

Holger Schramm

Interaktives Fernsehen. Entstehen und Erleben von parasozialen Interaktionen und Beziehungen zwischen Rezipienten und Protagonisten bei interaktiver Filmrezeption

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2000 GRIN Verlag, Open Publishing GmbH
ISBN: 9783638101189

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/161>

Holger Schramm

Interaktives Fernsehen. Entstehen und Erleben von parasozialen Interaktionen und Beziehungen zwischen Rezipienten und Protagonisten bei interaktiver Filmrezeption

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Interaktives Fernsehen: Mittendrin statt nur dabei?

Zum Entstehen und Erleben von parasozialen Interaktionen und Beziehungen
zwischen Rezipienten und Protagonisten bei interaktiver Filmrezeption.

Diplomarbeit

zur Erlangung des Hochschulgrades
eines
Diplom-Medienwissenschaftlers (Dipl.-Medienwiss.)

Studiengang Medienmanagement (Angewandte Medienwissenschaft)
Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung
Hochschule für Musik und Theater Hannover

eingereicht von

Holger Schramm

Hannover, den 18. Februar 2000

Erstgutachter: Prof. Dr. Peter Vorderer

Zweitgutachterin: Dipl.-Medienwiss. Daniela Schlütz, MSc

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung und Problemstellung.....	4
2	Theorie und Forschungsstand	8
2.1	Interaktion, Interaktivität und interaktives Fernsehen	8
2.1.1	Zu den Begriffen der Interaktion und Interaktivität.....	8
2.1.2	Definition und Formen interaktiver Medien	14
2.1.3	Interaktives Fernsehen.....	18
2.1.3.1	Versuch einer begrifflichen Annäherung	19
2.1.3.2	Forschung und empirische Befunde	27
2.2	Parasoziale Interaktionen und Beziehungen zu Fernsehakteuren	34
2.2.1	Definition und Wesensbeschreibung.....	34
2.2.2	Vergleich mit nicht-medialen (parasozialen) Interaktionen und Beziehungen	39
2.2.3	Überblick über die wichtigsten empirischen Befunde	41
2.2.4	Parasoziale Interaktionen als interaktionistisches Modell von Fernsehrezeption	46
2.2.5	Alternativer Ansatz für die Erklärung von parasozialen Interaktionen: Affective Disposition Theory.....	48
2.3	Verbindung der Theoriefelder: Parasoziale Interaktionen beim interaktiven Fernsehen unter Berücksichtigung der Affective Disposition Theory	50
2.3.1	Affective Disposition Theory: Ergänzung oder Ersatz für die Erklärung parasozialer Interaktionen?.....	50
2.3.2	Parasoziale Interaktionen bei interaktiver Rezeption.....	57
2.3.3	Hypothesen und Forschungsfragen.....	59
3	Methodisches Vorgehen.....	65
3.1	Rahmenbedingungen	65
3.2	Forschungsdesign	65
3.3	Operationalisierung	66

3.3.1	Unabhängige Variablen.....	67
3.3.2	Abhängige Variablen.....	69
3.3.3	Weitere hypothesen-relevante Variablen.....	73
3.4	Beschreibung des Stimulus-Materials	80
3.5	Beschreibung der Stichprobe	82
3.6	Erhebungssituation und Durchführung der Untersuchung	83
4	Ergebnisse.....	86
4.1	Überprüfung der Voraussetzungen des Forschungsdesigns	86
4.2	Einbeziehen von weiteren Moderatorvariablen	88
4.3	Deskriptive Ergebnisse	89
4.3.1	Persönlichkeitsmerkmale.....	90
4.3.2	Mediennutzung.....	91
4.3.3	Bewertung des Protagonisten.....	93
4.3.4	Sozio-emotionales Filmerleben.....	96
4.4	Hypothesenprüfung	98
4.5	Exploration und Prüfung der Forschungsfragen	105
4.6	Ergebnisse im Überblick	118
5	Interpretation.....	120
6	Fazit und Ausblick.....	124
7	Literaturverzeichnis.....	127
8	Abbildungsverzeichnis.....	136
9	Tabellenverzeichnis.....	138
10	Abkürzungen und Zeichen.....	140
11	Anhang.....	142

