

Hans J. Wulff

Parasozialität und Fernsehkommunikation

Eine erste Fassung dieses Artikels erschien in: *Medienpsychologie* 8,3, 1996, S. 163-181.
Bibliographische Angabe der Online-Fassung: <http://www.derwulff.de/2-64>

"Parasoziale Interaktion" wird bestimmt in den beiden Handlungssituationen der Observation und der Partizipation. Parasozialität ist ein Konstitutivum von Medienkommunikation. Die Persona ist diejenige textuelle Größe, die die Beziehungskommunikation reguliert und figuriert. Der Eindruck der "Intimität" parasozialer Beziehungen wird auf das kommunikative Register des Nachbarschaftlichen zurückgeführt. Die Teilnahme an parasozialer Interaktion wird schließlich als Simulation möglicher sozialer Beziehungen diskutiert.

Parasocial interaction is defined by a double definition of situational context as a mode of observation and participation. Parasociality is a constitutive feature of medial communication. The Persona is a textual means by which the social interaction between the text and the viewer is adjusted and controlled. The intimacy of parasocial relations is based on communicative registers of neighbourhood. The enactment of parasocial roles is discussed in terms of a simulation of possible social interactions.

Daß "Fernsehen" nicht nur Rezeption von Texten ist, sondern auch ein interpersonales Geschehen zwischen abgebildeten Personen und Rezipienten, ist ebenso evident wie lange bekannt. Daß das interaktive Geschehen zwischen Bildschirm und Zuschauern in einer ökologischen Medientheorie neue Aufmerksamkeit auf sich ziehen muß, ist ebenso evident: Geht es doch zum einen um die Beschreibung einer kulturellen Umwelt, in der Medien wie das Fernsehen "natürlicher" Bestand sind, und zum anderen um die Beschreibung der Prozesse, durch die Medien und/oder durch Medien vermittelte Inhalte in Prozesse der Identitätsbildung und Erfahrungskonstitution eingebunden sind (ähnlich Lüscher, 1991, S. 84, und Lüscher & Wehrspaun, 1985).

Es wird mir hier nicht darum gehen, einen systematischen Aufriß des dialogischen Aspekts medialer Kommunikation zu geben (vgl. Neumann & Charlton, 1988, die einen zusammenhängenden Problemaufriß des Gesamtgebietes geben). Es wird auch nicht darum gehen, die Formen des vom Fernsehen ausgelösten und gesteuerten Beziehungsgeschehens zwischen Medienpersonen und Adressaten auf vielleicht elementarere Formen in theatraler oder politischer Kommunikation zurückzuführen. Es geht einzig und allein darum, einen der wenigen interaktio-

nistischen Ansätze [1] zur Beschreibung der medialen Kommunikation kritisch vorzustellen und das Füllhorn an Fragen und Problemen auszuschütten, das der ebenso anregende wie unklare Text provoziert, in dem die Vorstellung einer medien-spezifischen, para-sozialen Interaktion zwischen Zuschauern und Medienakteuren vorgestellt worden ist. Es sollte vorausgeschickt sein, daß die Rezeptionsgeschichte des Konzepts die Geschichte zahlreicher Mißverständnisse, Verkürzungen und Deformationen ist (vgl. Hippel, 1992).

Der fast prophetisch anmutende Text, auf den ich mich immer wieder rückbeziehen will, wurde 1956 von den beiden Soziologen Donald Horton und R. Richard Wohl in der amerikanischen Zeitschrift "Psychiatry" unter dem Titel "Mass Communication and Para-Social Interaction" veröffentlicht. Es ging den beiden Autoren darum, Bedingungen der Möglichkeit pathologischer Formen von Fanbindungen an Fernsehpersonen vorzustellen. Zu diesem Zweck skizzierten die beiden eine theoretische Grundlage der Fernsehkommunikation, die bis heute anregend geblieben ist - unter anderem deshalb, weil sie sich vor allem mit den nichtgeschlossenen, den nicht fiktionbildenden Sendeformen beschäftigten. Donald Horton und Anselm Strauss nahmen den Entwurf in ihrem etwas später im "American Journal of Sociology" publizierten Aufsatz "Interaction in Audience-Participation Shows" wieder auf. Der frühe Tod Wohls mag verhindert haben, daß es zu einer Weiterentwicklung der Idee kam, daß die Interaktion zwischen Medienakteuren und Zuschauern ähnlichen Mustern folge und in ähnlichen Beschreibungskategorien erfaßt werden könne wie die Beziehungen zwischen sich im Alltag begegnenden Individuen.

1. Observation & Partizipation

Die Ausgangsthese des Aufsatzes von Horton und Wohl ist, daß die neuen Massenmedien Radio, Fernsehen und Film dem Adressaten die Illusion einer *face-to-face*-Beziehung zur abgebildeten Person vermitteln (1956, S. 215). Ich werde das Problem,

ob im gleichen Sinne die These der parasozialen Interaktion auf Radio, Film und Fernsehen angewendet werden kann, hier nicht diskutieren, werde auch nicht auf die Frage eingehen, ob es auch im nicht-mediatisierten Alltagsleben Formen der parasozialen Interaktion zwischen Personen gibt. Ich werde mich im folgenden allein auf das Fernsehen beziehen.

Die abgebildete Person weiß um die Adressiertheit des Geschehens, steht nicht nur in Interaktion mit anderen abgebildeten Personen, sondern adressiert immer wieder auch den Zuschauer. Auch auf Zuschauerseite ist davon auszugehen, daß jener weiß, daß er von der abgebildeten Person adressiert wird. Diese *wechselseitige Eingeweihtheit* in den interpersonellen Verkehr zwischen Mattscheibe und Rezipient setzt natürlich einen bewußten, kontrollierten und zumindest strukturell distanzierten Rezipienten voraus. Mit abgebildeten Personen zu interagieren, ist kein automatisch sich einstellender Effekt, sondern ist Produkt einer Entscheidung des Zuschauers; wie es bei Horton und Wohl heißt, ist die "Intimität", die vom Fernsehen angeboten wird, "extremely influential with, and satisfying for, the great numbers who *willingly* receive it and share in it" (S. 216; Hervorhebung von mir). Parasoziale Interaktion ist so kein Instrument versteckter Propaganda, der Rezipient kein willenlos den Manipulationen des Mediums ausgeliefertes Opfer. Vielmehr ist Parasozialität eine rezeptive Kondition, auf die man sich einlassen muß, wenn man an ihr teilhaben will. Will man sich nicht einlassen, wird man auch in das interpersonelle Gefüge, das im parasozialen Fernsehformat angelegt ist, nicht einbezogen; man bleibt der jeweiligen Sendeform gegenüber "fremd" [2].

Die Offenheit des Kontaktes zum Zuschauer hat zwei interessante und theoretisch folgenreiche Konsequenzen:

(1) Die *Schranke zwischen Bühne und Zuschauer-raum* ist durchlässig, wird von der Medienperson ständig zu unterdrücken versucht (S. 217) und ist auf keinen Fall in der Rigorosität eine Grenze zwischen der Realitäts-Illusion des Bühnengeschehens und der Realität des Zuschauerraums, wie sie im Hollywood-Kino in Geltung war. Wollte man in der Bühnenmetapher bleiben (vgl. Wilshire, 1982), könnte man den Saal der Aufführung einschließlich des Saalpublikums als "Bühne", den Zuschauer vor dem Fernseher als "Saal" betrachten. Eine Beschreibung, die die "para-soziale Interaktion" miteinfassen soll, muß den gesamten Bühnenraum erfassen, also

auch den Zuschauer vor dem Fernseher strukturell in das beschriebene Geschehen aufnehmen. Die Situation, um deren Analyse es geht, umfaßt nicht nur den Bühnenraum und den abgebildeten Zuschauer-raum, sondern auch das Geschehen im Zuschauer-raum vor dem Fernseher, das strukturell im Format der Sendung angelegt ist. Der Zuschauer ist Teil der Inszenierung.

