

2 Handlungstheoretische Konzeptionen der Mediennutzung

Handlungstheoretisch begründete, psychologische Modelle, die ihren Ursprung zu großen Teilen in der Einstellungs- und Verhaltensforschung haben, sowie soziologische Erklärungsansätze, werden in der Mediennutzungsforschung häufig zur Erklärung der Medienselektion herangezogen (vgl. z. B. Hartmann 2009a; McQuail/ Renckstorf 2004; Vorderer 1996). Besonders hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die Theorie geplanten Handelns (Fishbein/ Ajzen 1975), deren Anwendung auf die Mediennutzung bereits als etabliert gelten darf (z. B. Palmgreen/ Rayburn 1985; vgl. dazu auch Rossmann 2011; Hartmann 2009b). Dies zeigt sich auch in einigen aktuellen Arbeiten zur Computerspielnutzung (z. B. Behr 2010). Aber auch andere Ansätze wie das Rubikon-Modell von Heckhausen (Schultheiss 2010) und die sozial-kognitive Theorie von Bandura (LaRose 2009; Lee/ LaRose 2007) finden Beachtung und Anwendung.

Für die vorliegende Arbeit ergeben sich folgende Fragen bezüglich einer handlungstheoretisch fundierten Konzeptualisierung der Mediennutzung, die in den nachfolgenden Abschnitten unter Berücksichtigung einschlägiger theoretischer Ansätze und Modelle diskutiert werden sollen: Inwiefern lässt sich Mediennutzung als bewusste und zielgerichtete oder auch begrenzt rationale Handlung fassen? Und inwiefern kann eine Orientierung der Mediennutzung an gesellschaftlichen Normen und Werten unterstellt werden? Wie kann der Prozess der Mediennutzung handlungstheoretisch konzipiert werden? (2.1) Des Weiteren ist zu hinterfragen, unter welchen Prämissen Mediennutzung als Interaktion aufgefasst werden kann (2.2). Diese Fragen sollen mit besonderem Augenmerk auf die Nutzung digitaler Spiele beantwortet werden. Schließlich werden relevante Handlungsmodelle hinsichtlich ihrer Brauchbarkeit zur Konzeption der Nutzung digitaler Spiele als soziale Handlung hinterfragt und für die Fragestellung bedeutsame Aspekte herausgearbeitet (2.3).

2.1 Medienselektion und –nutzungsprozess

Die Problematik, ob und inwiefern Mediennutzung bewusst und zielgerichtet erfolgt, wird überwiegend – vornehmlich aus Perspektive der Medienwirkungsforschung – im Zusammenhang mit dem Begriff der *Publikumsaktivität* diskutiert (z. B. Levy/ Windahl 1985).

Ansätze der Kommunikationswissenschaft, die in ihrer Konzeption der Mediennutzung eine gewisse handlungstheoretische Fundierung erkennen lassen, sind zum Beispiel der *Uses-and-Gratifications-Ansatz* (z. B. Katz et al. 1973; McLeod/ Becker 1981; Rosengren 1974) und der *dynamisch-transaktionale Ansatz* (Früh/ Schönbach 1982; bezogen auf Fernsehunterhaltung vgl. auch die Triadisch-Dynamische Unterhaltungstheorie von Früh 2002). Der Uses-and-Gratifications-Ansatz (UGA), ursprünglich entwickelt in Anlehnung an Theorien des Strukturfunktionalismus von Merton (1995) und Parsons (z. B. Parsons/ Shils 1951; vgl. dazu McLeod/ Becker 1981: 75f.), folgt in der Logik klassischen Rational-Choice-Modellen. Sein Erklärungsanspruch beschränkt sich auf die Ebene individueller Bedürfnisse. Medienselektion wird im Weberschen Sinne als bewusst und zielgerichtet aufgefasst (McQuail/ Renckstorf 2004: 3). Wenn man jedoch berücksichtigt, dass Mediennutzung nicht immer zielgerichtet, sondern oft auch gewohnheitsmäßig und ritualisiert erfolgt (z. B. Barwise/ Ehrenberg 1994; Rubin 1984), erscheint eine Modellierung der Mediennutzung streng nach dem Rational-Choice-Ansatz fragwürdig (Scheuch 2004). Der Tradition des UGA wird eine breite Palette an Modellen zugeordnet (McLeod/ Becker 1981: 71), die zum Teil gesellschaftliche (z. B. Rosengren 1974) und kulturelle Aspekte (McQuail 1984) integrieren. Habituelles Handeln im Sinne einer begrenzten Rationalität bleibt beim UGA jedoch weitgehend außen vor. Gesellschaftliche Norm- und Wertorientierungen werden insofern berücksichtigt, als dass Bedürfnisse sowohl psychologisch als auch sozial determiniert sind (Katz et al. 1973; Merton 1995).

