

Medienkulturen im digitalen Zeitalter

Kornelia Hahn

Martin Stempfhuber *Hrsg.*

Präsenzen 2.0

Körperinszenierung in Medienkulturen



Springer VS

Medienkulturen im digitalen Zeitalter

Herausgegeben von

K. Hahn, Salzburg, Österreich

R. Winter, Klagenfurt, Österreich

Fortgeschrittene Medienkulturen im 21. Jahrhundert zeichnen sich dadurch aus, dass alle Kommunikation durch Erfahrungen mit „neuer“, digitaler Medientechnologie beeinflusst ist. Es kommt nicht nur zu vielfältigen Transformationen von Praktiken und Identitäten. Überdies entstehen neue Identifikationen und Gebrauchsweisen. Auch die Medien selbst werden verändert, weil Inhalte leichter verfügbar sind, sich Plattformen und Produzenten vervielfältigen und multiple Konvergenzen herausbilden. Die Verknüpfung von traditionellen und neuen Medien führt immer mehr zur Entfaltung komplexer und intensiver Medienkulturen, die unser Leben maßgeblich prägen. Dabei ist Medienkommunikation immer bereits in spezifische Kulturen eingebettet und wird eigensinnig implementiert.

Die Reihe enthält empirische und theoretische Beiträge, die gegenwärtige Medienkulturen als spezifische Facette des sozialen Wandels fokussieren. Die damit verbundenen medialen Transformationen sind gleichzeitig Untersuchungskontext als auch Gegenstand der kritischen Reflexion. Da Medien in fast allen sozialen Situationen präsent sind, gehen wir nicht von einem Gegensatz zwischen Medienkultur und Nicht-Medienkultur aus, sondern eher von einem Kontinuum bzw. einem Spektrum an Veränderungen. Während bisher die Erforschung der medienbasierten Fernkommunikation überwiegt, gibt die Reihe auch der face-to-face oder ko-präsenten Kommunikation und Interaktion in Medienkulturen ein Forum. Die Beiträge basieren damit auf Untersuchungskonzeptionen, in deren Zentrum die soziologische Analyse von Medienkulturen steht.

Herausgegeben von

Kornelia Hahn
Universität Salzburg
Österreich

Rainer Winter
Alpen-Adria-Universität Klagenfurt
Österreich

Kornelia Hahn • Martin Stempfhuber
(Hrsg.)

Präsenzen 2.0

Körperinszenierung
in Medienkulturen

Herausgeber

Kornelia Hahn
Universität Salzburg
Salzburg, Österreich

Martin Stempfhuber
Universität Hamburg
Hamburg, Deutschland

ISBN 978-3-658-04364-3

DOI 10.1007/978-3-658-04365-0

ISBN 978-3-658-04365-0 (eBook)

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

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2015

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Lektorat: Cori Antonia Mackrodt, Monika Kabas

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-vs.de

Inhalt

Präsenzen 2.0. Zur Einführung in die soziologische Erforschung differenzierter Präsenz	7
<i>Kornelia Hahn und Martin Stempfhuber</i>	

I. Präsentierte Körper

In welcher Kopräsenz leben wir? Eine Untersuchung zu Mitspielkompetenzen auf einem roten Teppich	23
<i>Kornelia Hahn</i>	

Hijab-Styles: Körperästhetische Figurationen sozialer Sichtbarkeit im Web 2.0. – Einblick: Bildmedien im Web 2.0	43
<i>Samira Tabti</i>	

Gender(re)konstruktion und Körperinszenierung am Beispiel des medialen Diskurses der Werbevideos des ZDF zur Frauenfußball-EM (2013)	57
<i>Minas Dimitriou</i>	

Zahlenkörper. Digitale Selbstvermessung als Verdinglichung des Körpers ...	77
<i>Nicole Zillien, Gerrit Fröhlich und Mareike Dötsch</i>	

II. Abwesende Körper?

Contested norms of Presence	97
<i>Christian Licoppe</i>	

Warten auf Antwort. Digitale Kommunikation im Spannungsfeld
körperlicher und textueller Selbstrepräsentation 113
Matthias Klemm und Ronald Staples

„Always on, but not always there“. Praktiken der Selbst-Absentierung
im Web 2.0 135
Martin Stempfhuber

III. Imaginierte Körper

The king's digital bodies. Körper in der politischen
Onlinekommunikation 155
Florian Süssenguth

Die Omni-Präsenz unbestimmter Publika. Zur kommunikativen
Konstruktion von Nähe und Distanz im Ordnungsaufbau
auf *Social Network Sites* 185
Elke Wagner und Martin Stempfhuber

The Digital Self. Through the Looking Glass of Telecopresent Others 205
Shanyang Zhao

Un-Friend My Heart. Facebook, Promiscuity, and Heartbreak
in a Neoliberal Age 227
Ilana Gershon

Präsenzen 2.0

Zur Einführung in die soziologische Erforschung differenzierter Präsenz

Kornelia Hahn und Martin Stempfhuber

Soziale Wirklichkeiten sind verhandelbar und bilden dadurch Präsenz – ebenso wie Absenz. Während die Konstruktionslogiken sozialer Wirklichkeiten im Zentrum vieler soziologischer Untersuchungen stehen, trifft dies jedoch nicht gleichermaßen auf das „bei-produzierte“ Verhältnis von Präsenz und Absenz zu. Mit der Fokussierung dieses Verhältnisses wird die Performanzebene der Wirklichkeitskonstruktion stärker differenziert. Obwohl eine solche Differenzierung angesichts empirischer Praktiken (der Wirklichkeitskonstruktion) in digitalen Medienkulturen notwendig zu sein scheint, ist sie noch ein *missing link* in der theoretischen Deutung dieser Praktiken. Die in diesem Band vorgenommenen Beobachtungen von medienkulturellen Praktiken erlauben erste Aussagen über eine Differenzierungsmöglichkeit. Sie untersuchen Körperzeichen, die medial inszeniert wurden. Dies gewinnt vor dem Hintergrund besonderes Gewicht, dass soziale Prozesse der *Verkörperung* in Settings der – scheinbaren – leiblichen *Entkörperung* fokussiert werden. Während nämlich einerseits neue Ergebnisse zur detaillierteren Erforschung von Praktiken um den Körper und seiner Inszenierung entstehen, wird gleichzeitig in weiten Teilen der Medientheorie das Verschwinden des Körpers im herkömmlichen Sinne als materielles, beständiges oder authentisches Substrat von Kommunikationsprozessen beschrieben. Jedoch verbindet beide Forschungsrichtungen der Konsens, dass sich gegenwärtige Medienkulturen dadurch auszeichnen, dass eine weit verbreitete und umfassende Medienkompetenz bzw. *media literacy* vorliegt: elaborierte technologienvermittelte Darstellungen und symbolische Repräsentationen des Leibs, insbesondere in Bezug auf sogenannte Neue Medien, können sowohl gedeutet als auch in der Kommunikation aktiv eingesetzt werden. Hier kommt es typischerweise zu einer doppelten Vermittlung. Der Körper, der in der Kommunikation als Zeichenträger, insofern als eine Art Display fungiert, repräsentiert subjektiven und sozialen Sinn, der in (mindestens) einem weiteren, dem technologisch basierten und materialisierten, Rahmen inszeniert wird.