(2) Für den Heim-Zuschauer bedeutet dies, daß er in *zwei strukturelle Rollen- bzw. Situationsdefinitionen gleichzeitig* gestellt ist - in die Rolle des Zuschauers einerseits, in die des Mitmachers andererseits. Es heißt gleich zu Beginn der Ausführungen Hortons und Wohls, das Publikum sei

subtly insinuated into the program's action and internal social relationships and, by dint of this kind of staging, is ambiguously transformed into a group which observes and participates in the show by turns (S. 215).

Die Ambivalenz der Rollendefinition, die hier angelegt ist, ist allerdings nur dann konstatierbar, wenn man von einer radikalen Trennung von Bühnen- und Zuschauerraum ausgeht. Geht man aber davon aus, daß das Bühnengeschehen sowieso eine adressierte Darbietung ist und die Präsenz des Publikums immer mit-bedenkt - weshalb manche ja auch von der "trialogischen Struktur" von Sprechen in medial abgebildeten Situationen reden -, ist auch das Hin- und Herschalten zwischen den beiden Rezeptionsmodi "Observation" und "Partizipation" kein Anlaß zum Rollenkonflikt. Dann sind die beiden Modalitäten nur zusammen das, was "Rezeption" ausmacht.

Implizit werde ich hier davon ausgehen, daß der Zuschauer sich seiner Rolle bewußt ist und daß es zur *Definition der sozialen Situation "Fernsehen-Rezipieren"* gehört, sich einerseits als in einer sozialen Interaktion stehend zu begreifen, sich andererseits aber auch darüber klar zu sein, daß die mediatisierte Interaktion etwas modal anderes ist als eine Vis-à-Vis-Situation. Die Situationsdefinition des Fernseh-zuschauers wäre, dem folgend, außerordentlich komplex und gleich in mehrererlei Hinsicht reflexiv.

Auch dann, wenn man mediale Erfahrung zur Alltagserfahrung dazurechnet, sollte man sich dieses Unterschiedes gewahr bleiben - daß die Art, wie man eine mediale Erfahrung macht, die beiden Teilnahmemodalitäten "Observation" und "Partizipation" gleichermaßen und notwendigerweise umfaßt.

2. Medial-soziale Praxis

Diese Überlegungen setzen das Gegenüber von Darsteller und Zuschauer aber immer noch voraus. Horton und Wohl gehen am Ende ihres Aufsatzes noch ein Stück weiter und nehmen parasoziale Erfahrung als einen Teil von Alltagserfahrung überhaupt, auf diese Art die in der kommunikationswissenschaftlichen Literatur verbreitete Auszeichnung von "Medienerfahrung" als einer besonderen zurücknehmend:

there is no such discontinuity between everyday and para-social experience as is suggested by the common practice, among observers of these media, of using the analogy of fantasy or dream in the interpretation of programs which are essentially dramatic in character. The relationship of the devotee to the [television] persona is [...] experienced as of the same order as, and related to, the network of actual social relations. [...] As a matter of fact, it seems profitable to consider the interaction with the persona as a phase of the role-enactments of the spectator's daily life (S. 228).

Die am medialen Angebot erworbene interpersonelle Erfahrung erweist sich, folgt man dieser These, als eine Form von Alltagserfahrung selbst. Medienkonsum muß dann als sozial-mediales Handeln genommen werden - nicht als eine pure informationelle Versorgung des Rezipienten, sondern als ein Element seiner Alltagspraxis, mit dem und dem gegenüber er sich selbst sinn-voll verhält.

Gleichwohl ist der Fernsehtext aber ein *vorstrukturiertes Format* für die interaktiven Geschehnisse, in denen er behandelt und aufgeschlossen wird. Für die Analyse bedeutet das, daß man die Parasozialität der Fernsehkommunikation in zweierlei Art und Weise untersuchen kann: Zum einen als "realisierte Beziehung" zwischen Text und Zuschauer, als Interaktion *in actu*; zum anderen als Untersuchung eines "rezeptiven Formats", eines Interaktionsangebots, in der der Zuschauer nur als eine strukturelle Rolle ausgewiesen ist, nicht aber als individuelles Subjekt.

Der letztere Aspekt macht es opportun, eine Verbindung zu schlagen zum Konzept des "impliziten Zuschauers": Die Theorien, die sich mit diesem Konstrukt beschäftigen, setzen einen "abstrakten Leser" als Komponente des Textes an. In dieser Sicht "enthält" der Text eine strukturelle Leerstelle, in die ein jeweiliger empirischer Adressat eintreten kann [3].

Am deutlichsten manifestiert sich die Orientierung des Textes auf den Entwurf eines Zuschauers oder Lesers in den komplizierten Adressierungen, die der Fernsehtext umfaßt (vgl. Davies, 1984; Hippel, 1993b); aber auch das strategische Auslassen von Informationen oder der Synthese von Informationen können als Techniken aufgefaßt werden, in denen in der Textstruktur schon ein den Text sich aneignender, aktiver und bewußter Rezipient vor-gesehen ist.

Für die Fernsehanalyse ist diese Überlegung sehr folgenreich: Denn wenn Medienkommunikation von vornherein mit der Parasozialität der Rezeption rechnet, dann ist die parasoziale Beziehungsstruktur tatsächlich ein *Konstitutivum von Medienkommunikation* (ähnlich Mikos, 1992); dementsprechend muß der Fernsehtext beschrieben werden als ein Text, der zum Beziehungshandeln des Adressaten hin "geöffnet" ist. Nur so kann dem Paradox begegnet werden, daß "ein parasozialer Akteur in der Lage [ist], 'Intimität mit Millionen' zu erreichen" (Meyrowitz, 1987, S. 95; ähnlich auch Horton & Wohl, 1956, S. 216).

3. Persona

Das Kernkonzept, das Horton und Wohl vorstellen, ist die Vorstellung einer spezifischen kommunikativen Medienfunktion, die den permanenten Wechsel von Fiktion und Realität, von semantischen Modalitäten, Textsorten und Bezugssystemen vertritt und an die Adressaten vermittelt: personalisiert in der *Persona*. Die Vorstellung der Persona als einer interaktiven Leitfigur ist so faszinierend wie ihre Bestimmungsstücke, die Horton und Wohl geben, unzureichend und unklar zu sein scheinen. Immerhin scheint deutlich zu sein, daß die Persona als "komplette" oder "reale" Person konzeptualisiert ist, was sie vom Theaterschauspieler ebenso unterscheidet wie vom Star (ähnlich Hippel, 1993a, S. 143). Den Problemen des Persona-Konzepts sei aber im einzelnen nachgegangen.

3.1 Persona, Star und Nachbarfigur

Die Persona ist nicht zu verwechseln mit dem "Star" - wohl aus zwei Gründen: Zum einen ist das Star-Image eine spezifische signifikativ-projektive Funktion des Fans, der Star steht in Ausdrucksfunktion usw.; und zum anderen ist der Star in allen Lebenssphären ein "Star", wogegen Personae, wie Horton und Wohl schreiben, "usually are not promi-

ment in any of the social spheres beyond the media" (S. 216). Laut Meyrowitz sind Personae "Menschen, die keine traditionelle schauspielerische Fähigkeit besitzen; sie sind weder Sänger, Musiker, [!] noch Schauspieler, nicht einmal Komiker von besonderer Qualität" (1987, S. 95). In dieser Vorstellung - die mit Hortons und Wohls Darstellung aber konform geht - ist eine Persona jemand, der nur "sich selbst" spielt. Ähnlich wie hier trennt auch Langer (1981, S. 355) "Stars" und "Personalities", wobei letztere "are distinguished for their representativeness, their typicality, their 'will to ordinariness', to be accepted, normalized, experienced as *familiar*" (Hervorhebung im Original), nimmt die Differenzierung also auch nach einer ähnlichen Kategorie vor.