Einleitung und Problemstellung

Es zeichnet sich ein Wechsel von der Massenkommunikation zu verschiedenen Formen technischer Individualkommunikation ab. Schon im Verlauf des dualen Rundfunksystems ist eine zunehmende Zersplitterung der Adressaten von Massen zu Zielgruppen erkennbar. Mit der Digitalisierung wird sich dieser Prozeß zugunsten einer Individualisierung der bisherigen Massenkommunikation fortsetzen. Aus dem passiven Zuschauer früherer Fernsehjahre soll künftig ein aktiver User werden, der die verschiedenen Formen der Mediennutzung seinen individuellen Bedürfnissen anpaßt (Bleicher, 1995, S. 70).

Dieses Zitat birgt eine Reihe von Behauptungen und steht beispielhaft für die aktuelle Diskussion um die Zukunft der Medienlandschaft und der Massenkommunikation. Richtig ist sicherlich die Beobachtung einer zunehmenden Fragmentierung der Zuschauer seit Einführung des dualen Rundfunksystems. Ebenfalls kann der Trend zu einer verstärkten Individualkommunikation nicht geleugnet werden. Ob sich allerdings dieser Trend aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung fortsetzen wird, ob tatsächlich die Individualkommunikation nach und nach die ‚Oberhand‘ gegenüber der Massenkommunikation gewinnen wird (vgl. hierzu: Hoffmann-Riem & Vesting, 1994; Wehner, 1997) und ob die neuen (interaktiven) Medien die traditionellen Medien ersetzen oder vielleicht doch nur ergänzen werden (vgl. hierzu: Harms & Voermanek, 1994; Schmid & Kubicek, 1994), kann zum jetzigen Zeitpunkt nicht kategorisch geklärt werden. Vielleicht ist es in diesem Zusammenhang auch erforderlich, mit neuen Kategorien, Modellen und Begrifflichkeiten zu arbeiten. Berghaus (1997) stellt hierzu fest:

Multimediale Kommunikationstechnologien lösen Grenzen auf. Scheinbar fixe Grundkategorien der Medienbetrachtung verlieren ihre Eindeutigkeit, (...) Definitionen geraten ins Schwimmen. Die Differenz zwischen einerseits Massenkommunikation und andererseits interpersoneller Kommunikation (...) verwischt. (...) Wenn man vorher im Zusammenhang mit Medien von ‚Kommunikation‘ gesprochen hat, war das nicht viel mehr als eine Metapher. Nun können zum ersten Mal Anbieter und Nutzer als wirklich potentiell gleichberechtigte Kommunikationspartner beteiligt sein. Damit bricht das ganze, vertraute Paradigma ‚Massenmedien‘ zusammen. Die Entgrenzung ist bei allen Faktoren im Massenkommunikationsprozeß zu beobachten. Geht man vom traditionellen Modell Sender, Medium, Empfänger aus, dann kann man feststellen, dass alle drei Instanzen demontiert werden (Berghaus, 1997, S. 77-78).

Ziel zukünftiger Forschung und wissenschaftlicher Arbeit sollte es also sein, die neuen Kommunikationsstrukturen und -möglichkeiten mit entsprechend neuen Kommunikationsmodellen zu beschreiben und geeignete Begrifflichkeiten und Definitionen zu finden. Da sich diese Arbeit mit dem Forschungsgegenstand ‚interaktives Fernsehen‘ beschäftigen wird, soll ein Ziel der theoretischen Vorarbeiten sein, den Begriffen ‚Interaktion‘, ‚Interaktivität‘, ‚interaktive Medien‘ und ‚interaktives Fernsehen‘ über eine Reihe von Definitionen und Überlegungen Grenzen und Strukturen zu verleihen.