Sowohl technologische Artefakte als auch Körper *vermitteln* Zeichen und sind insofern Medien. Die Vermittlungsfunktion von Körpern kann dabei jedoch mindestens in drei Komponenten unterschieden werden: der materielle Körper oder der Leib als Träger von Körperzeichen oder als Display, an dem Zeichen gelesen werden können, der Körper als Mittler sinnhafter Praktiken und der Körper als Beobachter und Interpret von Kommunikationsprozessen. Die in Medienkulturen typische Verknüpfung eines Körpermediums mit technologischen Artefakten der Zeichenvermittlung (z. B. bewegte Bilder, *slow motion*, Konzentration auf die Stimme bei der Telefonie, Verwendung abstrahierender Zeichen, wiederholte Rezeptionen etc.) führt zu veränderten sinnlichen Erfahrungen, die in die Beobachtung und Interpretation von Kommunikationsprozessen eingehen und sozialen Sinn organisieren oder – das ist hier die Frage – re-organisieren.

Die Möglichkeit, Präsenz differenzierter zu konzipieren, ist um die letzte Jahrhundertwende in der sogenannten *Presence Research* oder den *Cyberculture Studies* vorangetrieben worden (vgl. auch Hahn 2009: 196ff). In diesem Forschungszweig wird die Frage von der medialen und kopräsenten Wirklichkeitskonstruktion grundlegend anders beantwortet, als dies in den klassischen Sozialwissenschaften geschieht. Sie werden bisher in den Sozialwissenschaften kaum rezipiert, enthalten interessanterweise jedoch ihrerseits Anknüpfungspunkte an soziologische Klassiker.

In der *Presence Research* gilt allgemein: „[...] virtual communities cannot be declared inferior to real-life communities simply because they lack face-to-face materiality“ (Bakardjieva 2003: 293). Die Charakteristik sinnlicher Erfahrung in Face-to-Face-Kommunikation wird prinzipiell durch Technik gleichwertig erzeugbar angesehen. Genau deshalb ist die *Presence Research* anschlussfähig an den hier formulierten Primat der Vergegenwärtigung, da sie die Idee einer Konstruktion von Realität beinhalten und darüber hinaus vielfältige Konstruktionsprinzipien benennen, die alternativ zu „klassischen“ Konzepten der Kopräsenz der Akteure stehen. Es werden, mit anderen Worten, neue Möglichkeiten der Unterscheidung von Präsenz und Nicht-Präsenz eingeführt, die für unseren Zusammenhang deshalb anregend sind, weil nicht *prinzipiell* zwischen Mediatisierung und Nicht-Mediatisierung oder raum-zeitlicher Unmittelbarkeit oder Mittelbarkeit der Akteure unterschieden wird.

1 Telepräsenz oder *Remote Presence*

Ein Basisbegriff ist der der „Telepräsenz“, der erstmals 1985 von der NASA verwendet wird. Die Diskussion von Telepräsenz erfolgt meist in Bezug zu ihren Anwendungsgebieten wie Videokonferenzen (Dziatkiewicz 1996), Klinische Psychologie (Riva

2000; Riva et al. 2002; Smith 2001) oder Wissensvermittlung (Shin 2002). Sie wird folgendermaßen definiert: „Telepresence is the enabling of human interaction at a distance, creating a sense of being present at a remote location“ (Sheppard/ Walker 1999). Telepräsenz wird hier als Möglichkeit begrüßt, Kommunikation ausdehnen zu können, und es wird prognostiziert, dass die Rolle von Telekommunikation in einer modernen Informationsgesellschaft besonders im Bereich von „telepresence services“ weiterhin zunehmen wird. Ein alternativer Begriff ist der der „Remote Presence“, der von Robinett und Reingold (1991), jedoch mit einer recht unspezifischen Definition, als „an unreal, alternate reality in which anything could happen“ eingeführt wurde. Die stärker geisteswissenschaftlich orientierten Studien zur Cyberculture, die den Begriff „telepresence“ verwenden, greifen auf klassische Konzepte wie vor allem die phänomenologischen Theorien von Alfred Schütz und Martin Heidegger zurück. So thematisiert Mark Poster die Verbindung von „Dasein“ und „everyday (virtual) life“ (2002); ebenfalls im Anschluss an Heideggers Betrachtungen zu Dasein und Technik stellt Kimberly Cass (1998) die Prinzipien „authentischen Seins“ im World Wide Web dar. Innerhalb einer kommunikationswissenschaftlichen Arbeit zu Telepräsenz bezieht sich Jonathan Steuer (1992) auf Alfred Schütz. Er definiert zunächst wie folgt: „telepresence is the extent to which one feels present in the mediated environment, rather than in the immediate physical environment“ (Steuer 1992: 76). Dabei werden als Determinanten von Telepräsenz herausgestellt: „*vididness*“ (noch unterschieden in *breath* und *depth*) als technische Möglichkeit, einen mediatisierten Raum zu schaffen, der auf hoher Informierung durch Sinneseindrücke beruht („a sensorially rich mediated environment“) und „*interactivity*“ (noch unterschieden in *speed*, *range* und *mapping*) als dem Grad der Beeinflussungsmöglichkeit von Inhalt und Form der mediatisierten Kommunikation (Steuer 1992: 80). Interessant ist für die Diskussion in diesem Band, dass die Determinanten nicht dichotom aufgefasst werden, also z. B. als interaktive Kommunikation oder nicht-interaktive Kommunikation, sondern als Qualitäten, die in der empirischen Wirklichkeit in spezifischen graduellen Abstufungen vorkommen. Bregmann und Haythornthwaite (2003) formulieren ähnlich und beschreiben „radicals of presentation“, die sich ebenfalls nicht auf unterschiedene Merkmale von Medien- und Face-to-Face-Kommunikation beziehen, sondern – hier in Bezug auf Internetkommunikation formuliert, aber im Prinzip auf alle Kommunikationsformen übertragbar – Dimensionen der Interaktivität beschreiben:

Visibility refers to the means, methods and opportunities for presentation; in our usage it primarily addresses the speakers' concerns with the presentation of self. Relation refers to the nature of the tie between speaker and audience, and the ties among audience co-participants [...] Co-presence refers to the temporal, virtual, and/or physical co-presence of speaking und listening participants [...] Visibility,

relation and co-presence are inherent factors in the realization of interaction in the online environment. (Bregmann und Haythornthwaite 2003: 126)

Auch in Bezug auf diesen Ansatz kann also als wesentliche Erkenntnis ausgedeutet werden, dass die *radicals* der Vergegenwärtigung, die durch Kommunikation konstruiert werden (also Anforderungen, um eine „gute“ Interaktion herzustellen), nicht auf Medienkommunikation beschränkt sein müssen. Hierbei ist besonders interessant, dass mit „Visibilität“, „Beziehung“ und „Kopräsenz“ auch eine spezifische Begrifflichkeit Verwendung findet, die in sozialwissenschaftlichen Theorien gerade die Eigenart von Face-to-Face-Kommunikation bezeichnet.