Ein mittelbarer Beleg für diese Auffassung der Persona als "nachbarschaftlich vertrauter Medienfigur" ist die kleine Studie von Koenig und Lessan (1985), die mittels semantischer Differentiale Fernsehpersönlichkeiten beurteilen ließen [4]. Personae nehmen danach eine Zwischenposition zwischen dem besten Freund und einem Bekannten ein, sie werden zu "Quasi-Freunden". Interessant ist, daß bei Männern die Differenz der Personen- zur Selbsteinschätzung geringer ist als bei Frauen. Und es ist interessant, daß Programmpräferenzen unmittelbar mit Personenbeurteilungen korrelierten - Koenig und Lessan stellten bei Männern die engste Beziehung zu Nachrichtensprechern fest, gefolgt von Talkshow-Moderatoren und Schauspielern; Frauen zeigten hier keine Differenzen, was die Autoren damit begründeten, daß Frauen Talkshows und Spielfolgen mit größerer Intensität als Männer verfolgten. (Daraus folgt im übrigen, daß die Differenzierung des Fernseh-Personensystems unmittelbar mit der Intensität der Rezeption korreliert - je zerstreuter die Programmzuwendung ist, desto geringere Effekte lassen sich im Wissen über Personae nachweisen.)

Trotz dieser Indizien, daß die Fernseh-Persona in Kategorien nachbarschaftlicher Beziehungsgefüge konstituiert ist, ist Skepsis angebracht. Die Persona funktioniert der Auffassung folgend, wie sie von Meyrowitz, von Koenig und Lessan und anderen vorgetragen wurde, "als normale Person" im gegebenen medialen Kontext. Gerade die Grenzziehung zum "Star", der als Repräsentationsfigur aufgefaßt werden kann, ist aber (sogar in den Kategorien von Langer) fließend und undurchsichtig: Denn je länger eine Persona in parasozialer Interaktion mit dem Zuschauer gestanden hat, desto festere personale Charakteristiken können ihr zugeschrieben werden, in desto stabileren attribuierten Merkmalen kann sie

verortet werden. Derartige Merkmalskonfigurationen lassen eine Persona unter Umständen als Inkarnation eines sozialen Typs erscheinen - man denke an die uns vertrauten Charakterisierungen, die mit den Namen Karl-Heinz Köpcke, Inge Meysel oder Hans-Joachim Kulenkampff verbunden sind. Die Individuation sozialer Typen ist aber wiederum eine der signifikativen Möglichkeiten des "Stars" - woraus gefolgert werden dürfte, daß die Personae in dieser Hinsicht in die Nähe des Star-Prinzips gerückt werden müßten. Ein Hinweis auf die Unschärfe der Trennlinie zwischen Persona und Star ist auch die Tatsache, daß Personae zum Gegenstand von Fan-Kulturen werden können (S. 227, S. 228), was eine qualitativ eigene Beziehung ist - ein "Fan" ist eine andere medienpartizipative Rolle als die des "Zuschauers".

Gerade letztere Beobachtung deutet darauf hin, daß es problematisch ist, die Persona als "nachbarschaftlichen Typus" zu konstituieren und von den medialen Bestimmungselementen abzusehen. Ich habe an anderer Stelle das Konzept der *Paraperson* zu entwickeln versucht (Wulff, 1996; vgl. dazu auch Knobloch, 1996) und deren besondere Bedingung reflektiert, daß der Medienakteur in einem medialen Format auftritt und gebunden ist in ein kommunikatives Verhältnis, das ihn eben nicht als "freie" Person attribuiert macht. Auch die Persona in einer nicht-fiktionalen Rolle ist in einem dreipoligen Kräftefeld von Schauspieler, medialer Rolle und sozialem Typus konstituiert. Die Figur der "Mutter Beimer" läßt sich entsprechend auffächern, ihre (vom Publikum unterstellbare) personale Identität hat drei Facetten. Man kann die Nachbarfigur "Mutter Beimer" zu erheben versuchen und abstrahiert dann vielleicht von allen medialen Bedingungen, von aller Gebundenheit auch dieser so vertraut und unvermittelt scheinenden Figur im Kräftefeld der abgebildeten Person. Daß die anderen Dimensionen der Medienperson "Mutter Beimer" durchaus bewußt sind, zeigt sich, wenn man das Untersuchungsprofil verändert und Dimensionen der Paraperson untersucht, die der Nachbarperson nicht zukommen können: So kann man nach der Qualität des Schauspiels der Aktrice fragen, die die "Mutter Beimer" gibt, nach der Realistik des Spiels oder der Authentizität des sozialen Typus, der in der Rolle realisiert ist, usw. Alles dieses sind Bedeutungshorizonte, die die Paraperson von der Person des unvermittelten sozialen Lebens unterscheiden [5].

3.2 Darsteller- und Rollentyp

In der Darstellung von Horton und Wohl ist die Persona ein *medienspezifischer Darstellertyp* (S. 216) - worunter Quizmaster, Ansager und "Interviewer" in einer "new 'show-business' world" explizit genannt werden. Welche Funktionsrollen alle mit Personae besetzt sein können, ist wiederum eher unklar - manche Äußerungen in Hortons und Wohls Aufsatz deuten darauf hin, daß vor allem die für eine Sendung verantwortlichen (und mit entsprechender Autorität versehenen) Darsteller als Personae agieren können (vgl. z.B. S. 218). Personae sind aber keine Funktionen von einzelnen Sendungen, können also auch in abhängigen Rollen auftreten, z.B. als Gäste in den Shows anderer Personae (S. 220).

Interessant ist die Tatsache, daß Fernseh-Personae nur teilweise namentlich bekannt sind. Kulenkampff, Köpcke, Hans Meiser usw. bilden die Ausnahme und als Ausnahmen die Spitze eines Eisbergs von Bekanntheit. Die meisten Ansagerinnen sind namentlich kaum gewußt. Viele Nachrichtensprecher sind Gesichter. Sportreporter sind nur zum Teil und nur in einem spezialisierten Publikum so bekannt, daß man sie namentlich abfragen könnte. Dennoch werden auch nicht-spezialisierte Zuschauer dem bekannten Gesicht die Programmsparte zuordnen können - ein Indiz, daß das Programmwissen dem Wissen über Personae wesentlich dazugehört, daß die Persona durch das Programm definiert und erschlossen ist.

Jörg Wontorra ist ein interessantes Beispiel, weil sich an ihm die Person-Programm-Zuordnungen scheiden: Manchen wird das Sportprogramm als sein "Ort" im Fernseh-Angebot naheliegen, andere werden ihn mit BITTE MELDE DICH assoziieren (und manche natürlich beides, wobei sich die Frage stellt, ob er eine "ausgezeichnete" Person ist, weil er so unterschiedlichen Programmtypen zugehört). Wechselt jemand das Metier, spielt er gleichzeitig in ganz unterschiedlichen, kaum Affinität zueinander aufweisenden Programmsegmenten oder -typen, stellt sich eine gewisse Irritation ein, weil mehrere Assoziationen aufgebaut, mehrere "Pfade" zwischen Personen- und Programmwissen angelegt werden müssen. Möglicherweise sind die Effekte, die derartige Doppelverortungen auf das Bild der Person haben, hinsichtlich der Homogenität der Personenvorstellung oder hinsichtlich ihrer dominanten Charakterzüge gravierend. Dagmar Berghoff als TAGESCHAUSprecherin, die gleichzeitig und regelmäßig Zirkus-Sendungen moderiert, ist auf den ersten Blick ein

ähnlich gelagerter Fall. Man könnte aber darüber räsonnieren, ob das eine in der Vorstellung von Zuschauern ein "Beruf" und das andere ein "Hobby" ist und daß man es womöglich gar mit einer versteckten Liebeserklärung an den Zirkus zu tun hat. Der Auftritt als Zirkus-Moderatorin wird so "intentionalisiert", mit dem Konzept der Paraperson "Berghoff" verbunden - und vielleicht entsteht so ein in anderer Weise geschlossener Charakter als derjenige der Paraperson "Wontorra" - weil die Programme, die mit seinem Namen und Gesicht verbunden sind, nicht in gleicher Weise psychologisch motiviert und zur Vorstellung einer "Person" synthetisiert werden können.

3.3 Persona als textuell-mediale Funktion

Wie so vieles in dem Entwurf von Horton und Wohl ist unklar, ob die Persona eine spezifische *mediale oder textuelle Funktion* ist. Je nachdem, wie man den textsemiotischen Ort der Persona-Funktion ausmacht, verändert sich auch der semiotische Status der parasozialen Beziehungen, die die Persona etabliert: Denn im ersteren Falle wird die Persona als Element eines Textes bzw. einer Textsorte wahrgenommen, im anderen Fall als Element des Mediums selbst, könnte also durch sehr verschiedene Textsorten hindurch auftreten.

