

# „Guten Abend, meine Damen und Herren“ – „Hallo Leute!“

## Parasoziale Interaktion im Fernsehen und auf YouTube

Bastian Karschau und Clemens Schwender

Seitdem es Rundfunk gibt, ist es für Menschen möglich, einer Stimme zu lauschen, die scheinbar direkt zu ihnen spricht, ohne anwesend zu sein. Seit der Einführung des Fernsehens wird der Effekt durch die visuelle Präsenz weitergeführt und noch verstärkt. So werden Nachrichten mit Blick in die Kamera vorgetragen und Zuschauer als „Meine Damen und Herren“ begrüßt. Doch die mögliche Antwort des Fernsehvolks kann der Sprecher nicht hören.

### Was bisher geschah – parasoziale Interaktion als Fernsehnutzung

Den Grundstein für die Forschung über das Feld der sogenannten parasozialen Interaktion haben die amerikanischen Soziologen Donald Horton und Richard Wohl 1956 mit ihrem Essay *Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance* gelegt. Ausgangspunkt hierfür war das von ihnen beobachtete Phänomen, dass die neuen Arten von Medienpersonen, die visuell präsent waren, scheinbar in einer Beziehung zu ihren Zuschauern stehen. Diese identifizieren sich nicht nur mit den Figuren, sondern treten auch mit ihnen in einen virtuellen Kontakt. In Soap-Operas geben die Zuschauer gedanklich Tipps, vor wem sie sich in Acht nehmen sollen, in Krimis geben sie Hinweise auf den Täter. Facebook

und Twitter nutzen das Phänomen mittlerweile und bieten Plattformen für diese seltsame Kommunikation. Häufiger wiederkehrende Rollen sind prädestiniert für diese Form von Interaktion und falls diese immer wieder stattfindet, können sie zu parasozialen Beziehungen führen. Die Zuschauer haben das Gefühl, dass sie die Figuren persönlich kennen und leiten das Recht ab, mit ihnen zu interagieren. Auch Sängerinnen und Sänger, Sportlerinnen und Sportler oder Moderatorinnen und Moderatoren tauchen bei den Menschen zu Hause im Fernsehen auf und so in deren Wohnzimmern. Nah- und Großaufnahmen sowie das Agieren in die Kamera verstärken das Gefühl von persönlicher Nähe. Harald Schmidt nannte diese Personen einmal real existierende Medienfiguren. Was wahrhaftig oder gespielt ist, was echt oder eine gespielte Rolle, kann oft nicht mehr grundsätzlich unterschieden werden.

Zum Verständnis ist es hilfreich, die parasoziale Interaktion mit einer sozialen Interaktion zu vergleichen: Zwei Personen sprechen miteinander und beide wissen von der Anwesenheit des anderen, beide nehmen sich optisch und akustisch, vielleicht sogar über Geruch und Berührung wahr. Dies führt dazu, dass das Verhalten beider durch die jeweiligen Reaktionen des anderen beeinflusst wird und sich die Reaktionen aufeinander abstimmen. Dieser Ablauf wiederholt sich auf beiden Seiten und somit entsteht eine wechselseitige Interaktion. Eine Gemeinsamkeit zwischen sozialer und parasozialer Kommunikation ist, dass beide Partner sich der Anwesenheit des Gegenübers bewusst sind und dies ihr Verhalten beeinflusst. Der entscheidende Unterschied ist, dass die eine Person die andere nicht wahrnehmen und deren Reaktionen nicht beobachten kann. Für Massenmedien ist das eine ganz normale Situation.