2 Präsenz als „gefühlte Nähe“

Eine andere Gruppe von Ansätzen der Präsenzforschung geht davon aus, dass sich Präsenz als „gefühlte“ Eigenschaft der Kommunikation ergibt. Damit stehen diese Ansätze zunächst im prinzipiellen Kontrast zur Idee, dass Präsenz auf der raum-zeitlichen Einheit der Akteure basiert. Ratanen beschreibt in diesem Zusammenhang eine phänomenologische Geographie („about people’s own experience, how they feel about places“), die im Gegensatz zur traditionellen Geographie („an outsider’s view that claims to be objective because it is based on maps“) steht (Ratanen 2003: 437). Es geht hier also nicht darum, universelle Beschreibungskriterien für alle Kommunikationsformen aufzustellen, sondern um eine subjektivistische oder psychologische Perspektive, die von der Bewertung der Wahrnehmung von Zeichen ausgeht. Lombard und Ditton definieren Präsenz als „the perceptual illusion of nonmediation. The term ‚perceptual‘ indicates that this phenomenon involves continuous (real time) responses of the human sensory, cognitive and affective processing systems to objects and entities in a person’s environment.“ (Lombard und Ditton 1997: 7) Diese Definition hat Anklänge an das ältere medienwissenschaftliche Konzept der Parasozialität von Horton und Wohl, vor allem da in der von Lombard und Ditton aufgestellten Präsenztypologie noch nach mediatisierten und nicht-mediatisierten Kontakten unterschieden wird. Die Typologie umfasst: Präsenz als „social richness“ (verbunden mit der Vorstellung von Intimität und Unmittelbarkeit in unmediatisierten Kontakten und der empfundenen ausreichenden Information in mediatisierten Kontakten); Präsenz als „sensation of realism“, d. h. gefühlte Wirklichkeit als psychologisches Element durch eine „presence of transportation“, die allgemein auf Übertragung, auch durch kopräsendes Geschichtenerzählen rekurriert; Präsenz als „immersion“, d. h. als gefühlte Absorption von

der Umgebung; Präsenz als „social actor within medium“, hier in der klassischen Bedeutung von Parasozialität, und schließlich Präsenz als „medium as social actor“, womit der Bezug zum Medium, z. B. bei Computerspielen, nicht der zum Darsteller im Medium (wie in der parasozialen Interaktion) herausgestellt wird. An dieser Typologie ist für unseren Zusammenhang interessant, dass mit ihr gezeigt werden kann, dass eine Illusion der Nicht-Mediatisierung (wie beim Geschichtenerzählen) auch in „reiner“ Face-to-Face-Kommunikation bestehen kann, wenn die Medien der Sprache und des Körpers nicht thematisiert werden. Auf diesem Umstand der alltäglichen Interaktion bauen schließlich auch die Studien von Erving Goffman, der auch in diesem Band immer wieder als Ausgangspunkt der differenzierten Analysen der Präsenz 2.0 fungiert.

An Goffman schließt auch implizit die Idee einer „first order mediated experience“ an, die folgendermaßen definiert wird: „[it] refers to the natural way we perceive the real world and give us the sensation of being present in our environment“ (Pessoa Albuquerque et al.). Diese an der subjektiven Wahrnehmung orientierte Erfahrung wird als „full presence“ bezeichnet, die gegenüber der einfachen, unmarkierten Präsenz, in der sich das Präsenzgefühl nicht einstellt, „abfällt“. Diese wird auch als „second order mediated presence“ bezeichnet, womit einerseits die konventionelle Begriffsverwendung von „first und second order“, die von objektiven Unterscheidungskriterien ausgeht, umgekehrt wird, aber andererseits durchaus Anknüpfungspunkte an konstruktivistische Theorien herstellbar wären. Dies zeigt sich vor allem an dem Ansatz von Min Lee Kwan, der zu dem Schluss kommt: „feeling of presence [...] lies at the center of all mediated experiences, from reading a novel to riding an immersive virtual reality simulator.“ (Kwan 2004: 27) Präsenz ist hier ähnlich wie bei Lombard und Ditton ein Oberbegriff für unterschiedliche Präsenzformen. Face-to-Face-Präsenz ist dabei eine Form, die jedoch nicht als die „oberste“ gesehen wird. Eine Hierarchie der Präsenzformen spielt hier gar keine Rolle. Darüber hinaus stellt Kwan auch explizit fest: „a technology-specific differentiation of presence (telepresence vs. virtual presence) is meaningless, because presence, by definition, is not about the characteristics of technology – it is a psychological construct dealing with the perceptual process of technology-generated stimuli“ (2004: 30). Auch hier wird also das psychologische Moment der Präsenzkonstruktion herausgestellt, das sich nicht nach einer Beteiligung oder Nicht-Beteiligung von Medientechnik bemisst. Nach Kwan besteht das Neue dieser Definition vor allem darin, dass keine Begriffe wie „failure“ oder „illusion“ gebraucht werden, die gegenüber dem subjektiven Wirklichkeitsgefühl wertend sind und dieses somit nicht als absoluten Maßstab setzen würden.

3 Präsenz als Zuschreibungseffekt

Eine weitere Kategorie von Ansätzen fasst Präsenz als reinen Zuschreibungseffekt auf. Nach der Logik des Thomas-Theorems formuliert Shanyang Zhao, der seine Position in diesem Band auch empirisch untermauert: „This assumption may turn out to be false, though, but so long as users believe that the assumption is correct, the remote environment remains real to them“ (Zhao 2003: 140f). Die Annahme, sich in einer wirklichen sozialen Situation zu befinden, ist dabei nicht von der (technologischen) Simulation von Kopräsenz abhängig. Er spricht in diesem Zusammenhang vielmehr von Präsenztechnologie (*presence technology*), womit ausgedrückt werden soll, dass durch technische Apparaturen Sinneseindrücke geschaffen und Zeichen vergegenwärtigt werden, deren „Sender“ nicht anwesend ist. Dadurch erleben die Kommunikatoren ein „Dasein“, das sich auf dem Glauben gründet, mit einer realen, aber entfernten Umgebung bzw. mit realen, aber räumlich entfernten Personen in Kontakt zu treten und selbst als entfernte, aber reale Personen wahrgenommen zu werden. Interessanterweise knüpft auch Zhao an einen soziologischen Klassiker, George Herbert Mead, an und weist implizit darauf hin, dass die Medientechnik keine kategoriale Unterscheidung zur nicht medienbasierten Wahrnehmung verlangt: „Through sensory extension, the technology makes a remote object accessible to the users“ (Zhao 2003: 144). Eine kategoriale Unterscheidung trifft er dagegen nach den „Modi der Kopräsenz“, die gewissermaßen als „objektive“ Beschreibungsfaktoren bezeichnet werden können, die jedoch in Abhängigkeit zu den „subjektiven“ Beschreibungsfaktoren bestehen:

I regard human copresence as consisting of both the physical conditions in which human individuals interact and the perceptions and feelings they have of one another. Whereas the physical conditions constitute the mode of copresence, perceptions and feelings constitute the sense of copresence... sense of copresence is influenced by a number of factors, and one of this factors is mode of copresence. As such, knowledge of how the mode of copresence affects the sense of copresence will be particularly useful for copresence design. (Zhao 2003a: 446)

Als solche Modi der Kopräsenz benennt Zhao: *embodiment* (Beteiligung des Körpers), *immediacy* (Geschwindigkeit, mit der Informationen ausgetauscht werden können), *scale* (Zahl der involvierten Personen) und *mobility* (Mobilität im Raum während Informationen empfangen werden). Diese Modi können mit Simmels grundlegenden Beschreibungsfaktoren für soziale Situationen, wie dem Rhythmus oder der Gruppengröße innerhalb einer formalen Soziologie, verglichen werden. Die subjektiven Faktoren sind dagegen nicht benennbar, da diese nach Zhao geformt werden durch „a set of complex factors that are both internal and external to the

individual. For example, psychological states, such as mood, alertness, and prior experiences, will affect an individual's sense of copresence, and environmental factors, such as temperature, light, sound and smell, may also influence an individual's sense of being with others." (Zhao 2003a: 451) Auch hier ließe sich ein klassischer Anknüpfungspunkt finden, da Schütz ebenfalls mit Bezug auf die Symptomfülle einerseits und den Spielraum der Auffassungsperspektiven andererseits deutlich macht, dass jede Deutung generell vom Erleben des Wahrnehmenden abhängig ist. Insgesamt lesen sich die Präsenzforschungen als interessante Weiterentwicklungen konstruktivistischer Theorien von Medienkommunikation, die über die entsprechenden soziologischen Theorien hinausgehen und teilweise sehr fruchtbar sind.

Jedoch eröffnet diese Perspektive einer Differenzierung von Präsenz noch weitere Anschlüsse an soziologische Theorie, da die bisher auf soziale Körper im Face-to-Face-Kontakt gemünzten Aussagen (im primären Präsenzrahmen) in Bezug auf eine oder mehrere weitere, technologievermittelte Rahmungen (als Modulationen zum primären Präsenzrahmen) ausgedeutet werden können. Dabei soll deutlich werden, dass die „neue“ Kommunikation in der fortgeschrittenen Medienkultur nicht als technologieabhängige Innovationen zu betrachten sind, sondern auf typische Kommunikations- und Inszenierungsstile der Moderne – jedoch nicht als lineare Weiterentwicklung – aufbauen. Dadurch kann auch die Aktualität der klassischen Theorieelemente in Bezug auf medienkulturelle Erfahrungen demonstriert und diese gleichzeitig wiederum mit dem „soziologischen Blick“ neu gedeutet werden. Beispielhaft können folgende Möglichkeiten dazu hier genannt werden: Mit Erving Goffmans Theorie des dramaturgischen Handelns steht das „Theater des Alltags“ im Mittelpunkt soziologischer Betrachtung. Während die von Goffman so meisterhaft analysierten *Interaktionsordnungen* sich auf prinzipielle körperliche Anwesenheit beziehen, kann diese Perspektive der *Interaktionsordnungen* in Medienkulturen auch für die Kommunikation unter Abwesenden sowie bei Rollenspielen, zu denen technologische Artefakte und die von ihnen übermittelten Zeichen „zugeschaltet“ sind, ausgedeutet werden. Eine weitere Möglichkeit der Ausdeutung bietet sich mit Rekurs auf Richard Sennetts Studien, die Inszenierungsstile in Kopräsenz in jeweils spezifischer Weise mit Gesellschaftsformen verknüpft haben. Auch hier ließe sich fragen, wie die auch aktuell diskutierten Aspekte *enthüllender* oder *verdeckender Rollen*, *Statuszuweisungen* und *Glaubhaftigkeitscodes*, die in Sennetts Arbeiten zentral sind, zu einer besseren Bestimmung der Charakteristik von Medienkulturen beitragen können. Eine dritte Möglichkeit besteht darin, die ebenfalls in Bezug auf die neuen Medien interessierenden Inszenierungstechniken, wie z. B. auf Party-Portalen oder *Youtube*, an eine Theorie der *Verbreitung und Reproduktion von Inszenierungstechniken* anzuschließen, wie sie Norbert Elias für historische Zeiträume und Gesellschaftsformen beschrieben hat. Schließlich lässt sich die neue

Digitalisierung von Körperzeichen unseres Erachtens sinnvoll mit Michel Foucaults Studien zur Schaffung eines modernen Industriekörpers verbinden.

4 Zu den Beiträgen dieses Bandes

Die in diesem Band versammelten Studien schließen auf unterschiedliche Weise an dieses hier eingangs skizzierte neue Interesse an gegenstandsbezogenen Analysen einer *differenzierten Präsenz* an. Dezidiert verknüpft das Thema dieses Bandes die Arbeiten mit der in den letzten Jahren verstärkten sozialwissenschaftlichen Erforschung des Zusammenhangs von symbolischen Körperrepräsentationen und sozialen Strukturen, die ihr Augenmerk auf Körperpolitiken, Körperpraktiken und Körperwissen legt. Während dieser Zusammenhang jedoch meist mit Bezug auf Situationen von Ko-Präsenz untersucht wird, stehen in diesem Band Körperzeichen im Vordergrund, deren (Re-)Produktion durch technologisch basierte Interaktionsrahmen und Settings beeinflusst sind. Körper und ihre Inszenierungen werden dabei als ein Forschungsgegenstand begriffen, dessen leibliches Substrat nicht einfach als a priori akzeptiert werden kann, sondern durch medial vermittelte Praktiken überhaupt erst hervorgebracht wird.

Die einzelnen Beiträge setzen unterschiedliche Kommunikationsformen und die bei der Produktion und Rezeption von Zeichen verwendeten Medien in Beziehung. Dabei steht auf unterschiedliche Weise jeweils der *Körper als Medium* und die an ihn anschließende Inszenierung durch technologische Medien im Mittelpunkt des Interesses. Effekte der (neuen) medialen Bedingtheit von körperlichen Inszenierungspraktiken müssen sich jedoch nicht auf im engen Sinne „synthetische“ Situationen beschränken. *Media literacy* wird in den hier versammelten Beiträgen auch in Settings des vermeintlich unmittelbaren, kopräsenten, das heißt des nicht technologisch basierten Körperkontaktes, untersucht. In fortgeschrittenen Medienkulturen, so könnte man die übereinstimmende Diagnose der folgenden Untersuchungen fixieren, wird die strenge Dichotomie von Situationen der körperlichen Kopräsenz und mediatisierten Kommunikationssettings soziologisch obsolet. Körper, Körperinszenierungen und Körperzeichen schreiben sich in ein Kontinuum ein – und lassen sich genau deshalb differenziert und detailscharf in ihrer Heterogenität in unterschiedlichen Kontexten beschreiben.