Horton und Wohl geben keinen Hinweis darauf, wie parasoziale Interaktionen in fiktionalen Sendungsformaten aufgebaut seien, noch nicht einmal darauf, ob sie überhaupt parasoziale Momente umfaßten. Das Konzept der beiden Autoren ist zugeschnitten auf Shows und ähnliche Formen, in denen Zuschauer direkt adressiert werden können. Und auch die "Persona" ist eine Größe, die konzipiert wurde, um den besonderen Eigenschaften dieses Genres gerecht zu werden. Gleichwohl ist ihre Bestimmung schwierig.

Manches deutet darauf hin, daß man es mit einer *textuellen Komponente* zu tun hat, die man sich als "Erzähler-Rolle" vorstellen könnte - also als eine auktoriale Rolle, die den abhängigen Text sowohl hervorbringt wie kontrolliert, eine Rolle nicht nur im Komplementärbereich der Rezipientenrolle, sondern ausgestattet mit Potenzen zur Supervision (nicht nur den Text, sondern erkennbar auch die Rezeption kontrollierend).

Eine Variante dieser Rolle wäre die Conférenciers-Rolle, durch die vor allem heterogene Teiltexte zusammengebunden werden können; in dieser Ausle-

gung ist die Persona eine eher *soziale Funktion*, die eine Situation etablieren muß, in der dem Rezipienten eine aus verschiedenartigen "Nummern" oder "Episoden" zusammengesetzte Reihe wenig integrierter Teiltexthe vorgeführt werden kann; die Kontrollfunktion, die auch in diesem Fall mit der Persona verbunden ist, richtet sich dann eher auf die Kontrolle der Situation als auf die des Textes; man kann sich diese Rollenvorstellung vergegenwärtigen, wenn man sich einen Sammler vorstellt, der einem Besucher seine Sammelstücke vorlegt.

In einer ganz anderen Lesart ist die Persona als eine *mediale Funktion* zu nehmen, die die insbesondere vom Fernsehen vorstrukturierte Rezeptions- bzw. Kommunikationssituation als eine Kommunikation in einer medialen Rollenkonstellation stabilisiert. In diesem Verständnis ist die Aufgabe der Persona weniger die, einen Text zu vermitteln, als vielmehr die, die spezifische Konstelliertheit der medialen Kommunikation zu signalisieren bzw. eine entsprechende parasoziale Situation herzustellen.

4. Medial-soziale Beziehungen

Wichtig ist in allen Lesarten des Persona-Konzepts, daß die Persona eine soziale Beziehung zum Rezipienten aufbaut, *die unmittelbar an die Praktiken der Beziehungskommunikation in der face-to-face-Interaktion anknüpft*. Als Resultat einer Kette von Interaktionen bilden sich dort ja soziale Beziehungen heraus, Interpretationen des Gegenübers mit Blick auf das eigene Selbst, die gewonnen werden aus unmittelbarer Beobachtung des anderen, Interpretation der äußeren Erscheinung, von Stimme und Gesten, typischen Verhaltensweisen usw. (ähnlich S. 216).

Allerdings folgt die Persona einem "*production format*" (S. 217), dem Entwurf einer Person, die über viele Sendungen und Textsorten hinweg gleichermaßen von der Persona realisiert wird. Die Persona "is ordinarily predictable, and gives his adherents no unpleasant surprises" (S. 217). Die dem Handeln der Persona reziprok zugeordneten Beziehungshandlungen des Zuschauers werden nicht in Frage gestellt; er kann sich also darauf verlassen, daß sich die Persona in erwartbaren Mustern verhält. Es darf geschlossen werden, daß sie Irritation hervorruft, wenn sie den einmal etablierten und stabilisierten Charakter oder Sozialtypus verläßt (wenn Inge Meysel sich als geifernde Nationalistin zeigt, oder wenn bayerische Volksschauspieler sich als schwul herausstellen).

Man kann sich in alltäglicher Praxis nicht dagegen wehren, daß sich Beziehungsdefinitionen zu Personen der Umgebung herausbilden. Es handelt sich um "Evaluationen" der Erfahrungen, die man zusammen mit oder an den Beziehungspartnern macht (Horton & Wohl, 1956, S. 216). Diesen Hinweis halte ich für sehr wichtig, denn wenn er stimmt, sind die Operationen, mit denen die abgebildete Person interpretiert wird, solche, die *unmittelbar* aus der *face-to-face*-Interaktion stammen - was wiederum mit der Doppelrolle des Adressaten zwischen Beobachtung und Teilnahme zusammengebracht werden kann: Er interpretiert hier weniger beobachtend als vielmehr teilnehmend. Doch auch diese These läßt sich am Text von Horton und Wohl nicht genau klären, bleibt eine Frage, deren Beantwortung zukünftiger Forschung überlassen werden muß: Es ist unklar, ob die Art, wie soziale Beziehungen und Partnerbilder an den Personae der medialen Kommunikation gewonnen werden, unmittelbar mit der alltäglichen Praxis der Beziehungskommunikation zusammengebracht werden kann. Horton und Wohl sind in dieser Frage sehr ambivalent: Einerseits geben sie am Schluß des Aufsatzes einen ausdrücklichen Hinweis darauf, daß soziale und parasoziale Beziehungen sogar *von gleicher Art* seien (S. 228). An anderer Stelle ist aber die Rede davon, daß das Publikum die vom Sendeformat angebotene soziale Situation glaubwürdig finden und die Regeln und Konventionen, die die abgebildeten Handlungen regieren, sowie die in ihnen realisierten Werte als "*natürlich*" ansehen müsse (S. 219).

4.1 Intimität

Trotz der Unentschiedenheit, die die Autoren in der Frage nach der Ähnlichkeit oder gar Identität der Regeln sozialer und parasozialer Interaktion bis zum Schluß bewahren, ist in Horton und Wohls Darstellung immer klar, daß der Eindruck von "Intimität", der sich in der parasozialen Interaktion herausbildet, auf einer *Illusion* beruht (z.B. S. 217; Hippel, 1993a, S. 130f). Und es ist auch klar, daß dem Zuschauer die Illusionshaftigkeit des parasozialen Geschehens ständig signalisiert wird (S. 219), so daß man eigentlich angemessener von einer "Para-Intimität" sprechen sollte.

Doch was soll *intimacy* hier überhaupt bezeichnen? Eine Qualität von "Vertrautheit" zweifelsohne. Gewisse Eigenschaften rangieren hoch: Wärme, subjektiv empfundene Entfernung, das Maß an gebote-

ner Vorsicht. Der Eindruck der Geborgenheit, der vorherrscht, ist aber von durchaus zweifelhafter Herkunft. Ist er tatsächlich dem Verhalten der Medienakteure zuzuordnen? Oder resultiert er aus der Vertrautheit des Zuschauers mit den Programmen? Man möchte einwenden, daß der Eindruck der *intimacy* sich auch an Kabarett, Ironie und Kritik entzünden kann, die den Zuschauer ja eher distanzieren und als kognitives Wesen adressieren. Der Einwand ist aber zurückzugeben: Denn auch hier ist nicht zu entscheiden, ob es die Personen oder die gewünschte Programmsparte ist, die jenen Eindruck verursacht. *Intimacy* hat nichts zu tun mit "Sich-Wohlfühlen", könnte ein anderer Einwand lauten, sondern bezeichnet eine subjektive Distanz zu dem, wovon die Rede ist, meßbar in der Höhe affektiven oder thematischen oder modalen Involvements. Diese Karte sticht, weil sie *intimacy* vor allem auch als Qualität negativ belegter, gleichwohl intensiver ("heißer") Beziehungen zu Medienpersonen ausweist. Die Frage, ob es die Personen oder die Programme sind, die diesen Eindruck auslösen, vermag aber auch sie nicht zu klären. Man könnte einwenden, daß die Übersetzung von *intimacy* in Kategorien emotionaler Intensität ganz irreführend sei, daß es vielmehr darum gehe, daß Fernsehkommunikation den Anschein der Privatkommunikation erweckt. Dann steht der Intimität die Öffentlichkeit des Fernsehens gegenüber. Unklar ist wiederum, ob der Eindruck der *intimacy* der Tatsache zu danken ist, daß das Fernsehen Strategien der Privatkommunikation nutzt, oder ob er aus der Vertrautheit mit Programmformaten und Genres der Kommunikation entspringt, also ein Effekt von Routinisierung und Wiedererkennungserlebnissen ist.