Im *Nutzenansatz* werden Elemente des Uses-and-Gratifications-Ansatzes mit handlungstheoretischen Annahmen des symbolischen Interaktionismus und der phänomenologischen Soziologie verknüpft (Teichert 1972, 1973; vgl. Renckstorf 1989). Medienhandeln wird hier als Alltagshandeln aufgefasst, wodurch theoretische Bezüge zum symbolischen Interaktionismus (Mead 1968) und zur Handlungstheorie von Schütz (1991) hergestellt werden können. Der Ansatz betrachtet Massenmedien und ihre Botschaften als Objekte der sozialen Umwelt des Handelnden. Diese schaffen Situationen, die definiert werden müssen. Im Prozess der Definition, der Konstitution sozialer Interaktionen, entsteht Sinn, der wiederum einen Teil der gesellschaftlichen Identität einer Person bildet (Blumer 1969; vgl. Renckstorf/ Wester 2004: 55). Das so entwickelte handlungstheore-

tisch fundierte Referenzmodell (Renckstorf 1989; Renckstorf/ Wester 2001) berücksichtigt sowohl instrumentelle bzw. zielgerichtete als auch ritualisierte bzw. routinemäßige Formen der Mediennutzung in ihrer gesellschaftlichen, sozialen und individuellen Bedingtheit.² Scheuch (2004: 28) fügt jedoch hinzu, dass der handlungstheoretische Referenzrahmen eher bei starken Medienwirkungen greift, etwa bei instrumenteller, aktiver Nutzung, wenn eine Veränderung bzw. Anpassung des Wissensvorrats (Schütz 1991) stattfindet. Die Annahme begrenzter Rationalität birgt den Vorteil, dass bei Kenntnis der Beschränkungen (bounds) Handeln immer vorhersehbarer wird. Darüber hinaus sind Rational-Choice-Ansätze in den Sozialwissenschaften beliebt, da sie die Möglichkeit der Formulierung mathematischer Modelle zur Erklärung sozialer Phänomene bieten (Scheuch 2004).

Auch der dynamisch-transaktionale Ansatz (Früh/ Schönbach 1982) weist einige handlungstheoretische Elemente auf, da auch hier ein wechselseitig aufeinander bezogenes Verhalten der Entitäten unterstellt wird. Die dabei ablaufenden Prozesse („Transaktionen“) sind nicht zwingend bewusst und zielgerichtet, sondern „viel öfter habituell, unbewusst und im affektiven Bereich“ (Schönbach/ Früh 1991: 41) angesiedelt. *Transaktionen* werden in „Inter-Transaktionen“ als vorgestellte oder tatsächliche Interaktionsprozesse zwischen Kommunikatoren und Rezipienten und „Intra-Transaktionen“ als innerpsychische Interaktionsprozesse zwischen dem Aktivationsniveau und seinen kognitiven Ressourcen unterschieden (vgl. Früh/ Schönbach 1982: 78). Der DTA lässt sich eher der psychologischen Perspektive zuordnen, da sein Erklärungsanspruch und seine postulierten Wirkmechanismen psychologisch fundiert sind (vgl. dazu auch Renckstorf 1989: 324). So wird in der dynamisch-transaktional formulierten Theorie der Fernsehunterhaltung (Früh 2002) für die Nutzung von Fernsehangeboten zur Unterhaltung ein Kommunikationsprozess unterstellt, der sowohl durch Merkmale des Medienangebotes, des Publikums und des gesellschaftlichen und situativen Kontextes als auch durch die Strukturen und Mechanismen der Informationsverarbeitung im Rezeptionsprozess wesentlich geprägt ist (Früh 2002: 67). Im Vordergrund stehen hier die Entstehungsbedingungen der sogenannten „Unterhaltung als Makroemotion“ (Früh 2002).