Die Beiträge widmen sich theoretisch und empirisch dem Zusammenhang von technologisch basierten Körperrepräsentationen und sozialen Strukturen oder der empirischen Erforschung dieses Zusammenhangs an spezifischen Wirklichkeitsausschnitten. Der erste Teil konzentriert sich dabei auf den symbolisch *präsentierten*

Leib. Hier wird im empirischen Blick auf unterschiedliche Kontexte nachgezeichnet, dass sich in fortgeschrittenen Medienkulturen Körper nicht schlicht als präsenzte Körper zeigen, sondern als Produkt einer Praxis ihrer Präsentation begriffen werden müssen. Wenn diese Einsicht den State of the Art neuerer soziologischer Theoriedesigns affirmiert, legen die Autoren großen Wert darauf, sie auch für die empirische Forschung handhabbar zu machen. Kornelia Hahn interessiert sich für die „Mitspielkompetenz“ und das „Inszenierungsrepertoire“ von Akteurinnen und Akteuren. Sie geht dabei einer etwa von Slavoj Žižek immer wieder ausgesprochenen Vermutung nach, dass die Installation einer Kamera in einem „alltäglichen“ öffentlichen Raum die „Realität“ und die Praktiken der in ihr sich bewegenden Körper unwiderruflich verändert. Statt einer Kamera installiert Hahn einen roten Teppich und interessiert sich für die Frage, ob sich in einer Situation der Koprpresenz empirisch Spuren eines Wissens beobachten lassen, deren Herkunft die Grenzen von nicht-mediatisierten und mediatisierten Kontexten verschwimmen lässt. In ihrem spielerischen Umgang mit einer Art Krisenexperiment stößt sie auf eine Situation, in der alle Alles aus den Massenmedien wissen – mit erheblichen Konsequenzen für die soziologische Erforschung von Situationen, die sich mit der überkommenen Unterscheidung von Anwesenheit und Abwesenheit, von einer Adressierung präsenzter oder absenter Publika nicht fassen lassen. Samira Tabti wechselt in ihrem Beitrag den Fokus von der von rotem Teppich und Kamera installierten Bühne zur digitalen Bühne des Web 2.0. Ihr Beispiel sind *Hijab-Styles* und damit die ästhetische-visuelle Ordnungsbildung auf Blogs, digitalen Fotocommunities und interaktiven Foren, die junge Muslime als Plattform zur Präsentation und Dokumentation von „Islamstylings“ nutzen. Dabei kann empirisch aufgezeigt werden, wie Körperrepräsentationen das (digitale) Selbst als ästhetische Figurationen einer sozialen Sichtbarkeit konstituieren. Ästhetische Körperzeichen in den eigenartigen Räumen einer mediatisierten Öffentlichkeit schreiben sich hier in körperpolitische Kämpfe ein, die auch die Unterscheidung von Öffentlichkeit und Nicht-Öffentlichkeit nicht unberührt lassen. Dass die im Internet und in anderen neuen digitalen Kommunikationstechnologien bezogene Medienkompetenz dabei auch wiederum Rückwirkungen auf klassische Fernsehformate hat, kann Minas Dimitriou zeigen. Er interessiert sich am Beispiel der multi-medial ausgetragenen Debatte (und den dabei sichtbar werdenden medialen Rückkopplungs-, Übersetzungs- und Konvergenzprozessen) um ein umstrittenes Werbevideo des Zweiten Deutschen Fernsehens für die Frauenfußball-EM im Jahr 2013, insbesondere für die Performativität des Körpers in der medialen Geschlechtsinszenierung. Ihm gerät der „Geschlechtskörpers“ also auf eine spezifische Art und Weise in den Blick, indem er vor allem die umkämpften Prozesse einer hybriden Konstruktion und Präsentation betont – von Körperzeichen also, die in den Reibungsprozessen

unterschiedlicher Kontexte und Systemimperative (etwa des Sportsystems und des Mediensystems) überhaupt erst konstituiert werden. Einer vierten Körperpräsentationspraxis wenden sich schließlich Nicole Zillien, Gerrit Fröhlich und Mareike Dötsch zu, die hier empirische Ergebnisse einer Untersuchung zum Körperbild der *Quantified Self*-Bewegung vorlegen. In den Blick gerät der disziplinierte, präsentierte und dokumentierte Körper als „Zahlenkörper“ – ein Körper, der selbst wiederum aus Körperdaten, die in der konsistenten und detaillierten Beobachtung des eigenen Körpers mit Hilfe unterschiedlicher Theorien anfallen, rekonstruiert und immer wieder *präsentiert* werden muss. Die Autoren entschlüsseln diesen Zusammenhang als ambivalente „Verdinglichung“ des Körpers im Kontext einer Foucault'schen Moderne, die sich der reflexiven Selbstverwissenschaftlichung verschrieben hat.

Der zweite Teil widmet sich der *Abwesenheit von Körpern* in mediatisierten Interaktions- und Kommunikationskontexten, versieht aber die Diagnose vom Verlust des präsenten Körpers in entwickelten Medienkulturen sofort mit einem notwendigen Fragezeichen. Ausgangspunkt für die hier in den Dialog tretenden Studien sind jeweils die in Erving Goffmans bahnbrechenden Studien untersuchten Interaktionsordnungen, in denen kopräasente Körper eine fundamentale Rolle spielen. Das Fragezeichen verweist aber auf den Umstand, dass es in der von Christian Licoppe so eindrucksvoll beschriebenen hochgradig medial vernetzten Welt fraglich geworden ist, ob sich Situationen der körperlichen Ko-Präsenz von Situationen „nur noch“ tele-koprasenten Interaktionspartnern eindeutig – also zu mehr als heuristischen Zwecken – sinnvoll unterscheiden lassen. Licoppe diagnostiziert einen radikalen Wandel moderner Selbstverständlichkeiten, indem er aufzeigt, wie das für die Moderne so stark in Anschlag gebrachte normative Ideal körperlicher Koprasenz in den unterschiedlichsten Bereichen einem medialen Frontalangriff ausgesetzt ist. Seine empirischen Beispiele sind der mediatisierte Gerichtssaal („Du sollst den Körper haben“) und neue Informationsnetzwerke. In beiden Fällen sind derzeit die traditionellen Normen körperlicher Koprasenz – und damit auch die Normen fokussierten *Engagements* – in hohem Maße umkämpft, worin Licoppe nichts anderes als einen Perspektivenwechsel sichtbar machen will, der die Grundfesten der Moderne erschüttert. In beiden Fällen wird aber wiederum auch rückblickend deutlich, wie wichtig es ist, Präsenz nicht als einen ontologischen Zustand, sondern einen durch Praxis erzeugten Prozess zu verstehen. Dieser Einsicht gehen auch Matthias Klemm und Ronald Staples nach, wenn sie die spezifischen interaktiven Zeitverhältnisse beim „Warten auf Antwort“ analysieren, wie es spätestens mit dem Siegeszug digitaler Korrespondenzen zu einer modernen Grunderfahrung geworden ist. Sie verorten digitale Kommunikation in einem „Spannungsfeld von körperlicher und textueller Selbstrepräsentation“ und intervenieren damit in die Debatte um den Interaktionsbegriff mit einer