Dennoch will ich das Argument zentral machen: Das Fernsehen ist von seiner Herkunft her ein "öffentliches Medium", und es ist kein Zufall, wenn es gelegentlich in der Metapher des *Forums* bestimmt, also explizit als eine Institutionalisierungsform von "Öffentlichkeit" angesehen wurde (Newcomb & Hirsch, 1986). Es ist in seinen Gebrauchsweisen "privatisiert" worden, und es haben sich eine ganze Reihe von Programmtypen entwickelt, die in einem immer noch "öffentlichen" Medium Formen "privater" Kommunikation praktizieren. Sie bilden Extremformen der Tendenz aus, in der Rezeption des Fernsehens auf die Erfahrungswelt der *face-to-face*-Kommunikation zurückzugreifen.

Ein höchst interessanter Fall sind *phone-in*-Sendungen. Sie basieren auf Gesprächstypen des Alltags, etablieren das Medium oder den Berater als einen

Gesprächspartner, als einen Fachmann, als einen, der Hilfe und Rat zu geben weiß. Die Fernsehformen adaptieren und kopieren situative Formate der unmittelbaren Interaktion, das ist nichts Besonderes und bildet sogar eine Grundlage dafür, daß es mit den Akteuren umgehen kann. Allerdings: Die Situation ist komplizierter und reicher. Immerhin findet das Geschehen auf einer imaginären Bühne statt, es sind Zuschauer anwesend. Und alle Beteiligten wissen, daß sie sich in einem öffentlichen Raum bewegen. Das ist unproblematisch, wenn man es mit einer Ratgebersendung zu tun hat. Da hat einer ein Rechtsproblem, er ruft einen Fachmann an, der ihm Rat erteilt - und dieses alles ist öffentlich, da können auch andere etwas vom besonderen Fall lernen. Oder da will sich jemand beschweren, ihm ist Unrecht geschehen, und da ist der öffentliche Ratgeber sogar eine Gelegenheit, den Gegner zu attackieren, wissend, daß Moderator und Zuschauer meist auf der Seite des Anklagenden sind. Das ist unproblematisch, wenn via öffentliches Telefonat einer einen Partner sucht: Er begibt sich nicht anders auf die Bühne des Lebens, als wenn er eine Kontaktanzeige aufgibt oder sich sogar in der Diskothek präsentiert. Doch das ist problematisch, wenn der Anrufer Ehe- und Beziehungskrisen ausbreitet und der Experte im Studio Diagnosen stellt und Ratschläge gibt: weil das alles vor einem ebenso anonymen wie amorphen Publikum geschieht.

Intimität und Öffentlichkeit scheinen in einen offenen Konflikt zu geraten. Immerhin breiten Anrufer Dinge aus ihrer Privat- oder gar Intimsphäre vor dem Moderator aus, den sie ja nur als Medienperson kennen können, und sie wissen auch, daß es eine Hörer- und Zuschauerschaft gibt, die dem Geschehen lauscht! Die Motive, die sowohl Anrufer wie Zuschauer an *phone-in*-Sendungen binden, sind sehr unklar. Oft wird der Zuschauer als "Voyeur" bestimmt, der einen eigentlich verbotenen Blick auf fremdes Intimes werfen will; und entsprechend wird dem Anrufer ein exhibitionistischer Zug unterstellt, der ihn dazu treibe, sich in der Öffentlichkeit zu entblößen (Faber 1992, 457). Diese Pathologisierung der Anrufer zu *phone-in*-Shows (sowie zahlreicher Kandidaten in den diversen Shows) ist aber möglicherweise ganz irreführend. Denn die Gegenübersetzung von "privat" und "öffentlich", die für bürgerlichen Umgang mit der Intimität so wesentlich war, hat die Medien immer als "öffentlichen Raum" angesehen. Möglicherweise ist diese Trennung heute zumindest brüchig. Es mehren sich Formen, in denen scheinbar Privates öffentlich verhandelt wird - es ist einiges geschrieben worden über die Heirats-

und Verzeihshows, über Wiedersehensfeiern und thematische Tendenzen in Talk-Shows. Wenn das Fernsehen als "nachbarschaftlicher Raum" konstituiert ist, wird es möglich, die Distanz zwischen Zuschauern und Medienpersonen herabzusetzen (Burger, 1991, 360), ohne daß das Fernsehen damit zu einem Medium der Intimkommunikation würde. Die Tatsache, daß man sich "im Fernsehen" bewegt, bleibt immer bewußt. Horton und Wohl sprechen von "intimacy at a distance", darin jene Spannung nennend, die so schwer zu fassen ist.

4.2 Bewußtheit

Es scheint auf eine Paradoxie hinauszulaufen, wenn Horton und Wohl schreiben, daß der Auftritt der Persona "is an objectively perceptible action in which the viewer is implicated imaginatively, but which he does not imagine" (S. 216). Der implizite Widerspruch, der hier angelegt ist, tritt erst dann nicht auf, wenn man von der *Bewußtheit des parasozialen Beziehungsverhältnisses* ausgeht - weil dann das Wissen um die Illusionshaftigkeit von Persona und allen kommunikativen und interaktiven Beziehungen zu ihr als eine globale Markierung der Interaktion mit medialen Personae mitgewußt wird. Tritt eine Persona leibhaftig mit einem Zuschauer in Kontakt - der Effekt, mit dem die RUDI CARRELL-SHOW ja arbeitet -, wird genau gegen diese modale Markierung verstoßen (vgl. S. 219 als eine andere Lesart dieses Bruchs). Anders ist die Situation für die Zuschauer im Studio - die selbst in eine typische mediale und dramatische Rolle eintreten (Wulff, 1988), also keine Konfrontation von markierter und nicht-markierter Interaktions-Realität erleben.

Tatsächlich sind die *Textsorten*, von denen die Autoren vor allem handeln, keine illusionsbildenden Texte in dem Sinne, wie man Spielfilme betrachten könnte. Der Zuschauer bleibt immer klar erkennbarer, separat adressierter Dritter im kommunikativen Rollengefüge. Der Zuschauer wird immer daran erinnert, daß er als eine "independent identity" (S. 219) dem dargestellten Geschehen gegenübersteht - "the only illusion maintained is that of directness and immediacy of participation" (ebd.). Shows, Talk Shows, Sportübertragungen sind dokumentarische Sendeformen, und für die Rezeptionsformen des Dokumentarischen ist es charakteristisch, daß ein referentieller Bezug auf eine vorfilmische bzw. vor-televisonäre Wirklichkeit angenommen wird. Um so wichtiger sind die Hinweise auf die Vermitteltheit des Geschehens, die tatsächliche Indirektheit der

Adressierung. Beide Ebenen sind wesentlich, müssen miteinander verbunden werden. Hippel (1993a) versucht eine spieltheoretische Interpretation der parasozialen Interaktion und gelangt zu der Auffassung, daß die Interaktionen zweifach definiert sind, als "echte" und als "bloß gespielte". Teilnahme an parasozialer Interaktion setzt so eine zweischichtige Interpretation des Geschehens voraus (und in pathologischen Formen der Rezeption ist die Markierung als "Spiel" unterdrückt oder nicht realisiert; vgl. Hippel 1993a, S. 138f).