Eine psychologische Perspektive nimmt auch Vorderer (1996: 319) ein, indem er Unterhaltungsrezeption als eine Handlung auffasst, bei der sich kognitive und emotionale Prozesse vollziehen (vgl. auch Vorderer 1992). Zur Erklärung der Fernsehprogrammauswahl wählt auch Bilandzic (2004) eine handlungstheoretische Perspektive in Anlehnung an Essers Modell der Frameselektion (vgl. Esser 1999; 2001) und verknüpft diese mit Informationsverarbeitungsmodellen.

2 Bei der Definition ihres (Medien-)Handlungsbegriffs orientieren sich Renckstorf und Wester (2001) stark an Schütz und Luckmann (2003).

Gehrau (2008) untersucht den Zusammenhang zwischen Fernsehqualität und Fernsehnutzung in einem komplexen Modell, indem er das Rubikon-Modell von Heckhausen (1989) mit Rational-Choice-Elementen verbindet.

Explizit handlungstheoretische Wurzeln haben Arbeiten zur Nutzung digitaler Spiele (vgl. dazu auch Abschnitt 3.2) von Klimmt (2006) und Hartmann (2006). Unter Berücksichtigung psychologischer Handlungstheorien geht Hartmann (2006) davon aus, dass der *Selektion* digitaler Spiele ein bewusster und zielgerichteter Auswahlprozess zugrunde liegt, der in einer *Erwartungs-Wert-Struktur* modelliert werden kann. Der Nutzer wägt seine Handlungsalternativen bedürfnisorientiert ab, um mögliche Kosten einer Fehlentscheidung zu vermeiden (vgl. Hartmann 2006: 129). Damit wird für die Selektion digitaler Spiele eine Hochkostensituation unterstellt, im Gegensatz zur für die Fernsehnutzung postulierten Niedrigkostensituation (Jäckel 1992).

LaRose (2009) geht davon aus, dass nicht nur Medienwirkungen lerntheoretisch erklärt werden können, sondern auch das Medienauswahlverhalten. Auf Basis der sozial-kognitiven Lerntheorie von Bandura (1977) formuliert er eine sozial-kognitive Theorie der Medienauswahl. In der sozial-kognitiven Lerntheorie werden behavioristische Annahmen mit Annahmen zu geplantem, vorausschauendem Handeln verknüpft (vgl. LaRose 2009: 11). Hier sieht LaRose (2009) Parallelen zur Entscheidungstheorie, denn auch dort wird unterstellt, dass Menschen Entscheidungen (hier: der Medienwahl) in Abhängigkeit von den erwarteten Konsequenzen dieser Entscheidungen treffen. Mangelnde Rationalität oder Impulsivität wird im Rahmen der sozial-kognitiven Lerntheorie als mangelnde Selbstregulation aufgefasst (vgl. LaRose 2009: 11). Dies trifft, so der Autor, beispielsweise auf suchtähnliches Mediennutzungsverhalten zu. In einer Studie zur Nutzung von Videospielen konnten Lee und LaRose (2007) zeigen, dass mangelnde Selbstregulierung im Spielkonsum durch eine optimale Balance zwischen Selbstwirksamkeit und Anforderung begünstigt wird. Gleichzeitig ergab die empirische Prüfung ihres sozial-kognitiven Modells der Videospieldnutzung, dass der Ansatz auch unproblematisches Nutzungsverhalten erklären kann.

Zur Erklärung des Publikumserfolgs bei Computerspielen analysiert Schumann (2013) den Selektionsprozess in der präkommunikativen, kommunikativen und postkommunikativen Phase (vgl. dazu auch Schweiger 2007). Dabei legt die Autorin eine Theorie der subjektiven Qualitätsauswahl (vgl. dazu z. B. Wolling 2009) zugrunde, die sowohl nutzerbezogene (Qualitätswahrnehmungen und –erwartungen) als auch Merkmale des Medienangebots als Einflussfaktoren berücksichtigt. Die Selektion von Computerspielen wird von Schumann als „vergleichsweise bewusst und rational“ aufgefasst (Schumann 2013: 55).