Horton und Wohl bezogen dieses Phänomen speziell auf Medienpersonen, die sich an die Zuschauer wenden. Nachrichtensprecher oder Moderatoren im Fernsehen richten ihren Blick in die Kamera und das wirkt, als schauten sie die Zuschauer an. Die Medienperson kann sich das Publikum vorstellen. Den Umstand, dass die Zuschauer den Nachrichtensprecher sehen können, dieser sie nur vermuten kann, nennen Horton und Wohl „blinder Fleck“. Dieser hat eine Wirkung auf den Interaktionsprozess. Damit bei einem Publikum das Gefühl aufkommt, in einer normalen wechselseitigen Interaktion mit dem Moderator zu stehen, muss dieser also seine Handlungen an vermuteten Reaktionen festmachen. Es entsteht also eine scheinbare Interaktion, wenn die Zuschauer das Verhalten der Medienperson als direkte Antwort auf ihre eigene vorherige Reaktion ansehen. Der „blinde Fleck“ kann mithilfe dieser Vorgehensweise überbrückt werden. Um die Reaktionen des Massenpublikums zu ahnen, gibt es in Fernsehsendungen bisweilen ein Studiopublikum, auf dessen Reaktionen die Moderation reagiert – und sich somit auch in der Interaktion mit dem Massenpublikum angemessen verhalten kann. Dadurch, dass der Moderator nur vorgibt, die Zuschauer tatsächlich wahrnehmen zu können und es daher zu der Einbildung kommt, dass eine reziproke Interaktion stattfindet, etablierte sich die Idee der parasozialen Interaktion.

Der Umstand, dass es sich hier nicht um eine tatsächliche Situation handelt, ist den Personen auf beiden Seiten zwar grundsätzlich bewusst, Zuschauer neigen jedoch dazu, dies kurzzeitig zu vergessen. Sie reagieren auf Medien als wäre die Situation echt: Sie erschrecken oder lachen, bei einer Fußballübertragung feuern sie begeistert an, obgleich dies nicht den geringsten Effekt auf das Geschehen hat.

Horton und Wohl sahen eine Besonderheit in der bewussten Betrachtung dieser Illusion. Wenn der Zuschauer sichergehen kann, dass die eigenen Aussagen, Reaktionen oder Verhaltensweisen nicht vom Interaktionspartner wahrgenommen werden können, bedeutet dies für ihn, dass er sich nicht zurückhalten muss. Unpassendes Verhalten in einer Alltagsinteraktion kann zu Sanktionen führen: Der Interaktionspartner fühlt sich angegriffen oder wird aus dem Konzept gebracht und vermeidet eventuell zukünftige Treffen. Physische und soziale Nähe haben einen Einfluss auf die Art und Weise, wie Menschen miteinander umgehen.

Da aufgrund des „blinden Flecks“ die Medienfigur keine der tatsächlichen Reaktionen des Rezipienten wahrnehmen kann, ist dieser auch in der Lage, selbst unpassende Dinge zu sagen oder unaufmerksam zu sein, ohne Angst vor Sanktionen durch die Medienfigur zu haben. Horton und Wohl sehen dies als wichtig an, da diese Möglichkeiten sowohl spielerisch genutzt werden können, etwa um Kenntnisse im sozialen Umgang zu sammeln. Außerdem ermöglicht diese Interaktionsform dem Rezipienten, temporär andere Rollen anzunehmen, experimentell mit verschiedenen Reaktionen umzugehen und generell Dinge auszuprobieren, die ansonsten nicht angebracht sind.

#### Follow me on YouTube

Soweit beschreibt dies die Zeit der traditionellen Massenmedien. Zeitungen, Radio und Fernsehen hatten schon immer die Möglichkeit des Rückkanals, um mit den Medienmachern in Kontakt zu treten: per Brief und – wenn es eilig war – per Telefon. Auch E-Mail, Facebook oder Twitter ändern daran zunächst nichts. Es geht nur spontaner und schneller, aber das Phänomen bleibt: Ein Sender richtet sich an ein disperses Publikum und dieses hat kaum Gelegenheit, in Interaktion zu treten – weder mit der Medienfigur noch mit anderen Zuschauern. Spannend ist nun die Frage, ob sich dies grundlegend ändert angesichts der Möglichkeiten der neuen Medien. Muss die Theorie unter dem Eindruck von YouTube, das einen direkten Kommunikationskanal zwischen Sender und Empfänger bietet, neu gedacht werden?