4.3 Realisierung

Unklar ist, welche Elemente des Fernsehtextes eigentlich primär der parasozialen Beziehungskommunikation dienen. Genannt sind

- unmittelbare Ansprachen an den Zuschauer (S. 216; vgl. Hippel 1993b);
- genannt sind auch Veränderungen der Kameradistanz als einer Manipulation der Distanz zum Zuschauer (woraus man auf eine Art von "Para-Proxemie" als Komponente der Fernsehkommunikation schließen darf - eine Annahme, die ja eine gewisse Popularität genießt; vgl. S. 216)
- sowie Spielereien mit der Subjektivierung des Kamerablicks (S. 218).
- Genannt ist die Verdoppelung von Gesten, konversationellem Stil und "Stimmung" (im Original: "milieu", vgl. S. 217) einer *face-to-face*-Situation.
- Auch die Behandlung aller Personen auf der Bühne als Mitglieder einer intimen Kommunikationsgemeinschaft wird unter die Strategien gerechnet, mit denen die Illusion von Intimität hergestellt wird (S. 217), wobei kommunikative und soziale Wertvorstellungen wie Soziabilität, Leutseligkeit, Freundschaft, große soziale Nähe umzusetzen versucht werden (S. 218).

Genannt ist schließlich eine Art von "small talk", der darauf abzielt, den Eindruck zu vermitteln, "that he [the persona] is responding and sustaining the contributions of an invisible interlocutor" (S. 217). Ist diese Annahme richtig, ist der hier präsupponierte unsichtbare "interlocutor" eine der strukturellen Leerstellen, in die der Zuschauer eintreten kann und auch wohl verlässlich eintritt - immerhin darf die Persona damit rechnen, daß "the entire transaction between himself and the audience - of which his performance is only one phase - is being properly completed by the unseen audience" (S. 228).

Die "Offenheit" des Verhaltens kann sogar für die mediale Funktion, die die Persona erfüllt, als elementar genommen werden (so z.B. S. 219) - weil die Ermöglichung von Interpretationen, die die Beziehung von Zuschauer und Persona betreffen, eine ihrer fundamentalen Aufgaben ist. Nur so kann das interpersonelle Beziehungsgeschehen, von dem hier gehandelt wird, nämlich überhaupt in Gang gebracht werden.

4.4 Arten der Beziehung

Sehr klare Auskunft gibt der Text über die *Art der sozialen Beziehungen*, die Personae und Zuschauer miteinander haben. Es heißt, daß Rezipienten "'know' such a persona in somewhat the same way they know their chosen friend" (S. 216) - was man als einen eindeutigen Hinweis darauf nehmen darf, daß die Beziehungen zu den Personae Beziehungen aus der Intim- oder Familiensphäre nachgebildet sind (ähnlich S. 219), also nicht auf solchen formalen Beziehungen fußen, wie man sie zu Bürgermeister und Polizist, Postbote und Pastor unterhält [6].

Das *Ensemble der zulässigen Beziehungen* zwischen Zuschauer und Persona erscheint relativ eingeschränkt durch die Charakterzüge, die nach Horton und Wohl von einer Persona erfüllt sein müßten - da ist die Rede von "Herz", "Aufrichtigkeit" oder "Wärme" (S. 220); oder das "personality program" wird bestimmt als eine Gelegenheit "for good-natured joking and teasing, praising and admiring, gossiping and telling anecdotes, in which the values of friendship and intimacy are stressed" (S. 223, Hervorhebung von mir). Implizit scheint den Autoren ein Konzept vorgeschwebt zu haben davon, daß die Persona die Inkarnation positiver sozialer Charaktervorstellungen sein müsse - eine Vorstellung, die heute zumindest relativiert werden muß (man denke an fiktionale Typen wie J.R. aus DALLAS oder an Morton Downey und die MORTON DOWNEY JR. SHOW). Auch die Vorstellung von *intimacy* als einer zentralen Qualität von Interaktion scheint dahingehend eingeschränkt zu sein, nur positive und wechselseitig zustimmende Interaktion als Formen zuzulassen, denen *intimacy* zugeschrieben werden kann - nicht beachtend, daß "Streit" eine Interaktionsform ist, die in höchstem Maße zu sozialer Nähe und Intensität führt (und in manchen Talkshows wie der MORTON DOWNEY JR. SHOW oder neueren deutschen Shows wie der Talk-Veranstaltung BÄRBEL-SCHÄFER inzwischen intensiv genutzt wird). Berghaus, Hocker und Staab konnten in einer kleinen Studie zeigen, daß

die personale Bindung von Zuschauern an Fernsehpersonen dann besonders intensiv war, wenn *Abneigung* das Fundament der Beziehung war (1994, 33f). Die Autoren vermuten denn auch, daß in absehbarer Zeit neben Moderatoren auch *Provokateure* den Bildschirm bevölkern werden (ebd., 34).

Mag sein, daß die Ausgrenzung dieser intensiven, aber negativ besetzten Interaktionsformen mit Programmpolitik und -angebot zusammenhängt. Systematisch aber sind diese Modalitäten auch dann zu berücksichtigen, wenn sie in den vorliegenden Formen des Fernsehens nur selten auftreten. (Man darf aber annehmen, daß sie in politischen Bewußtseinsbildungsprozessen z.B. von großer Bedeutung sind; ein Mann wie Strauß war für seine Gegner eine wichtige Persona, an der Rezipienten eigenes Profil ausbilden konnten.)

5. Der aktive Zuschauer

Die Herausbildung parasozialer Beziehungen ist eine Funktion der Zeit, der Wiederholung, der Routinisierung. Gerade die Berechenbarkeit des Auftretens der Persona macht es möglich, daß sie in die Routinen des täglichen Lebens integriert werden kann (vgl. 1956, S. 216). Für die Fernsehanalyse ist die zeitüberdauernde Kraft der Beziehung zwischen Zuschauer und Persona aber wiederum ein großes Problem: denn die Bindung der Analyse an die dominierende Bezugsgröße "Text" muß zumindest problematisiert werden. Die Kenntnis eines "Charakters" ist nicht allein aus einem einzelnen Text abzuleiten, sondern ist das Produkt einer ganzen Kette von medienbezogenen Beziehungshandlungen. Horton und Wohl haben gerade diesen Aspekt sehr deutlich herausgestellt:

Indeed, their [the spectators'] continued association with him [the persona] acquires a history, and the accumulation of shared past experience gives additional meaning to the present performance. This bond is symbolized by allusions that lack meaning for the casual observer and appear occult to the outsider (1956, S. 216).

Für eine sich empirisch orientierende kognitive Theorie des Fernsehens (und in ähnlicher Weise wohl auch des Films) ist das spezifische Wissen um die abgebildeten Personen tatsächlich wohl ein großes Problem. Das Wissen von Rezipienten um Personae ist nämlich voraussetzbar, im Text selbst unter Umständen gar nicht nachzuweisen. Die Er-

wartbarkeit und Berechenbarkeit des Verhaltens und der persönlichen Charakteristik abgebildeter Medienpersonen wird von Horton und Wohl einmal unter die von Kenneth Burke entlehnte Rubrik "collaborative expectancy" gefaßt (S. 218) - die interpretierende Aktivität des Zuschauers damit nur um so mehr herausstellend.

Von welcher Art nun diese Aktivität ist - und ich sehe hier ab von allen "Folgeformen" wie Diskussionen mit Kollegen, Fanpost usw. (vgl. S. 221, 227, 220 Anm. 13, passim; Keppler, 1994) -, erscheint wiederum eher unklar. Dabei ist gerade die Untersuchung dieser Aktivitätsformen für eine (ökologische) Fernsehtheorie von größter Bedeutung, dokumentiert sich doch in den Tätigkeiten und Aktivierungen von Zuschauern etwas von der Art und Weise, wie Medien und Alltagswelt zusammenwirken. Horton und Wohl sind diesbezüglich wieder eher unklar und geben eher widersprüchliche Hinweise.

(1) Daß dem Zuschauer insbesondere im "small talk" der Persona eine Rolle als "interlocutor" zugewiesen ist, wurde schon dargestellt - dies liefe darauf hinaus, Zuschauerverhalten vor allem als eine Aktivität aufzufassen, die an den Inhalten der abgebildeten Kommunikationssituation orientiert ist. Es sei am Rande festgehalten, daß Thematisierung in den letzten Jahren mehrfach als eine Kernfunktion des Fernsehens angenommen worden ist (man denke an die Vorstellung, das Fernsehen sei ein "kulturelles Forum" und exponiere die in einer Gesellschaft umgehenden, oft kontrovers aufgefaßten Themen in allen Sendeformaten, so daß Teilhabe an Fernsehkommunikation auch einen Sozialisations- und Enkulturationsaspekt umfasse [Newcomb & Hirsch, 1985], oder man denke an die ähnlich argumentierenden Diskurs-Modelle [z.B. Fiske, 1987]).