Ein weiteres Problem, das sich aus dem obigen Zitat von Bleicher ergibt, ist die Frage nach dem Umgang mit interaktiven Medien und interaktivem Fernsehen im speziellen. Ob sich der passive Zuschauer generell zum aktiven ‚User‘ entwickeln wird, ist höchst fraglich. Denn bei diesem populären Thema wird oft vergessen, dass im Mittelpunkt immer noch der Mensch steht: Eine Veränderung der technischen Möglichkeiten und eine damit einhergehende Veränderung von Medienangeboten müssen nicht zwangsläufig auf ‚Gegenliebe‘ beim Zuschauer bzw. Medienanwender stoßen. Zu vermuten ist, dass Kommunikationstechniken sich schneller entwickeln als der Mensch, der sie anwenden soll. Warum sollten Zuschauer, die es bisher genossen haben, faul und passiv vor der ‚Glotze‘ zu sitzen, auf einmal zu engagierten aktiven Usern werden, deren sehnlichster Wunsch ist, möglichst viele kognitive Reize auf dem Bildschirm zu verfolgen und zu lenken (vgl. zum Problem der Zuschaueraktivität: Vorderer, 1995; Schönbach, 1997; zu verschiedenen Formen von Zuschaueraktivität vgl. die Typologie von Hawkins & Pinkree, 1996)? Die neuen Medien verlangen ihren Nutzern definitiv mehr aktive geistige ‚Arbeit‘ und komplexere kognitive Schemata ab (vgl. Dijk, 1993) als z. B. das eher mit einem passiven Zuschauerbild einhergehende traditionelle Fernsehen (vgl. Weidenmann, 1989). Inwieweit die Nutzer dies jedoch überhaupt wollen, in welchen Situationen und in Kombination mit welchen Medienformen sie vielleicht die passive traditionellere oder die aktivere neuere Rolle bevorzugen und welche Folgen und Wirkungen dieser Umgang auf ihre Kognitionen, Emotionen und Handlungen hat, ist weitestgehend ungeklärt und bedarf umfangreicher empirischer Forschung.

Im Fokus dieser Arbeit wird das Medium ‚Fernsehen‘ stehen. Der Grund liegt in der Diskrepanz zwischen der passiven Rolle, in der Zuschauer im Zusammenhang mit dem Fernsehen der letzten Jahrzehnte gesehen wurden, und dem Zuschauerbild, das mit interaktivem Fernsehen implizit in Verbindung gebracht wird: das Bild der aktiven reizhungrigen Nutzer, die nicht mehr zurück-

gelehnt und entspannt in ihrem Fernsehsessel sitzend das Programm auf sich zukommen lassen, sondern die selbst Fernsehregisseur spielen und durch permanente Eingriffe in den Programmverlauf ihre individuellen Wünsche befriedigen möchten. Vergleicht man jedoch aktuelle Formen des sogenannten interaktiven Fernsehens mit denen von interaktiven Computerspielen oder interaktiven Angeboten im Onlinebereich, so muss man feststellen: Bei keinem neuen interaktiven Medium liegt Vision, Anspruch und Wirklichkeit so weit auseinander wie beim interaktiven Fernsehen. In seinem aktuellen Entwicklungsstand ist es weit davon entfernt, den Nutzern individuelle Gestaltungsmöglichkeiten zu bieten. An den alten Rezeptionsmodi hat sich also bisher nur wenig verändert. Neue Modi könnten sich entwickeln, wenn visionäre Formen des Fernsehens umgesetzt würden. So wäre es z. B. interessant, inwieweit die Möglichkeit, einen Filmverlauf interaktiv zu steuern, das Rezeptionserleben beeinflusst.

Das Fernsehen wird primär wegen seiner Unterhaltungsprogramme genutzt (vgl. Bärens, Kiefer & Meder, 1997; Darschin, 1999). Im Mittelpunkt des Interesses und der Forschung zu interaktivem Fernsehen sollten daher auch Unterhaltungsphänomene stehen.

Was aber ist entscheidend dafür, ob sich jemand (...) unterhält? Der alltägliche Sprachgebrauch legt nahe, dass affektive Prozesse den Kern der Unterhaltungserfahrung ausmachen. Parasoziale Beziehungen zwischen Fernsehzuschauern einerseits und Fernsehakteuren andererseits (...) bilden dabei eine Schnittstelle im Verhältnis zwischen Rezipient und Medium, an denen sich Emotionen und Stimmungen von Zuschauern festmachen, durch die sie ausgelöst und modifiziert werden. Insofern stellt das Erleben einer parasozialen Beziehung zu einem Fernsehakteur geradezu eine prototypische Unterhaltungserfahrung dar. Konkreter: Sie erscheint in vielen Fällen als eine notwendige, mitunter vielleicht sogar als die wichtigste Bedingung dafür, sich (gut) zu unterhalten (Vorderer, 1998a, S. 690-691).