Kritik der Unterscheidung von medialer und nicht-medialer Interaktion, die sie mit der Unterscheidung von Körper-als-Medium und Text-als-Medium ersetzen. Einer weiteren Grunderfahrung fortgeschrittener Medienkulturen nimmt sich abschließend Martin Stempfhuber an. Er interessiert sich dafür, wie in einer Welt, in der alle *always on* sind, nicht nur (Fern-)Präsenz, sondern auch Abwesenheit als ein durch spezifische Praktiken erzeugter Prozess verstanden werden muss. Auch dieser Beitrag schließt sich der argumentativen Stoßrichtung dieses Bandes an, dass die „Präsenz 2.0“ soziologisch nur dann angemessen analysiert werden kann, wenn die etablierten Unterscheidungen von medialen und nicht-medialen Interaktionskontexten kritisch hinterfragt werden: die Selbst-Absentierung im Web 2.0 erschöpft sich praktisch nicht mit einem Entzug des Körpers aus den Fängen der digitalen Vernetzung, sondern als praktischer Umgang mit Medienwahl und Medienwechsel.

Konsequent vollziehen die im dritten Teil dieses Bandes versammelten Aufsätze diesen Schritt und wenden sich *imaginierten* und *metaphorischen Körpern* zu, die in Datenlandschaften zum *Problem* werden. Florian Süssenguth befasst sich mit Körpern in der politischen Online-Kommunikation. Er kann zeigen, wie sich aus einem spezifischen Problem – die Präsentation eines Politikerkörpers in digitalen Medien – im Kontext politischer Kommunikation wiederum Praktiken nachzeichnen lassen, die die Bearbeitung dieses Problems als kommunikative Ressource sichtbar werden lassen. Wieder gerät also der Körper, hier der Netzpolitikerkörper, als problematisches Medium in den Blick, das in einem bestimmten Kontext, hier der politischen Kommunikation, diesen Kontext auf eine medial spezifische Art und Weise überformt: praktisch wird die politische Unverdächtigkeit des Körpers auch und gerade in digital vermittelter Kommunikation inszeniert, um die politische Glaubwürdigkeit der netzpolitischen Sprecherinnen und Sprecher herzustellen und zu plausibilisieren, dass um der Sache selbst und nicht der Macht willen Politik betrieben wird. Elke Wagner und Martin Stempfhuber schließen hier an, um zu fragen, welche spezifische Kontextur die Kommunikation im Web 2.0, im Besonderen auf Facebook, überhaupt erst hervorgebracht wird. Werden hier private, intime, körperliche Details in die Öffentlichkeit gezerrt? Oder wird hier umgekehrt ein öffentlicher Raum intimisiert und buchstäblich mit bildlichen und textuellen Körperzeichen überfrachtet? Empirisch stoßen die Autoren auf die kommunikative Bearbeitung eines spezifischen Präsentations- und Darstellungsproblems, das sich in der „Omni-Präsenz unbestimmter Publika“ zeigt. Es ist die imaginierte Dauer-Präsenz des beobachtenden unbestimmten Anderen, der auch noch in seiner konkreten körperlichen Abwesenheit für einen Ordnungsaufbau in der Kommunikation auf *Social Networking Sites* sorgt, die sich nicht mehr über etablierte Unterscheidungen von öffentlicher und privater Kommunikation und Selbst-Inszenierung einstellt. *Nähe*

und *Distanz* zu einem unbestimmten Publikum werden so genutzt, um spezifische Kommunikationsstile zu routinisieren. Ein ähnliches Phänomen hat Shanyang Zhao vor Augen, wenn er der Konstitution des digitalen Selbst von Teenagern auf den Grund geht. In seiner einflussreichen Untersuchung, die hier glücklicherweise als Wiederabdruck veröffentlicht werden kann, fragt Zhao nämlich nach der Rolle, die tele-kopräsente *Andere* in diesem Konstitutions- und Präsentationsprozess des *Selbst* spielen: wie nehmen sich Bewohner des Web 2.0 selbst wahr, wenn die Anderen als entkörperlicht und anonym wahrgenommen werden? Zhao bietet in seiner empirischen Untersuchung wertvolle soziologische Interpretamente an: die entkörperlichten Anderen fungieren als „looking glass“, das „digital self“ steht in einem spezifischen Verhältnis zu traditionellen Wahrnehmungen des (Teenager-) Selbst, auch die scheinbar paradoxen Sozialfiguren der „intimate strangers“ und „anonymous friends“ verdienen die Aufmerksamkeit soziologischer Feldforschung.

Zum Abschluss wirft dieser Band zur Präsenz 2.0 aber mit Ilana Gershon noch einmal ein Schlaglicht auf die Ethik der Entnetzung. „Un-Friend My Heart“ widmet sich dem Zusammenhang von medialer Selbst- und Fremdwahrnehmung (Facebook), imaginierter sexueller Lizenz (*promiscuity*) und den Transformationen intimer und romantischer Beziehungen (*heartbreak*). Gershon stößt nämlich in einer empirischen Studie auf die Ambiguität der von uns eingangs konstatierten *media literacy*: In Interviews mit Studentinnen und Studenten wird sie mit der Einschätzung konfrontiert, dass Facebook – mehr als alle anderen Angebote der Neuen Medien – eine Gefahr für die Aufrechterhaltung romantischer Beziehungen darstellt. Wenn sich ihre Informanten dann dazu entscheiden, sich aus der Präsenz 2.0 zurückzuziehen, sich zumindest auf und von Facebook zu entnetzen, schließt sich der argumentative Kreis dieses Bandes. Gershon interpretiert die medialen Präsentationsroutinen, die sich auf Facebook etablierten, als Emergenz einer neo-liberalen Logik, die von den Nutzern auf andere Kontexte wie die ihrer intimen Beziehungen übertragen werden kann – und gegen die einige ihrer Informantinnen und Informanten mit Strategien des Präsenzzugs rebellieren. Damit bieten die Beiträge dieses Bandes insgesamt sehr vielfältige Einblicke in die empirischen und theoretischen Möglichkeiten einer differenzierten Präsenzbildung. Es bleibt aber sicher spannend, deren Ausbau auch zukünftig noch weiter zu verfolgen.