Zur Beschreibung des Spielprozesses entwirft Klimmt (2006) ein Handlungsmodell, das in Anlehnung an Oerter (2000), der sich wiederum auf den

Tätigkeitsbegriff von Leontjew (1979) bezieht, drei Analyseebenen beinhaltet. Dabei wird eine hierarchisch-sequentielle Organisation der drei Ebenen unterstellt. Auf der untersten Ebene vollziehen sich einzelne Interaktionen zwischen Spieler und Spielprogramm in Form von *Input/Output-Loops*, d. h. einer Eingabe des Spielers folgt die Reaktion des Programms usw. (Klimmt 2006: 71). Diese Betrachtungseinheit entspricht dem Begriff der *Operation* bei Leontjew (1984). Eine Reihe von Input/Output-Loops ergibt wiederum eine *Episode*, die die nächsthöhere Analyseebene darstellt. Eine Episode beinhaltet eine Ausgangssituation, eine Handlung des Spielers, die aus mehreren Input/Output-Loops bestehen kann, und ein *Ergebnis* (z. B. Überwinden eines Hindernisses oder eines Gegners). In einer Episode verfügt der Spieler über eine Reihe von Handlungsmöglichkeiten. Gleichzeitig besteht auch eine gewisse Handlungsnotwendigkeit, die vom Spielprogramm etwa durch das Auftauchen von Gegnern oder anderer Hindernisse erzeugt wird (vgl. Klimmt 2006: 71f.). Hier kann als Parallele für den Begriff der *Episode* der Handlungsbegriff bei Leontjew (1984) angeführt werden. Dementsprechend kann das *Ergebnis* dem *Ziel* bei Leontjew zugeordnet werden. Für die oberste Analyseebene verwendet Klimmt (2006) dann auch den Begriff der *Tätigkeit* und bezeichnet damit die gesamte Tätigkeit des Spielens, die wiederum aus eine Reihe zusammenhängender Episoden besteht. Kennzeichnend für diese Ebenen ist ein übergeordnetes *Thema* (ähnlich dem *Motiv* bei Leontjew), das über das Lösen eines konkreten Problems weit hinaus geht, etwa die Entwicklung einer Spielfigur oder neue Erkenntnisse über die Spielumgebung (vgl. Klimmt 2006: 74f.).

Exkurs: Handlung als allgemeine Tätigkeit

Leontjew (1979) stellt sich die Frage nach einer Bedeutung des Tätigkeitsbegriffs für das Verstehen der Determination des Psychischen und des menschlichen Bewusstseins. Er kritisiert das „Stimulus-Reaktion“-Schema des Behaviorismus: „Die Begrenztheit des eben besprochenen Herangehens ist darin zu sehen, dass auf der einen Seite Gegenstände und Objekte existieren, auf der anderen Seite ein passives, den Einwirkungen ausgesetztes Subjekt.“ (Leontjew 1984: 14) Für ihn ist es das Subjekt bzw. seine „innere Bedingungen“, die in aktiven Prozessen seine gesellschaftliche Umwelt vielfältig gestalten. Diese Prozesse fasst er unter dem Begriff der Tätigkeit (Leontjew 1984: 15). Die Subjekt-Objekt-Beziehung wird um die Komponente der Tätigkeit des Subjekts zu einer Subjekt-Tätigkeit-Objekt-Beziehung erweitert. Tätigkeit wird als eine psychologische Kategorie bzw. als ein System von Prozessen aufgefasst, die gesellschaftliche, von Anfang an praktische Relationsziele des Menschen verwirklichen. Bedürfnisse steuern vergegenständlicht in Motiven die Tätigkeit, die sich „aus

Zielen und den ihnen entsprechenden Handlungen, den Mitteln und Verfahren zur Realisierung der Handlungen“ (Leontjew 1984: 17) herausbildet.