Bei der bisherigen Rezeptionsform war das Entstehen von parasozialen Interaktionen (im Folgenden: PSI) und parasozialen Beziehungen (im Folgenden: PSB) zu einem großen Teil von den Gegebenheiten des Fernsehens bzw. den Eigenschaften der Fernsehakteure determiniert. Es ist anzunehmen, dass sich bei einer interaktiven Rezeption, bei welcher der Rezipient beispielsweise einen Filmverlauf, das Handeln der Filmakteure und damit auch das Profil der Filmakteure beeinflussen kann, die Voraussetzungen für das Entstehen und Erleben von parasozialen Interaktionen und Beziehungen radikal ändern.

Meines Erachtens ist die Frage nach Wirkungen dieses neuen Rezeptionsmodus besonders interessant im Zusammenhang mit narrativen fiktionalen Fernsehangeboten (also: Spielfilmen und Serien), da diese, aufgrund ihrer Eigenschaft, als vorproduzierte Formate ausgestrahlt zu werden, den Rezipienten bisher keine aktiven Gestaltungsmöglichkeiten einräumten. Die zentrale Forschungsfrage dieser Arbeit soll daher lauten:

Inwieweit beeinflusst eine interaktive Rezeption von narrativen fiktionalen Fernsehangeboten das Entstehen und das Erleben von parasozialen Interaktionen und Beziehungen zwischen Rezipienten und Protagonisten?

Der Fokus dieser Arbeit liegt – auch gerade deshalb, weil auf Sekundärdaten zurückgegriffen wurde – auf einem sehr detaillierten Kapitel 2 zur Theorie und dem Stand der Forschung mit dem Ziel der Verbindung relevanter Theoriefelder. Gleichzeitig soll dieses Kapitel – wie bereits oben angedeutet – zur Klärung und Abgrenzung von Begriffen im Zusammenhang mit Interaktivität und interaktivem Fernsehen einerseits als auch den Rezeptionsphänomenen PSI und PSB andererseits beitragen. Die Arbeit ist somit nicht nur als eine empirische Arbeit (inklusive des üblichen Kapitels zur Theorie und zum Forschungsstand) zu werten, sondern möchte in gleichem Maße Bestandteile einer theoretischen Literaturarbeit bereitstellen.

In Kapitel 3 wird das methodische Vorgehen bzw. das empirische Umsetzen der Forschungsfrage dokumentiert, gefolgt von Kapitel 4 mit den Ergebnissen, der Prüfung von Hypothesen und Forschungsfragen und der Exploration. Diese Ergebnisse werden in Kapitel 5 vor dem Hintergrund der theoretischen Überlegungen und Ausführungen des Kapitels 2 interpretiert, während Kapitel 6 mit dem Fazit und dem Ausblick die Arbeit beschließt.

Theorie und Forschungsstand

Im Rahmen dieses Kapitels sollen verschiedene Theoriefelder erschlossen und im Hinblick auf die Forschungsfrage in einer neuartigen und fruchtbaren Weise miteinander verbunden werden. Es handelt sich dabei entsprechend der Forschungsfrage zum einen um die Theorien und empirischen Befunde bezüglich des interaktiven Fernsehens in Kapitel 2.1 und zum anderen um die Theorien und empirischen Befunde bezüglich PSI und PSB in Kapitel 2.2. Für die Erklärung letzterer wird am Ende von Kapitel 2.2. ein alternatives Modell der sozio-emotionalen Fernsehrezeption angeführt: die Affective Disposition Theory von Zillmann. Diese drei Theoriefelder werden schließlich in Kap. 2.3 mit dem Ziel zusammengeführt, ein theoretisches Rezeptionsmodell zu entwickeln, das mehr erklären kann als die Summe der verschiedenen Einzeltheorien und Erklärungsansätze.