Ein Unterschied zur traditionellen Massenkommunikation ist, dass über YouTube jede und jeder, die bzw. der einen Internetzugang hat und über die notwendige Technik verfügt, zum YouTuber werden kann. Je nach Art der Erhebung sind dies 0,1 bis 1 % der Internetnutzer. In Deutschland dürften dies gut 500.000 Personen sein, die Selbsterstelltes hochladen und anderen dadurch zugänglich machen. Sie erklären Software

und andere Technik, sie geben Hinweise zum Schminken und für angesagte Kleidung, spielen fremden Menschen Streiche auf der Straße, zeigen ihr Talent in Computerspielen, sie öffnen vor laufender Kamera Pakete und sie sagen ihre Meinung. Sie sitzen im Wohn- oder im Kinderzimmer, agieren in die Kamera und richten sich dabei scheinbar an Zuschauer, die sie direkt ansprechen. Dabei fordern sie auch bisweilen zu Interaktionen auf. Der Rückkanal ist nur einen Klick entfernt und jeder, der auf YouTube angemeldet ist, darf einen Kommentar verfassen. Man kann den YouTuber also direkt adressieren, man kann sich auch mit anderen Nutzern austauschen. Diese Funktion stellt die größte Abgrenzung zum Fernsehen dar, da durch sie eine direkte, wechselseitige Kommunikation zwischen Medienfigur und Rezipient möglich ist.

In einer Studie an der Berliner Hochschule für populäre Künste wurde untersucht, wie sich die Kommunikationshaltung der Schreibenden darstellt. Dazu wurden die Kommentare bei YouTubern mit unterschiedlich großen Anhängerschaften betrachtet. So wurden YouTuber mit ein paar Hundert Followern untersucht und im Unterschied dazu auch welche mit 100.000 oder gar über 1.000.000. Da zeigen sich Differenzen: Je kleiner die Gruppe, desto eher findet sich eine persönliche Ansprache wie das kumpelhafte „Du“. Zuschauer der YouTuber mit weniger Reichweite bauen eher eine persönlichere Bindung auf und suchen häufiger den direkten Kontakt. Dies könnte aus der Erwartungshaltung resultieren, dass aufgrund der geringeren Anzahl von Kommentaren, die in der Regel mit geringerer Abonnentenzahl einhergeht, eine höhere Wahrscheinlichkeit besteht, dass einzelne Kommentare gelesen und von den YouTubern beantwortet werden. Die Zuschauer der untersuchten YouTuber mit breiterer Reichweite scheinen hingegen eine größere Aktivität untereinander in der Community zu haben, brauchen den YouTuber im Zentrum, während sich ein gewisser Teil der Kommunikation autonom in der Peripherie abspielt. Sie sind also nicht nur auf das Zentrum ausgerichtet, sondern sie wissen, dass sie Teil einer Gruppe mit einem gemeinsamen Mittelpunkt sind, ohne dass dieser dann intensiver aktiv werden muss.

Horton und Wohls Beobachtungen passen zu den YouTubern. Es sind reale Menschen, die ihre Zuschauer ansprechen, dabei in die Kamera schauen, ihre Zuschauer an ihrem Verhalten teilhaben lassen. Bis zu diesem Punkt würden Horton und Wohl das Phänomen YouTube also als parasoziale Interaktion bezeichnen. Neu ist die Unmittelbarkeit, mit der Kommentare losgeschickt werden, allerdings – und auch das ist neu – unter Zeugenschaft aller übrigen Zuschauer.

Oft beinhalten die veröffentlichten Bemerkungen Gefühlsgeständenisse oder machen deutlich, dass eine zwischenmenschliche Nähe mindestens von der Zuschauerseite gewollt ist. Daraus ergibt sich eine Identifikation als Interaktion. Allerdings konnte die vermutete Beteiligung am Medieninhalt durch Ratsuchen, Medienpersonen als Freunde wahrnehmen oder das Verlangen, sie zu treffen, im Rahmen der Untersuchung nicht bestätigt werden. Es bleibt in einer höflichen Distanz.