Innere (geistige) und äußere (praktische, materielle) Tätigkeiten sind strukturell gleich und beeinflussen sich gegenseitig. Dies impliziert nichts anderes als die Annahme einer Kopplung von Bewusstsein und Verhalten, die ein subjektiver Handlungsbegriff nahe legt. Bewusstsein ist eingebettet in gesellschaftliche Prozesse, das bedeutet, Bedürfnisse, Handlungsziele und Mittel zur Erreichung dieser Ziele sind gesellschaftlich determiniert (vgl. Leontjew 1984: 20). Die Handlung (bei Leontjew Tätigkeit) wird also immer im sozialen Kontext und somit als soziale Handlung betrachtet.

Die hierarchisch-sequentielle Organisation der Tätigkeit basiert auf realisierenden Handlungen als zielgerichtete Prozesse und Operationen als bedingungsabhängige Verfahren, mit deren Hilfe Handlungen ausgeführt werden. Diese beiden Komponenten sind auf jeweils einander untergeordneten Ebenen angesiedelt. Jede Tätigkeit wird durch ein bestimmtes Motiv ausgelöst, das so der Tätigkeit ihren Gegenstand (materiell oder geistig) verleiht, auf den sie sich ausrichtet.³ Auf Handlungsebene und damit diesem Tätigkeitsmotiv untergeordnet, sind es bewusste Ziele, die den Handlungsprozess bestimmen. Dieser beinhaltet wiederum einzelne Operationen, welche bestimmten Bedingungen unterworfen sind. Aus Perspektive des Motivs können einzelne Handlungsprozesse einer Tätigkeit zugeordnet werden. Identifiziert man konkrete Ziele, so lassen sich diesen Zielen wiederum entsprechende Handlungen zuordnen, die für sich allein stehen oder miteinander verbunden sein können. Als Parallele zu den Überlegungen von Schütz (1991), wenn auch dieser keine sequentiell-hierarchische Struktur unterstellt, kann das Motiv als Weil-Motiv und das Ziel als Um-zu-Motiv interpretiert werden.

Die Beziehungen zwischen den hier beschriebenen Komponenten (Tätigkeit, Motiv, Handlung, Ziel, Operation, Bedingungen) werden von Leontjew nicht als statisch angenommen, vielmehr konstituiert sich die Tätigkeit als dynamisches System, das fortlaufenden Transformationen unterworfen ist (Leontjew 1984: 26). So können Tätigkeiten zu Handlungen, Motive zu Zielen und Handlungen zu Operationen transformiert werden.⁴

Tätigkeiten werden zur Befriedigung von Bedürfnissen, oder allgemeiner formuliert zum Erreichen eines bestimmten Ergebnisses (Tätigkeitsprodukt), vollzogen. Abbildungen und Vorstellungen (mentale Modelle, Aktionsprogramme) regulieren dabei die Tätigkeit in Richtung eines Ergebnisses. Abbildungen

3 Als Motiv bezeichnet Leontjew (1984: 21) den imaginierten oder auch reell wahrgenommenen Gegenstand der Tätigkeit, der ihr eine bestimmte Richtung gibt.

4 Diese Veränderlichkeit berücksichtigen auch Schönbach und Früh (1991: 41f.) bezüglich ihres Transaktionsbegriffs im dynamisch-transaktionalen Modell der Medienwirkung.

und Vorstellungen sind aber nur dann tätigkeitsleitend, wenn ihre Bedeutung erkannt, d. h. ihnen Sinn zugeschrieben werden kann. Diese Bedeutungszuweisung wird durch Sprache möglich (vgl. Leontjew 1984: 29).

Zusammenfassend lässt sich mit Leontjew sagen, dass Handeln in seiner Bewusstheit und Zielgerichtetheit gesellschaftlich und sozial begründet ist. Zum einen erfordert Handeln bewusste Kognitionen, die wiederum Sprache voraussetzen und somit sozial bedingt sind (vgl. von Cranach/ Kalbermatten 1997: 324). Zum anderen ist das Entstehen zielgerichteter Handlungsprozesse in der Tätigkeit aus seiner Sicht historisch gesehen eine Folge der auf Arbeit basierenden Herausbildung der Gesellschaft und realisiert sich somit in Prozessen der Arbeitsteilung. Ihre soziale Bedingtheit und Einbettung erfährt die Tätigkeit bei Leontjew demnach dadurch, dass sich das der Tätigkeit vorausgehende Bedürfnis nicht durch die Teilergebnisse (Ziele) der Handlungen einzelner Akteure befriedigen lässt, sondern nur durch ihren Anteil an der (kollektiven) Tätigkeit als Produkt der einzelnen Teilergebnisse (Leontjew 1984: 22).