Interaktion, Interaktivität und interaktives Fernsehen

Das folgende Unterkapitel hat zum Ziel, verschiedene Begriffe, die in Verbindung mit Interaktion und Interaktivität stehen, zu definieren, sie voneinander abzugrenzen und Kriterien für die Dimensionierung von Interaktivität zu nennen. Es werden weiterhin Definitionen und Kriterien für die Differenzierung von interaktiven Medien genannt. Dieses soll die theoretische und begriffliche Basis für die nachfolgende Definition von interaktivem Fernsehen und Einordnung interaktiver Fernsehangebote darstellen. Das Unterkapitel nähert sich dem Untersuchungsgegenstand ‚interaktives Fernsehen‘ somit vom allgemeinen zum speziellen theoretischen Hintergrund.

1.1.1 Zu den Begriffen der Interaktion und Interaktivität

Der Begriff der ‚Interaktion‘ ist in der Kommunikationswissenschaft sehr umstritten und nicht eindeutig definiert. Er „beschreibt im soziologischen Sinne einen Prozeß der wechselseitigen Orientierung, [Wahrnehmung und des aufeinander bezogenen Handelns] von Menschen in bestimmten Situationen“ (Jäckel, 1995, S. 463; Einfügung vom Autor). ‚Interaktion‘ wird zum einen als Unterform bzw. Sonderfall der ‚Kommunikation‘ (vgl. Merten, 1977), zum anderen als Voraus-

setzung und damit als umfassenderer Begriff für Kommunikation gesehen (vgl. Köck, 1991). Die Unterscheidung der beiden Termini ist deswegen so problematisch, weil Kommunikation nicht nur auf verbale Kommunikation beschränkt werden kann. Menschen kommunizieren auch nonverbal miteinander, so dass Kommunikation eigentlich alle Formen von Informationsübertragung impliziert. Graumann (1972) kommt daher nach der Darstellung der verschiedensten Ansätze und Theorien zu dem Schluss, „daß für die Zwecke der empirischen Forschung (...) zwischen menschlicher Interaktion und Kommunikation kein Unterschied mehr gemacht wird“ (S. 1179). Graumann bezieht sich dabei wohlgerne auf *menschliche* Interaktion und Kommunikation, da sich die Sozialwissenschaft (als entscheidender Wissenschaftszweig dieses Bereiches der Kommunikationswissenschaft) bisher fast ausschließlich nur mit menschlicher Kommunikation beschäftigt hat. Die Frage ist, inwieweit die Gleichsetzung der Begriffe ‚Interaktion‘ und ‚Kommunikation‘ auch neueren Kommunikationsplattformen wie den interaktiven Medien gerecht wird.

Blickle (1999) zeigt, dass „sich die Begriffe Interaktion und Kommunikation (...) durchaus mit Differenzierungsgewinn voneinander abgrenzen“ lassen, und dass man „interagieren kann, ohne zu kommunizieren“ (S. 8). So kann unter einer sozialen Interaktion

die Einwirkung verschiedener Personen aufeinander verstanden werden, ohne dass dieser Einwirkung notwendiger Weise eine diesbezügliche Absicht, ein Plan oder auch nur das Wissen der Betroffenen darüber unterstellt werden muss. (...) Zwischenmenschliche Kommunikation kann als eine Teilmenge sozialer Interaktionen verstanden werden. Wer kommuniziert, interagiert. Aber nicht jede Interaktion ist zugleich Kommunikation. ‚Im Gegensatz zur Interaktion setzt Kommunikation eine wie auch immer geartete Systembildung voraus. Bedeutung, Verstehen oder Informationstransfer sind an das Vorhandensein von sprachlichen und sozialen Strukturen gebunden.‘ (Theis, 1993, S. 112) (...) Zur Begriffsbestimmung sozialer Kommunikation [gehören] folgende Kernelemente: Absichtlichkeit, ein geteilter Zeichen- und Regelvorrat, wechselseitige Koordination an Themen in einem Medium, Verstehen als Interpretieren sowie die austauschbare Rollendifferenzierung zwischen Kommunikator und Adressat (Blickle, 1999, S. 6-8).