Mittels privater Nachricht könnte Kommunikation unter Ausschluss der Öffentlichkeit geschehen. Die Ergebnisse der Kommentaranalyse haben gezeigt, dass zwischen YouTuber und Zuschauer, wenn auch in geringem Maß, wechselseitige Interaktionen vorkommen. Direkte Adressierungen von beiden Parteien ähneln einer Face-to-Face-Kommunikation. Dies war zwar bei dem Beispiel des Nachrichtensprechers auch so („Meine Damen und Herren“), jedoch wird es hier im Falle eines Kommentars, der durch YouTuber beantwortet wird, fortgeführt und geht damit einen Schritt weiter zur Interaktion. Hinzu kann eine crossmediale Kommunikation kommen, welche die Interaktionen noch persönlicher macht. Alle untersuchten YouTuber nutzten neben YouTube auch Snapchat. Eine von ihnen sogar WhatsApp, indem sie ihre Mobilnummer in der Videobeschreibung veröffentlicht. Sie bietet Wege, mit ihr zu interagieren. Interaktionen sind dann möglich, wenn YouTuber ihren Followern dies erlauben und sie dazu auffordern. Auf der anderen Seite: Je bekannter ein YouTuber ist, desto größer ist die Anzahl seiner Zuschauer und desto parasozialer wird die Interaktion. Bei den Stars treten dafür deutlich mehr Interaktionen innerhalb der Community auf, die computervermittelt miteinander sozial interagieren können.

Zwischen YouTubern und ihren Zuschauern findet weder eine eindeutige parasoziale noch eine klare soziale Interaktion statt. Formal finden sich sowohl Aspekte der Massenkommunikation wie auch der computervermittelten Individualkommunikation wieder, welche wiederholt und parallel typische Aspekte sozialer Kommunikation beinhalten. Sicher ist, dass sowohl die formalen Bedingungen als auch die damit verbundenen Verhaltensweisen deutlich von denen einer parasozialen Interaktion mit Medienfiguren im Fernsehen abweichen. Durch den interaktiven Charakter von YouTube entsteht also eine neue, sozialere Medienwelt, die in Zukunft als neuartiges Forschungsfeld der parasozialen Interaktion näher betrachtet werden muss. Zwischen Individual- und Massenkommunikation muss eine Theorie der Netzwerkkommunikation entwickelt werden.

## Die dunkle Seite des spontanen Rückkanals

Die Betrachtung der Interaktion zwischen YouTubern und ihren Zuschauern darf nicht enden, ohne auf einen negativen Aspekt hinzuweisen, der sich aus dem Bisherigen direkt ableiten lässt. Der „blinde Fleck“ erlaubte es den Rezipienten, unbeobachtet auf eine Art zu reagieren, wie es in der außer-medialen Welt unüblich ist. Normalerweise beschimpfen wir Menschen, die uns gegenüberstehen, nicht. Aufmerksamkeit, Respekt und Höflichkeit sind die Regeln, nach denen wir auch behandelt werden wollen. YouTube und andere soziale Netzwerke schaffen zwar eine kommunikative Ebene, da die Angesprochenen aber nicht direkt präsent sind, scheinen die Sitten nicht mehr zu gelten. Die Forschungen zum *Moral Sense Test* zeigen, dass der physische Abstand zu einer Person darüber bestimmt, wie man mit ihr umgeht. Meinungsäußerungen befördern durch die räumliche Distanz Hass-Kommentare, die vom mentalen Ausprobieren ohne Filter direkt in die Tastatur gehen, und wenn diese von den Co-Rezipienten aufgenommen werden, auch zum Shitstorm aufbrausen können.

Bastian Karschau hat sein Studium mit einer Arbeit über parasoziale Interaktion auf YouTube abgeschlossen und in diesem Zuge unterschiedliche YouTube-Kanäle und -Kommentare analysiert.



Dr. Clemens Schwender ist Professor für Medienpsychologie an der Berliner Hochschule der populären Künste und beschäftigt sich mit Medien und Emotionen.