Exkurs – Ende

Die vorgestellten Ansätze betrachten Mediennutzung überwiegend als bedürfnisorientierte, begrenzt rationale Handlung unter Berücksichtigung situativer Komponenten. Die Definition der Situation hat dabei entweder eine bestimmte Informationsverarbeitungstiefe (Handlungsmodus) bzw. einen bestimmten Bewertungsmodus zur Folge. Merkmale des Medienangebotes werden dabei zwar berücksichtigt (z. B. Schumann 2013), jedoch führen sie nicht zu einer generellen Konzeption der Mediennutzung als sozialer Handlung. Eine dynamisch-transaktionale Perspektive würde dies zwar zulassen, jedoch wurde eine entsprechende Theorie bisher nicht ausformuliert. Abgesehen vom Nutzenansatz (vgl. Renckstorf/ Wester 2004) wird Mediennutzung überwiegend nur dann als soziale Aktivität betrachtet, wenn während oder im Anschluss (zusätzlich) interpersonale Kommunikation erfolgt bzw. die Nutzung in sozialen Konstellationen stattfindet (vgl. Schweiger 2007: 290f.; z. B. Zillich 2013). Von einigen Seiten wird auch bestritten, dass es sich bei der Nutzung von Massenmedien (z. B. Fernsehen) um soziales Handeln handelt (z. B. Jäckel 1994). In diesem Zusammenhang wird darauf verwiesen, dass eine unmittelbare wechselseitige Bezugnahme nicht stattfindet (Jäckel 1994: 469; vgl. Abschnitt 2.3.2).

Dabei wird nicht bedacht, dass eine Engführung der sozialen Bedeutung der Mediennutzung den Blick auf mögliche Emergenzprozesse (Boudon 1980) verstellt und die Analyse von Mehrebenenzusammenhängen (vgl. z. B. Jäckel 2001) erschwert. Die gesellschaftliche Relevanz individueller Mediennutzung verdeutlicht zum Beispiel Zillien (2006), indem sie zur Erklärung der Verteilung digitaler Kompetenzen und der Mediennutzung durch gesellschaftlichen Status

Wissensklufthypothese und Uses-and-Gratifications-Ansatz integriert und so auch Mikro- und Makroebene verbindet. Des Weiteren werden im Rahmen der medienpsychologischen Forschung soziale Prozesse in Bezug auf die Medienauswahl untersucht. So wird zur Erklärung einer geschlechtsspezifischen Computerspielnutzung beispielsweise die Theorie sozialer Identität (z. B. Tajfel 1978) herangezogen (vgl. Trepte/ Reinecke 2010). Nach Tajfel (1978: 63) ist die soziale Identität ein Teil des Selbstkonzeptes, das auf dem Wissen über die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe basiert und das bezüglich dieses Wissens verhaltensrelevant werden kann. Entsprechend kann sich die soziale Identität einer Person auch auf das Mediennutzungsverhalten auswirken (vgl. im Überblick Trepte/Reinecke 2013: 63ff.).

2.2 Mediennutzung als Interaktion

Jäckel (1994: 466) geht von einer unterschiedlichen Verwendung des Interaktionsbegriffs in Kommunikationswissenschaft und Soziologie aus, denn für den Fall der Massenkommunikation konstatiert er „[e]in Fehlen von Rückkopplungsmöglichkeiten und gegenseitiger Kontrolle“, das „die Unverbindlichkeit von Interaktionen [steigert], wobei zu fragen ist, ob hierfür dann noch der soziologische Interaktionsbegriff verwendet werden darf.“ Diese Abgrenzung übersieht jedoch, dass auch in der phänomenologischen Soziologie Unterschiede in den Interaktionsbedingungen zwischen unmittelbaren und mittelbaren Erfahrungen, wie etwa „Symptomfülle“ (vgl. Schütz 1991: 246) und Grad der Anonymität (Schütz/ Luckmann 2003: 115) mitgedacht werden.