In Bezug auf Computer, die im Zusammenhang mit interaktiven Medien eine große Rolle spielen, können die beiden Begriffe nicht gleichgesetzt werden. Mit Hilfe von Kommunikationsaxiomen belegen Dehning und Maaß (1977), dass zwischen Mensch und Computer keine *Kommunikation* im eigentlichen Sinn stattfinden kann und dass der Begriff ‚Kommunikation‘ im Zu-

sammenhang mit Computern Erwartungen wecken würde, denen kein Computer-System gerecht werden könne (S. 20). Von einer *Interaktion* zwischen Mensch und Computer kann man hingegen schon sprechen: „Unter Mensch-Computer-Interaktion verstehen wir die abwechselnde aufeinander bezogene Aktivität von Mensch und Computer-System auf ein vom Menschen gesetztes Ziel hin“ (S. 30). Diese Definition leuchtet vor dem Hintergrund der Erfahrungen, die heutzutage jedermann mit interaktiven Medien machen kann, unmittelbar ein. Ob interaktive Computerspiele, interaktive Internet-angebote oder interaktive Fernsehprogramme (,interaktiv‘ müsste an dieser Stelle eigentlich definiert werden; der Leser möge sich jedoch erst einmal mit seiner eigenen Vorstellung von ,interaktiv‘ bzw. ,Interaktivität‘ begnügen) – stets sind es die Rezipienten bzw. User, die die entscheidenden Impulse im Interaktionsprozess setzen und letztendlich den Fortgang bestimmen.

Der Interaktionsbegriff im Zusammenhang mit Computern und Medien ist somit von dem der zwischenmenschlichen Interaktion zu unterscheiden. Er wäre nur in dem Fall identisch, wenn z. B. der Computer individuell und unvorhersehbar auf die User eingehen und mit ihnen interagieren würde. Dies ist selbst bei selbstlernenden Computersystemen nicht der Fall, weil auch diese selbstlernenden Prozesse einem (vom Menschen) vorprogrammierten Algorithmus unterliegen (vgl. zur Einordnung der Begriffe ,Interaktion‘ und ,Kommunikation‘ im Überblick: Kellerer, 1993, Kap. 2).

Welche Rolle spielt nun der Begriff ,Interaktivität‘ in dem oben explizierten Geflecht zwischen Interaktions- und Kommunikationsformen? Unzweifelhaft hat auch Interaktivität etwas mit Kommunikation zu tun. Rafaeli (1988) unterscheidet zwischen Zwei-Weg (nicht-interaktiver), reaktiver (quasi-interaktiver) und interaktiver Kommunikation (vgl. S. 119). „Zwei-Weg-Kommunikation ist immer dann gegeben, wenn Mitteilungen zusammenhangslos, also ohne sich aufeinander zu beziehen, hin und her fließen. Bei reaktiver Kommunikation bezieht sich die aktuelle Mitteilung lediglich auf die vorherige, während sich bei interaktiver Kommunikation jede Mitteilung auf den ganzen zuvor abgelaufenen Prozess bezieht. Diese Unterscheidung gilt sowohl für Kommunikation mit Medien als auch für die interpersonale Kommunikation“ (zit. n. Kellerer, 1993, S. 19; vgl. Abbildung 1). Nach Rafaeli ist somit nicht jede Kommunikation interaktiv und Interaktivität keine Eigenschaft von Medien, sondern allenfalls ein vorhandenes Potential der Medien (vgl. Rafaeli, 1988, S. 119-120).