(2) Für das Konzept der Parasozialität zentraler scheint aber zu sein, daß der Adressat mit solchen Kategorien auf die Persona und die abgebildete Situation zugreift, wie er sie auch im täglichen Leben zur Identitätsbildung und zur Kommunikation von Images und Rollen verwendet. Vorausgesetzt werden muß dann allerdings, daß eine

compatibility between his normal self - as a system of role-patterns and self-conceptions with their implicated norms and values - and the kind of self postulated by the program scheme and the actions of the persona (S. 220)

vorliegen muß. Wenn man dies tatsächlich als eine Voraussetzung für das Ingangkommen parasozialer Interaktion ansieht, muß man auch akzeptieren, daß es Publika mit abweichenden Konzeptionen des "Selbst" gibt, die von manchen Sendeformaten und Textsorten und den in ihnen verwendeten Strategien der Konstituierung parasozialer Beziehungen zwischen Personae und Zuschauern systematisch ausgeschlossen werden. Im übrigen ist der Prozeß der wechselseitigen Unterstellung von Rollen und Normen, der im Alltag gilt, auch auf die wechselseitige Beziehung von Zuschauer und Persona anzuwenden - der Zuschauer begegnet der Persona mit einem Set von Rollen- und Verhaltenserwartungen, und die Persona konzipiert die eigene Rolle in Vorwegnahme der Interpretation des eigenen Auftretens und der eigenen Handlungen aus der Sicht eines "projected audience", der Vorstellung eines Zuschauers (wobei sie manchmal durch die Reaktionen des Studiopublikums unterstützt wird, S. 221).

(3) Für die Rezeption des Zuschauers ist das "*enactment of a para-social role*" (S. 222) die von Horton und Wohl wohl als zentral angesehene kognitive Tätigkeit. Dabei kann es sich sowohl um gewohnte und bekannte Rollen handeln wie aber auch um solche, die für das Individuum neu sind, es erst in der Zukunft betreffen oder vergangene Zustände des Selbst neu aufleben lassen. Es scheint dabei, in der Darstellung von Horton und Wohl, eine besondere Qualität parasozialer Interaktion zu sein, daß hier Rollen in einer Reinheit durchspielt werden können, wie es in alltäglichen Situationen nie möglich wäre:

The enacted role may be an idealized version of an everyday performance - a 'successful' para-social approximation of an ideal pattern, not often, perhaps never, achieved in real life. Here the contribution of the persona may be to hold up a magic mirror to his followers, playing his reciprocal part more skilfully and ideally than do the partners of the real world (S. 222).

Die Rollen, die hier als Komplementärrollen des Handelns der Persona durchspielbar werden, sind Rollen, die in den primären Bezugsgruppen des Zuschauers gespielt werden können (S. 228). Auch dies ist ein Hinweis sowohl auf die soziologische Exklusivität, die parasoziale Interaktionen begleitet, wie auch auf die "Vertrautheit", die den probend durchspielten Rollen zukommt. In dieser gleichermaßen "reinen" und "idealisierten" wie "vertrauten" Art und Weise, wie im magisch anmutenden Gegenüber der Persona Rollenspiel geschieht, wird da-

bei ein Funktionskreis greifbar, der parasoziales Handeln Fernsehpersonen gegenüber als eine Technik der *Selbstvergewisserung* auffaßbar macht: "Unter der Bedingung des Vorhandenseins eines interpretativen Spielraums vollzieht der Medienrezipient eine Reflexion der eigenen Handlungsrollen (-entwürfe) in bezug auf die im Fernsehen gezeigten und perzipierten Handlungsmuster. Im Prozeß des role makings macht der Zuschauer sich das Medienangebot für sich selbst verfügbar" (Neumann & Charlton, 1988, S. 10).

Daß man sich auf diesem Wege einer interaktionistischen Fernsehtheorie annähert, die Fernsehen als eine der Agenturen von erprobendem Rollenlernen und von Identitätsbildung faßt, ist deutlich und wird von Horton und Wohl *expressis verbis* vorgetragen (S. 222). Es geht jedenfalls nicht darum, parasoziales Beziehungshandeln als ausgerichtet darauf, "*stellvertretende soziale Beziehungen mit Medienpersönlichkeiten*" (Schenk, 1987, S. 395; Hervorhebung im Original) eingehen zu wollen, aufzufassen [7] - weil Fernsehrezeption nach dem Entwurf der "parasozialen Interaktion" nicht darauf ausgerichtet ist, unmittelbare soziale Beziehungen zu ersetzen, sondern vielmehr darauf, soziale Kompetenz von Zuschauern zu entwickeln, zu schulen und zu verfeinern. Wer fernsieht, nimmt teil an einem "Prozeß, in dem der einzelne konsistente Verhaltensmuster entdecken und für sich verfügbar machen kann" (Teichert, 1973, S. 379).

Das ist allerdings eine Hypothese, über die nachzudenken sich lohnen könnte: weil dann die Parasozialität der Interaktionen mit Fernseh-Personen eine Bedingung dafür wäre, daß die Rezeption von Fernsehsendungen mit dem Alltagsleben von Rezipienten einen *produktiven* Zusammenhang bildet. Und weil Parasozialität immer bewußt ist und nur im pathologischen Fall die Unterschiede der Beziehungen zu natürlichen oder mediatisierten Personen verwischen, könnte sich der *Modus der Parasozialität* als eine Sozialisationsmodalität erweisen, die vom Fernsehen in ganz besonderer Art und Weise kultiviert und entwickelt worden ist. "Parasoziale Interaktion" würde sich dann als ein Schlüsselkonzept der Untersuchung der Sozialisations- und Enkulturationseffekte des Fernsehens erweisen.

Anmerkungen

[1] Horton & Strauss (1957, 587) nahmen die Eingliederung in den Interaktionismus selbst vor.

[2] Ich habe inzwischen mehrfach auf dieses methodisch für die Fernsehforschung zentrale Problem hingewiesen, zuletzt in einem Vortrag zur "Polysemie des Fernsectextes" auf der Tagung der Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft zur "Fernsectheorie", März 1990. Bemerkungen zu diesem Fragenkomplex finden sich auch in Hortons & Wohls Artikel, vgl. insbes. 219.

[3] Vgl. Iser 1990 als Überblick über die Rezeptionsästhetik. In der aktuellen Rezeption von Texten kommen Rezipienten und rezeptive Rollen ("ideale Leser") zusammen, ein Prozeß und ein Verhältnis zwischen beiden entsteht, das bislang weitestgehend ungeklärt ist. Vor einem ähnlichen Problem steht die Kognitionspsychologie des Films; vgl. dazu Wulff, 1991, S. 394f.

[4] Die Differentiale entstammen einer Untersuchung von Rubin, Perse & Powell, 1985; vgl. dazu Vorderer, in diesem Heft. Zur Kritik vgl. Hippel, 1992, S. 141.