Mit dem Begriff der *Inter-Transaktionen* werden im dynamisch-transaktionalen Ansatz (Schönbach/ Früh 1991) Interaktionsprozesse zwischen Sendern und Empfängern massenmedial vermittelter Botschaften beschrieben. Der Kommunikationsprozess gestaltet sich demnach also als soziale Interaktion in Form gegenseitiger Antizipation von Erwartungen der Interaktionspartner (vgl. Jäckel 1994: 471). Doch auch Schönbach und Früh (1991: 42) geben zu bedenken, dass auf Sender- und Empfängerseite unterschiedliche Voraussetzungen gegeben sind. So hat der Kommunikator einen wesentlich größeren Einfluss auf die Gestaltung und die Auswahl der Inhalte, d. h. er bestimmt maßgeblich die Situationsdefinition (vgl. auch Schulz-Schaeffer 2009). Auf der anderen Seite hat der Rezipient einen wesentlich größeren Einfluss auf die Verbindlichkeit des Kommunikationsprozesses, d. h. ihm obliegt die Möglichkeit eines Abbruchs oder einer Verweigerung der Interaktion (vgl. Jäckel 1994: 471).

Diese Einschränkungen geben auch zu erkennen, dass *Face-to-Face-Kommunikation* häufig als Urform der Kommunikation (vgl. Krotz 2008a) gilt,

an der medial vermittelte Kommunikation gemessen wird. So wird bei Face-to-Face-Kommunikation davon ausgegangen, dass kontinuierliches Feedback besteht, die Kommunikation über mehrere Wahrnehmungskanäle verläuft, die Teilnehmer spontan aufeinander reagieren und gleichberechtigt sind (vgl. Neuburger 2007). Dass diese Voraussetzungen aber nur selten komplett erfüllt sein dürften, erscheint einleuchtend. Zur Bestimmung des Interaktionsgrades ist eine Unterscheidung zwischen medial vermittelter und direkter Kommunikation daher wenig zielführend (Neuburger 2007: 38).

Nach Neuburger (2007: 37) wird das Verhältnis zwischen Interaktion und Kommunikation in der Kommunikationswissenschaft in folgenden verschiedenen Varianten beschrieben: (1) Interaktion stellt eine Teilmenge von Kommunikation dar, die durch eine spezifische Kommunikationssituation (Anwesenheit anderer Personen) und einen spezifischen Kommunikationsverlauf (wechselseitig) gekennzeichnet ist, (2) Kommunikation wird als Teilmenge von Interaktion begriffen (Mitteilen und Verstehen), (3) Interaktion (als wechselseitige Verhaltensbeeinflussung) und Kommunikation (als intentionaler Zeichengebrauch) überschneiden sich bzw. sind miteinander verbunden, und (4) Interaktion ist eine Phase im Rezeptionsprozess und umfasst die Interpretation und Selektion von Medienangeboten.

Mediennutzung als parasoziale Interaktion

Hippel (1993: 129) greift den Interaktionsbegriff von Goffman (1986) auf und konstatiert, dass Interaktion nicht zwangsläufig eine „physikalische Wechselwirkung“ impliziert, es genüge, dass Personen wechselseitig aufeinander verweisen, ohne direkt miteinander in Kontakt zu treten. Diese Vorstellung von Interaktion legt einen sehr weiten Handlungsbegriff zugrunde, der auch vorgestellte Handlungen berücksichtigt. Ähnlich konzipieren Renckstorf und Wester (2001: 170) Mediennutzung als soziales Handeln, das nicht nur als von außen direkt beobachtbares Verhalten, sondern sich auch in Form innerer Handlungsprozesse („covert behavior“; vgl. dazu Mead 1968) vollzieht. In diese Richtung geht auch Teicherts interaktionistische Fernsehtheorie (Teichert 1972, 1973), die in Anlehnung an das Konzept parasozialer Interaktion von Horton und Wohl (1956) in der Tradition des Symbolischen Interaktionismus formuliert wurde.