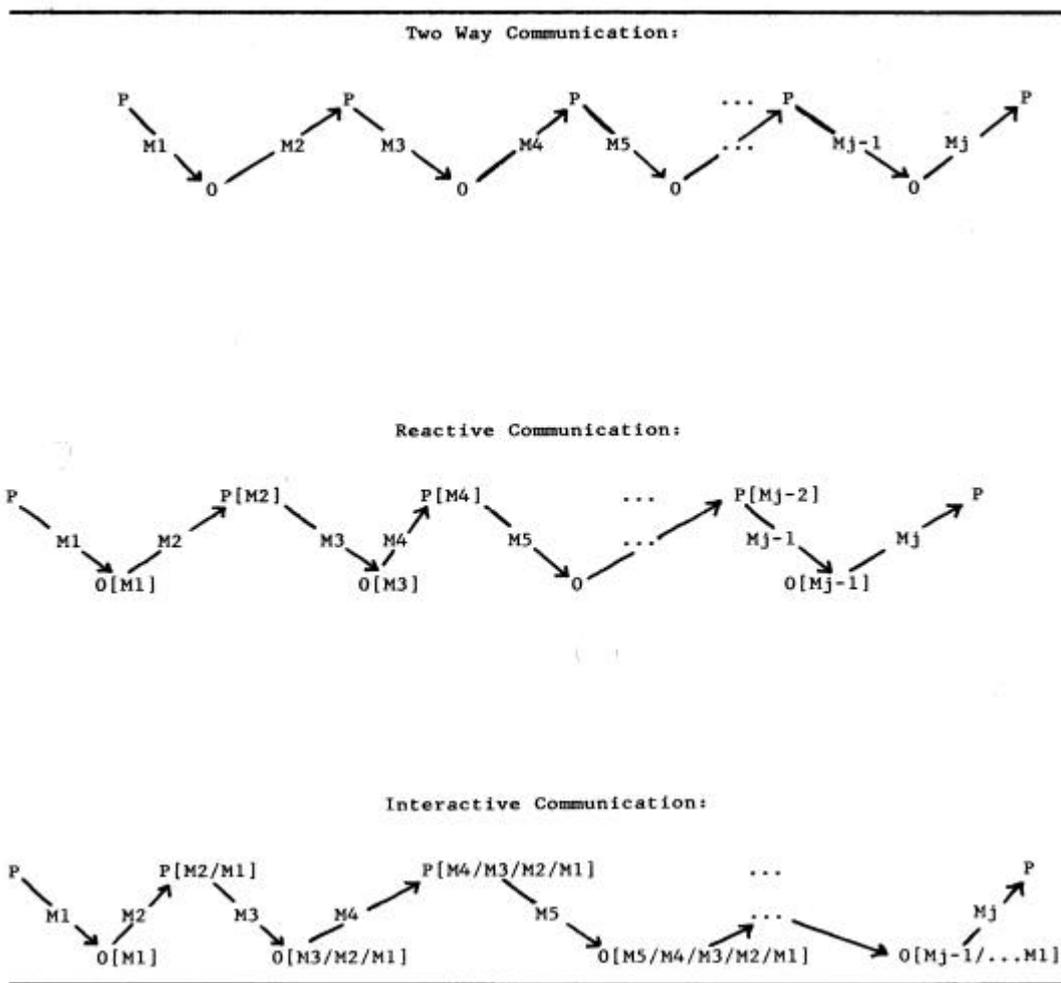


Abbildung 1: Drei Kommunikationsformen nach Rafaeli (Rafaeli, 1988, S. 120)¹

Wann sollte man jedoch von ‚Interaktivität‘ und wann von ‚interaktiver Kommunikation‘ sprechen? Hier bietet sich entsprechend der obigen Ausführungen zu der Verwendung der Begriffe ‚Interaktion‘ und ‚Kommunikation‘ an, von ‚interaktiver Kommunikation‘ nur bei einer realen, sozialen Kommunikation zwischen Menschen zu sprechen und ‚Interaktivität‘ auch auf solche Prozesse auszuweiten, bei denen ein Computer oder eine computergestützte Medienanwendung in die Interaktion eingebunden ist. Jedoch gibt es auch heute schon medialvermittelte Kommunikationsformen, die man als ‚interaktiv‘ bezeichnen könnte. Ein Beispiel ist das Bildtelefon, ein

¹ „In each of the three levels, person (P) and other (O) are engaged in communication. The messages (M) are numbered by temporal sequence (Mj). The creation of messages by person or other can be independent of history (noninteractive), or based on a previous message – signed as P(Mj) or O(Mj) reactive. Finally, fully

weiteres das Telefonieren des Talk- oder Showmasters mit den Zuschauern während der Sendung. Hierbei können beide Kommunikationspartner flexibel aufeinander eingehen, wobei die Zuschauer nicht nur auditive sondern auch visuelle Botschaften vom Talkmaster über das Fernsehbild erhalten. Im Vergleich zum Bildtelefon ist die interaktive Kommunikation somit in einer Richtung eingeschränkter.