Literatur

- Bakardjieva, Maria 2003: Virtual togetherness: an everyday-life perspective. In: *Media, culture & society*, vol. 25, S. 291-313
- Bregman, Alvan/ Caroline Haythornthwaite 2003: Radicals of presentation: visibility, relation and co-presence in persistent conversation. In: *new media & society*, vol. 5, H. 1, S. 117-140
- Cass, Kimberly 1998: The world wide web's shadow of opportunity. A Heideggerian perspective of authenticity in the information age. In: *Information Technology & People*, no. 11, S. 328-342
- Dziatkiewicz, Mark 1996: New video conferencing units move a step closer to reality. In: *America's Network*, vol. 100(1), S. 14
- Hahn, Kornelia 2009: *En-fernte Kommunikation. Zur Soziologie fortgeschrittener Medienkulturen*, Konstanz: UVK
- Kwan, Min Lee 2004: Presence, explicated. In: *Communication Theory*, vol. 14, H.1, S. 27-50
- Lombard, Matthew/ Ditton, Theresa 1997: At the heart of it all: The concept of presence. In: *JCMC* 3 (2), www://jcmc.indiana.edu/vol3/issue2/Lombard.html
- Pessoa Albuquerque, Antonia Lucinelma/ Melo, Rubens/ Velho, Luiz: Connecting the presence's factors for guiding measurements, Internetquelle <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.9.9332&rep=rep1&type=pdf>, letzter Abfruf 27.6.2014
- Poster, Mark 2002: Everyday (Virtual) Life. In: *New Literary History*, vol. 33(4), S. 743-765
- Ratanen, Terhi 2003: The new sense of place in 19th-century news. In: *Media, culture & society*, vol. 25, S. 435-449
- Riva, Giuseppe 2000: Design of clinically oriented virtual environments: A communicational approach. In: *CyberPsychology and Behavior*, vol. 3(3), S. 351-357
- Riva, Giuseppe et al. 2002: The VEPSY updated project: Virtual reality in clinical Psychology. In: *CyberPsychology and Behavior*, vol. 4(4), S. 449-455
- Robinett, W./ Rheingold, H. 1991: Electronic expansion of human perception. In: *Whole Earth Review*, Heft 72, S. 16-21
- Sheppard, P.J./ Walker, G.R. (eds.) 1999: *Telepresence*, Boston: Cluwer Academic Publisher
- Smith, Stephen R. 2001: Telemedicine and trauma care. In: *Southern Medical Journal*, vol. 94(8), S. 825-829
- Steuer, Jonathan 1992: Defining Virtual Reality: Dimensions for Determining Telepresence. In: *Journal of Communication*, vol. 42(4), S. 73-93
- Zhao, Shanyang 2003: "Being there" and the role of presence technology. In: Riva, G./ Davide, F./ Ijsselstein, W.A. (eds.): *Being there: Concepts, effects and measurement of user presence in synthetic environments*, Amsterdam: Ios Press, S. 137-146
- Zhao, Shanyang 2003a: Toward a taxonomy of copresence. In: *Presence*, vol. 12, no. 5, S. 445-455

I
Präsentierte Körper

In welcher Kopräsenz leben wir?

Eine Untersuchung zu Mitspielkompetenzen auf einem roten Teppich

Kornelia Hahn

Angesichts der empirischen Phänomene in neuen Medienkulturen und den Schlussfolgerungen, wenn es darum geht, diese an den soziologischen Theoriediskurs anzuschließen, wird die Erklärungskraft einer bisher sehr geläufigen Theoriefigur – nämlich der kategorialen Unterscheidung zwischen Kommunikation in körperlicher Anwesenheit und körperlicher Abwesenheit – zunehmend fragwürdig (1.). In diesem Zusammenhang einer differenzierteren Konzeptualisierung von Präsenz(en) und der Entdeckung neuer Präsenzformen soll im Folgenden das Verhältnis von Online- und Offline Kommunikation *versucht* werden zu beobachten. Hierzu werden anhand einer empirischen Studie Evidenzen identifiziert, die auf Aktualisierungen einer vornehmlich aus Erfahrungen mit der Rezeption von verbreiteten Publikumsmedien „erlernten“ Rolle verweisen (2.). Man könnte diese Untersuchungsanlage als eine Art von Medienwirkungsforschung ansehen, die einerseits prinzipiell von unterschiedlichen Lesarten der Medienrezeption ausgeht (z. B. John Fiske ²2011), andererseits jedoch nicht die quasi unmittelbare Rezeption eines medialen Dokuments beobachtet, sondern breite, aber unspezifische Erfahrungen mit älteren Publikumsmedien (vor allem Magazine oder Fernsehen) und neuen Medien (vor allem Internet) unterstellt. Diese Unterstellung könnte auf Niklas Luhmanns berühmtes Diktum gründen: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja, über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir aus den Massenmedien.“ (Luhmann 2004: 9) Es geht im Folgenden aber keineswegs um eine Beweisführung dieser durchaus gewagten These, sondern um die Frage, ob sich angesichts des weit verbreiteten, mediengenerierten Wissens Veränderungsspuren in kopräsenten Situationen entdecken lassen (3.).

1 Zur Untersuchung von Kopräsenzen

Im Titel dieses Bandes wird mit der Thematisierung von Präsenzen im Plural implizit die Bedeutsamkeit der klassischen Unterscheidung von Situationen in Kopräsenz, d. h. in unmittelbarer, körperlicher Wirkzone (Erving Goffman 1959, Alfred Schütz/ Thomas Luckmann 1979) und Situationen, in denen Zeichen von „Sendern“ rezeptiert werden, die sich nicht in unmittelbarer Kopräsenz befinden (und u. U. auch nicht aus vorherigen kopräsenten Situationen bekannt sind), in Frage gestellt. Das bisherige, zentrale Unterscheidungskriterium bezog sich darauf, dass in der kopräsenten Situation eine Wahrnehmungsmöglichkeit mit allen Sinnen stattfindet, dagegen aber eine sinnlich eingeschränkte Wahrnehmungsmöglichkeit (ausschließlich visuell und/oder auditiv) typisch für Medienkommunikation ist. Damit rekurriert die Unterscheidung darauf, dass Medienkommunikation nicht nur eine *andere* Informationssituation, sondern eine *defizitäre* Informationssituation darstellt. Für unseren Zusammenhang wesentlich ist dabei, dass diese angenommene, relative Zeichenarmut zu „unvollständigen“ Interpretationen über soziale Wirklichkeiten, d. h. hier vor allem: über situativ präsenztes Geschehen, führt.

Ich möchte dagegen davon ausgehen (vgl. Hahn 2009), dass Vergegenwärtigung einen aktiven Prozess in jeder Kommunikation bildet. Zum einen heißt das, dass in jeder Situation – auch in der kopräsenten – abwesender Sinn (z. B. durch kulturelle Skripte, Typisierungen oder Normen) vergegenwärtigt wird und in die Situationsdefinition eingeht. Mit anderen Worten basieren Aushandlungsprozesse von Situationen in Kopräsenz nicht ausschließlich auf der Interpretation situativ wahrgenommener Zeichen. Zum anderen, und hier relevanter, lässt sich in allen Situationen, entweder in körperlicher Anwesenheit oder Abwesenheit der Akteurinnen und Akteure, davon ausgehen, dass deren zugrundeliegende Zeichen- und Informationsqualität von subjektiven Deutungen abhängt. Damit soll weniger an die prinzipielle Konstruktion von Wirklichkeit im Hinblick auf wahrnehmende und gleichzeitig interpretierende Subjekte erinnert werden, sondern mehr noch: dass die spezifische Interpretation der Zeichen- oder Informations*qualität* von kopräsenten und medienbasierten Situationen ebenfalls subjektiv ist (Hahn/ Schmidl 2014) und in Verbindung mit etwa individueller Media Literacy oder Medienerfahrung steht. Mit diesen Bemerkungen soll begründet werden, warum die kategoriale Unterscheidung zwischen Kopräsenz und absenter Medienkommunikation nicht fraglos reproduziert werden kann; es ist damit jedoch noch nicht angegeben, von welchen Formen von Präsenz jenseits dieser klassischen Unterscheidung auszugehen ist. Es gibt in dieser Hinsicht wenige, aber vielversprechende Versuche vor allem der *Presence Research* (vgl. Einleitung und Zhao in diesem Band). Diese Ansätze konzentrieren sich vor allem auf theoretische Zugangsweisen; seltener sind die

Arbeiten, die sich der empirischen Erforschung von Vergegenwärtigungsformen widmen. Eine solche Untersuchung ist sicher zunächst auch eine methodische Herausforderung, da sie weder in *einer* empirischen Fragestellung, noch in *inem* methodischen Zugang umfassend behandelt werden kann.