Horton und Strauss (1957: 580) unterscheiden drei Formen der Interaktion: (1) Persönliche Interaktion (personal interaction) ermöglicht vollkommene Reziprozität. Die Interaktionspartner beziehen ihr Verhalten wechselseitig aufeinander, indem sie ihr eigenes Verhalten jeweils von der Position des anderen betrachten und es daran ausrichten. Vollzieht sich dabei ein kohärenter fortlaufender Anpassungsprozess, so kann nach Dewey und Bentley (1949; vgl. dazu

Horton/ Strauss 1957) von einer Transaktion als einer Verschmelzung einzelner Aktionen der Teilnehmer zu einer subjektiv bedeutungsvollen Einheit gesprochen werden. Das Ergebnis persönlicher Interaktionen ist meist nicht vorhersehbar. Horton und Strauss (1957: 580) räumen aber ein, dass auch ein routinierter und ritueller Ablauf möglich ist. (2) Bei der stellvertretenden Interaktion (*vica-rious interaction*) wird in Anlehnung an Mead (1968) angenommen, dass sich der Beobachter wechselseitig in die Rollen verschiedener Akteure versetzt, ohne selbst an der Interaktion teilzunehmen. Er ist damit nur Zuschauer, hat keine Kontrolle über das Geschehen und wird von den Interaktionsteilnehmern auch nicht adressiert. (3) Parasoziale Interaktion stellt eine Mischform der beiden anderen Formen dar. Hier gibt es eine *Persona* (Horton/ Wohl 1956: 216), die von einem Performer verkörpert wird,⁵ der die anderen (möglichen) Interaktions- teilnehmer (Publikum) direkt anspricht und dabei versucht, sich an deren möglichen Reaktionen auszurichten. Gelingt dies, so erleben die adressierten Personen die Interaktion als unmittelbar, persönlich und wechselseitig. Diese Erfahrung stellt eine Illusion dar, die vom Performer, der den Interaktionsprozess kontrolliert, nicht geteilt wird (vgl. Horton/ Strauss 1957: 580). Jedoch ist diese Illusion kennzeichnend für die Situation und wird von beiden Interaktionsparteien bewusst konstituiert und beibehalten (Hippel 1993: 131).

Nach Charlton (2004: 177) beschränkt sich das Phänomen parasozialer Interaktion nicht auf soziale Kognitionen von Individuen im Sinne einer Illusion des Publikums. Vielmehr kann der Prozess der Medienproduktion und -rezeption als Austausch bzw. Kooperation zwischen Interaktionspartnern und dementsprechend als soziale Handlung verstanden werden. In Anlehnung an Hall (1999) versteht er das „Schreiben“ und „Lesen“ von Medientexten als soziales Handeln. Positionen der Cultural Studies folgend argumentiert Charlton (2004), Massenkommunikation sei nicht einseitig, solange sie in die ökonomischen Beziehungen des Austauschs von Gütern integriert ist. Ansätzen, die der Forschungstradition der Cultural Studies zuzurechnen sind, liegt zwar keine eigenständige Handlungstheorie zugrunde, jedoch begreifen diese Arbeiten Mediennutzung – und so auch die Nutzung digitaler Spiele – als sozial konstruierte Aktivität (z. B. Yates/ Littleton 1999).

Krotz (2008b: 37) sieht den symbolischen Interaktionismus als „basales Theoriemodell einer handlungstheoretisch entwickelten Kommunikationswissenschaft.“ Kommunizieren, so argumentiert er, sei in erster Linie ein auf andere Menschen bezogenes und damit soziales Handeln (vgl. Krotz 2008a: 30). Krotz (2008a: 35f.) verwendet für den Begriff der (kommunikativen) Handlung den Begriff *Kommunikat* und ordnet folgende Ansätze der sinn- und bedeutungsba-

5 Zur Unterscheidung von *Persona* und *Performer* vgl. auch Hippel (1993: 141).

Digitales Spielen als Handeln in Geschlechterrollen

Eine Untersuchung zu Selektion, Motiven,

Genrepräferenzen und Spielverhalten

Wilhelm, C.

2015, XIII, 260 S. 20 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-07971-0