Eine idealtypische Interaktivität unterliegt einer Reihe von Kriterien, die Ruhrmann und Nieland (1997) auf die drei Kommunikationsformen der interpersonellen/sozialen Kommunikation, der Kommunikation über Massenmedien und der interaktiven Kommunikation über Medien übertragen haben (vgl. Abbildung 2). Die vier Kriterien „wechselseitige Wahrnehmung“, „physische Anwesenheit“, „wechselseitige Kenntnis“ und „Gleichheit der Kontrolle“ sind lediglich bei der sozialen Kommunikation zwischen zwei Menschen vollständig ausgeprägt, beim traditionellen Fernsehen nicht vorhanden und nehmen beim interaktiven Fernsehen Ausprägungen an, die zwischen den beiden erstgenannten Kommunikationsformen anzusiedeln sind (vgl. hierzu: Ruhrmann & Nieland, 1997, S. 83-86). Zu vermuten ist, dass die Kommunikationsform ‚Interaktives Fernsehen‘ sich bei fortschreitender Technologie der realen, sozialen Kommunikation in Bezug auf die obengenannten Kriterien annähert, so dass über diese neue kommunikative Infrastruktur differenziertere Formen des sozialen Handelns und der sozialen Kommunikation entstehen können.

interactive messages can be based on the way previous messages relate to even earlier messages – expressed as $P(M_j/M_{j-1})$ or $O(M_j/M_{j-1})$ “ (Rafaelli, 1988, S. 119).

Form Kriterien	Soziale Kommunikation	Massenmedien (hier: TV)	„Interaktive“ Medien (hier: ITV)
Wechselseitige Wahrnehmung	<i>vollständig</i>	<i>nicht vorhanden</i>	<i>erweitert</i>
Anwesenheit	<i>zwingend, Übernahme der Rolle des Anderen</i>	<i>virtuelle Präsenz (passiver Rezipient)</i>	<i>möglich (Telepräsenz) (aktiver Rezipient)</i>
Wechselseitige Kenntnis	<i>vollständig</i>	<i>nicht vorhanden (Anonymität)</i>	<i>teilweise (partielle Anonymität)</i>
Gleichheit der Kontrolle	<i>vollständig</i>	<i>ausgeschlossen</i>	<i>teilweise</i>

Abbildung 2: Kriterien für Interaktivität (Ruhrmann & Nieland, 1997, S. 84)

Ein weiterer Hinweis sei hier angebracht: Von einer idealtypischen Interaktivität im Sinne einer interaktiven Kommunikation zu sprechen und bestehende Formen interaktiver Medien daran zu messen, impliziert eine Wertigkeit bzw. Hierarchie von interaktiven Kommunikationsformen, welche die menschliche face-to-face Kommunikation als Maßstab hat. Diese Sichtweise verdeckt möglicherweise den Blick auf Vorteile, die sich durch interaktive Kommunikation mit einem Computer oder durch interaktive non-face-to-face Kommunikationsformen zwischen Menschen ergeben können. Diese Art der Kommunikation ist viel indirekter, Informationen können über Mimik und Gestik nur eingeschränkt oder gar nicht vermittelt werden. Dieses nimmt einer Kommunikation die Nähe und Emotionalität zwischen den Kommunizierenden, was für die Klärung sachlicher Aspekte oder für kommunikativ inkompetentere Personen von Vorteil sein könnte. So haben beispielsweise manche über diesen Weg sogar schon den zukünftigen Lebenspartner bzw. die zukünftige Lebenspartnerin gefunden, wohingegen sie sich schwer getan haben, auf konventionellem Weg fündig zu werden.

Festzuhalten bleibt: Eine idealtypische Interaktivität könnte man an der zwischenmenschlichen Kommunikation festmachen und interaktive Medien daran messen. Dieses Vorgehen ist jedoch