[5] Möglicherweise ist es aufschlußreich, die Vorstellung der "Medienperson" als *folk model* zu bedenken: Dann wäre die Synthese einer Persona eine Konsequenz aus der Unterstellung, daß die Person, die im Medium auftritt und handelt, im gleichen Sinne als "Person" zu konstituieren sei wie eine Person der unmittelbaren sozialen Umgebung auch. Von den medialen Rahmen würde dann abgesehen, und es stellt sich die Frage, wie angemessen die Repräsentation des *folk models* eigentlich ist und ob das tatsächliche Wissen über die Medienperson sowie die tatsächlichen Attributionsprozesse im Medienkonsum darin realistisch erfaßt sind. Jeder Zuschauer hat ein Wissen über Schauspiel, urteilt über Akteure, versteht das soziale Gefüge in der erzählten Realität, ist möglicherweise in eine Interaktion mit den abgebildeten Personen verwickelt, die über die bare Tatsache des Beobachtens weit hinausgeht - davon handelt ja die Theorie der parasozialen Interaktion. Spuren der psychologischen Evaluation des Geschehens finden sich allenthalben, nicht nur in den Prozessen der Rezeption, sondern auch in Gesprächen, Urteilen usw., die der Rezeption folgen. Vgl. dazu Keppeler, 1994, bes. S. 260-262, die die Frage nach dem "Kunstcharakter" und nach der "Medialität" von Sendungen als Thema familiärer Tischgespräche nachweisen konnte - ein Hinweis darauf, daß nicht allein nach den Bildern zu fragen ist, die sich Zuschauer von Medienpersonen machen, sondern auch danach, welche Rolle das Fiktionalitäts- oder Genrewissen in den Prozessen der Personenkonstitution spielt. Man kann eine Extremposition einnehmen und davon ausgehen, daß sich eine modale Markierung von Fernsehpersonen gar nicht nachweisen läßt (so z.B. Merdian, 1978, S. 60). Nach dieser Überlegung kann das Fernsehen Wirkung zeigen, indem durch die fiktionale Darstellung das alltägliche soziale Wissen (als "implizite Persönlichkeitstheorie") verändert wird. Eine Spezifik hinsichtlich Film und insbesondere Fernsehen bekommt dieses Alltagswissen allein dann, wenn man nach den spezifischen "Berufen und Rollen" des Fernsehens fragt - Sprecher, Ansager, Moderatoren, Kommentatoren (Merdian, 1978, S. 60) -, die aber wiederum nicht als essentielle Charakteristiken der Paraperperson, sondern als normale Berufs-Attribuierungen angesehen werden.

[6] Zu fragen bleibt, ob derartigen formalen Beziehungen wiederum "Parasozialität" im beschriebenen Sinne zukommt. Stimmt man dem zu, wäre Parasozialität ein Effekt der Formalisierung von Beziehungen und nicht ein Spezifikum mediatisierter Kommunikation.

[7] Ähnlich argumentieren auch Mikos, 1990 und Hippel, 1992 vehement gegen die Annahme, parasoziale Interaktion sei ein Substitut für "primäre" Interaktionen oder eine defizitäre Form der Face-to-face-Interaktion.

Literatur

Berghaus, Margot / Hocker, Ursula / Staab, Joachim Friedrich (1994) Fernseh-Shows im Blick der Zuschauer. Ergebnisse einer qualitativen Befragung zum Verhalten des Fernseh-Publikums. In: *Rundfunk und Fernsehen* 42,1, S. 24-36.

Burger, Harald (1991) *Das Gespräch in den Massenmedien*. Berlin: de Gruyter.

Davies, John (1984) Television modes of address as a semiotic system. In: *Recherches Sémiotiques / Semiotic Inquiry* 4,3-4, S. 338-355.

Faber, Marlene (1992) Rez. zu Erika Keil: Hörerbeteiligung am Radio. Vom sprachlosen Ich zum eloquenten Du. Bern [...]: Peter Lang 1991. In: *Medienwissenschaft: Rezensionen*, 4, 1992, S. 457-459.

Fiske, John (1987) *Television culture*. London/New York: Routledge.

Hippel, Klemens (1992) Parasoziale Interaktion: Bericht und Bibliographie. In: *Montage/AV* 1,1, S. 135-150.

--- (1993a) Parasoziale Interaktion als Spiel. Bemerkungen zu einer interaktionistischen Fernsehtheorie. In: *Montage/AV* 2,2, S. 127-145.

--- (1993b) Vorbemerkungen zu einer Theorie der Adressierung. In: *Fernsehschows. Form- und Rezeptionsanalyse*. Hrsg. v. Hans-Otto Hügel u. Eggo Müller. Hildesheim: Universität Hildesheim, S. 82-90 (Medien und Theater. 1.).

Horton, Donald / Strauss, Anselm (1957) Interaction in audience-interaction shows. In: *American Journal of Sociology* 62, S. 579-587.

Horton, Donald / Wohl, R. Richard (1956) Mass communication and para-social interaction. In: *Psychiatry* 19, S. 215-229.

Iser, Wolfgang (1990) *Der Akt des Lesens. Theorie ästhetischer Wirkung*. 3. Aufl. München: Fink (Universitäts-Taschenbücher. UTB 636.).

Keppler, Angela (1994) *Tischgespräche. Über Formen kommunikativer Vergemeinschaftung am Beispiel der*

Konversation in Familien. Frankfurt: Suhrkamp (Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft. 1132.).

Knobloch, Silvia (1996) Überlegungen zur Charaktersynthese von non-fiktionalen Medienfiguren. Stellungnahme zu dem Beitrag von Hans J. Wulff. In: *Parasoziale Interaktionen und Beziehungen mit Medienfiguren*. Hrsg. v. Peter Vorderer. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 49-52.

Koenig, Frederick / Lessan, Gloria (1985) Viewers' relationship to television personalities. In: *Psychological Reports* 57, S. 263-266.

Langer, John (1981) Television's 'personality system'. In: *Media, Culture and Society*, 4, S. 351-365.

Lüscher, Kurt (1991) HDTV - ein "Medium im Entstehen". In: *HDTV - ein neues Medium? Interdisziplinäre Tagung an der Universität Konstanz 1990*. Hrsg. v. Kurt Lüscher, Joachim Paech & Albrecht Ziemer. Mainz: Zweites Deutsches Fernsehen, S. 77-87 (ZDF Schriftenreihe. 41.).

Lüscher, Kurt / Wehrspaun, Michael (1985) Medienökologie: Der Anteil der Medien an unserer Gestaltung der Lebenswelten. In: *Zeitschrift für Sozialisationsforschung und Erziehungssoziologie* 5,2, S. 187-204.

Merdian, Franz (1977) Die Wahrnehmung von Personen auf dem Bildschirm. In: *Fernsehen und Bildung* 11, S. 53-71.

Meyrowitz, Joshua (1987) *Die Fernseh-Gesellschaft. Wirklichkeit und Identität im Medienzeitalter*. Weinheim/Basel: Beltz.

Mikos, Lothar (1992) Ist das Fernsehen eine Black Box? Über Skinner, Schrödingers Katze und das Verhalten von Fernsehforschern. In: *Fernsehtheorien*. Hrsg. v. Knut Hieckethier u. Irmela Schneider. Berlin: Ed. Sigma, S. 109-124.

Neumann, Klaus / Charlton, Michael (1988) Massenkommunikation als Dialog. Zum aktuellen Diskussionsstand der handlungstheoretisch orientierten Rezeptionsforschung. In: *Communications* (Frankfurt) 14,3, S. 7-37.

Newcomb, Horace / Hirsch, Paul M. (1986) Fernsehen als kulturelles Forum. Neue Perspektiven für die Medienforschung. In: *Rundfunk und Fernsehen* 34,2, S. 177-190.

Rubin, Alan M. / Perse, Elizabeth M. / Powell, Robert A. (1985) Loneliness, parasocial interaction, and local television news viewing. In: *Human Communication Research* 12,2, S. 155-180.

Schenk, Michael (1987) *Medienwirkungsforschung*. Tübingen: Mohr.

Teichert, Will (1973) Fernsehen als soziales Handeln. 2. Entwürfe und Modelle zur dialogischen Kommunikation zwischen Publikum und Massenmedien. In: *Rundfunk und Fernsehen* 21, S. 356-382.

Wilshire, Bruce (1982) *Role playing and identity. The limits of theatre as metaphor*. Bloomington, Ind.: Indiana University Press.

Wulff, Hans J. (1988) Saal- und Studiopublikum. Überlegungen zu einer fernsehtypischen Funktionsrolle. In: *TheaterZeitschrift* 26, S. 31-36.

--- (1991) Das Wisconsin-Projekt: David Bordwells Entwurf einer kognitiven Theorie des Films. In: *Rundfunk und Fernsehen* 39,3, S. 393-405.

--- (1996) Charaktersynthese und Paraperson: Das Rollenverhältnis der gespielten Fiktion. In: *Parasoziale Interaktionen und Beziehungen mit Medienfiguren*. Hrsg. v. Peter Vorderer. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 29-48.