Was ich im Folgenden versuche, versteht sich deshalb als Annäherung einer empirischen Erforschung von Präsenzen in Medienkulturen. Im Mittelpunkt dieses thematisch und methodisch begrenzten Vorhabens steht die Frage, ob Wissen, das sich aus Rezeptionserfahrungen medialer Dokumente gebildet hat, in einer Situation von Kopräsenz beobachtet werden kann. Während die Medienwirkungsforschung auf Konzepten wie Media Literacy oder rezeptionsabhängigen Lesarten von Medientexten rekurriert, soll hier in ähnlicher Funktion der Begriff der Mitspielkompetenz fruchtbar gemacht werden. „Mitspielkompetenz“ als ein klassisches Merkmal qualitativer Sozialforschung zur Validierung der Untersuchung – zugeschrieben – „fremder“ Lebenswelten, zielt hier jedoch nicht auf die erworbenen Mitspielkompetenzen der *Forschenden* in der beforschten Welt, sondern auf medial erworbene Mitspielkompetenzen in einer späteren Face-to-Face-Situation. Formal wird eine solche „Mitspielkompetenz“ anhand geäußerter Körperzeichen von Akteurinnen und Akteuren in einer spezifischen Interaktionssituation beobachtet; inhaltlich soll sich diese „Mitspielkompetenz“ auf das Interaktionsspiel auf einem roten Teppich beziehen. Der „rote Teppich“ ist ein in fortgeschrittenen Medienkulturen spezifisches Setting¹, in dem sich eine relativ begrenzte Gruppe von Personen (zum Beispiel „Filmstars“) einem ebenfalls begrenzten kopräsenten Publikum, aber vor allem auch einem diffusen Publikum durch die Veröffentlichung von Aufzeichnungen der Aufführung auf dem roten Teppich, präsentieren. Wie spielt nun dieses diffuse Publikum selbst als kopräsente AkteurInnen angesichts der Wahrnehmung eines Roten-Teppich-Settings mit?² Können beim Spielen des Roten-Teppich-Interaktionsspiels Evidenzen für medienkulturelles Wissen entdeckt werden? „Mitspielen“ ist hier formal durch das Betreten und Verlassen des roten Teppichs definiert. Dabei wird davon ausgegangen, dass diejenigen, die das Rote-Teppich-Setting betreten, dieses als ein spezifisches Setting verstehen, das sich vom Setting außerhalb des roten Teppichs und dessen Spielrahmen unterscheidet. Es geht natürlich um keine Bewertung eines medienkulturell „richtigen“

-
- 1 Das heißt nicht, dass der rote Teppich eine „Erfindung“ fortgeschrittener Medienkulturen ist. Es lassen sich spezifische Bedeutungszuschreibungen ja bereits seit der Antike ausmachen.
 - 2 Dabei wird davon ausgegangen, dass die beobachteten Personen der empirischen Untersuchung keine (nennenswerten) Erfahrungen als Protagonistinnen und Protagonisten eines roten Teppich Defilees oder als professionelle Beobachterinnen und Beobachter dieses Settings haben.

oder „falschen“ Mitspielens, sondern um „Spielarten“, die man mit den Lesarten vergleichen könnte, die (unmittelbar) nach der Rezeption eines medialen Textes von RezipientInnen im Feld generiert werden. Das Ziel ist, von den kopräsenten Aktualisierungen auf die subjektiven Rahmungen der Spielsituation zu schließen.

2 Der rote Teppich – Eine Untersuchung auf dem Salzburger Mozartplatz

Anlässlich des Universitätsfestes der Paris-Lodron-Universität Salzburg ist am 2. Juni 2012 folgende Kulisse auf dem Mozartplatz in Salzburg aufgebaut und während einer Zeit von 11 Uhr bis 16 Uhr bespielt worden: ein roter Teppich in der Größe von ca. 6 x 3m, Ständer mit Absperrseilen an einer Längsseite des Teppichs, hinter denen zwei professionelle, ausladende Kameras stehen, eine angedeutete Sponsorenleinwand mit Universitätslogos und Logos des Forschungsclusters³ an der gegenüberliegenden Längsseite sowie Scheinwerfern⁴ und Lautsprechern⁵ auf einem umlaufenden Stahlgerüst⁶. In dieser Szenerie gab es folgende (Mit-)SpielerInnen: Studierende der PLUS in der für die Anwesenden beobachtbaren Rolle von Kamerapersonen, OrganisatorInnen des Settings und Beifall klatschendem Publikum; zufällig sich einfindende PassantInnen als Publikum um den roten Teppich herum sowie – als ProtagonistInnen – zufällig sich einfindende PassantInnen, die spontan zu AkteurInnen *auf* dem roten Teppich wurden. Mit der Bewegung auf und über den roten Teppich geht eine spezifische Körperinszenierung einher. Die PassantInnen sind dabei vom Forschungsteam nicht zum Betreten des Teppichs animiert, aber im Falle von explizitem Nachfragen⁷ ermutigt worden. Das Geschehen auf dem roten Teppich, d. h. die Inszenierung der Passantinnen und Passanten, die den

-
- 3 Das Forschungscluster ist *Cultural Sociology Group*. Die Bespielung der Kulisse erfolgte durch ein Forschungsteam aus MitarbeiterInnen der Abteilung Soziologie an der Universität Salzburg sowie Studierenden aus einem Masterseminar.
 - 4 Diese leuchten die Kulisse in mehreren Farben aus. Der Effekt ist aber im hellen Tageslicht gering.
 - 5 Die Toneinspielung aus den Lautsprechern sind aufgezeichnete Geräusche von Publika (Klatschen, Pfeifen etc.) aus mutmaßlich vergleichbaren Settings. Sie sollten die Geräuschkulisse am roten Teppich verstärken, aber auch – im Sinne der Mehrdeutigkeit – sich von den Mitspielenden auf ein anwesendes Publikum beziehen lassen.
 - 6 Der Aufbau des Settings profitierte maßgeblich von der Kooperation mit dem Altstadtmarketing der Stadt Salzburg.
 - 7 Nur wenige Personen, die über den roten Teppich gegangen sind, haben vorher bei den Umstehenden nachgefragt. Die typische Nachfrage lautete: „Darf ich hier über den roten