Oliver (Hrsg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen, Akteure, Methoden. Baden-Baden, S. 689-707.
- Vorderer, Peter/Knobloch, Silvia (1996): Parasoziale Beziehungen zu Serienfiguren: Ergänzung oder Ersatz? In: Medienpsychologie, 8. Jg., S. 201-216.
- Weick, Karl E. (1985): Der Prozeß des Organisierens. Frankfurt a. M.
- Wulff, Hans J. (1992): Fernsehkommunikation als parasoziale Interaktion: Notizen zu einer interaktionistischen Fernsehtheorie. In: Semiotische Berichte, 16. Jg., H. 3-4, S. 279-295.
- Wulff, Hans J. (1996a): Charaktersynthese und Paraperson: Das Rollenverhältnis der gespielten Fiktion. In: Vorderer, Peter (Hrsg.): Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen, S. 29-48.
- Wulff, Hans J. (1996b): Parasozialität und Fernsehkommunikation. In: Medienpsychologie, 8. Jg., S. 163-181.