

Universität zu Köln

Institut für Medienkultur und Theater

Bachelorarbeit

Prüferin: Dr.‘ Tanja Weber
SoSe 2023

**So nah und doch so Fernsehen –
Parasoziale Interaktion und Beziehung im TV der Gegenwart**

Eine Case Study der Quizsendung *Wer stiehlt mir die Show?*

von

Helen Franca Körsgen
BA-Medienwissenschaft
Medienkulturwissenschaft, Medienmanagement und Medienökonomie
6. Fachsemester

Tel.

Matrikelnummer:

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	4
2 Parasoziale Interaktion und Beziehung.....	5
2.1 Ein neuer Kommunikationsraum.....	5
2.2 Der Ursprung: Horton, Wohl und Strauss	6
2.3 Nachzeichnung der Forschung	8
2.3.1 Verortung des Forschungsfeldes	8
2.3.2 Parasoziale Interaktion	9
2.3.3 Parasoziale Beziehung.....	10
2.3.4 Die Messung parasozialer Phänomene	11
2.3.5 Personae, Moderator:innen und (Fernseh-)Stars	11
2.4 Intimität erzeugen – Eine Sammlung	13
2.4.1 Verbale Bezugnahme.....	14
2.4.2 Non-verbale Bezugnahme	15
2.4.3 Dargestellte räumliche Distanz.....	15
3 Fernsehen	16
3.1 Das Medium Fernsehen.....	16
3.2 Non-fiktionales Unterhaltungsfernsehen: Quiz, Spiel und Prominenz	17
3.3 Interaktivität, Digitalität und Multi-Plattform-Produktionen	20
3.4 Die Zukunft des Fernsehens im Diskurs	23
4 Case Study	24
4.1 Das Artefakt.....	24
4.2 Methodisches Vorgehen	25
4.3 Primäre PSI.....	26
4.3.1 Personae.....	26
4.3.2 Verbale Bezugnahme.....	30
4.3.3 Non-verbale Bezugnahme	31
4.3.4 Dargestellte räumliche Distanz.....	32
4.3.5 Studiopublikum als Stellvertretung	34
4.4 Sekundäre PSI	35
4.4.1 Nicht-lineare Distribution.....	35
4.4.2 Gespräche über Personae im virtuellen Raum.....	37
4.4.3 Personae als Akteur:innen im sozialen Netzwerk	38
4.4.4 Insiderinformationen auf Abruf.....	39

4.4.5 Augmented Reality: Rezipierende werden Kandidat:innen	40
4.5 Parasoziale Beziehungen über Zeit	40
4.6 Ergebnisse der Case Study	43
5 Fazit	45
Literaturverzeichnis	48
Medienverzeichnis	57
Anhang.....	60
Eidesstattliche Erklärung	

1 Einleitung

[W]ith the introduction of digital return channels and the increased production of multi-platform formats, the audience has become an external production unit. [...] As a result, TV production is increasingly about producing a dialogue with the viewers, and about facilitating ‚social TV‘ experiences via second platform interactivity (Enli 2012, 123).

Welche Auswirkungen hat die oben beschriebene medienkulturelle Entwicklung des Fernsehens auf das Phänomen der parasozialen Interaktion und Beziehung? Das Fernsehen, das als Initial in den 1950er Jahren die ersten Überlegungen seitens Donald Horton und Richard Wohl über die Illusion von Intimität seitens Zuschauer:innen zu Medienfiguren evoziert hat, wird in dieser Arbeit samt seiner zeitgenössischen Tendenzen zur Digitalisierung und Interaktivität in den Blick genommen und seine parasozialen Potenziale in die Gegenwart transformiert.

Dafür blickt die Arbeit nach über 75 Jahren der Genese des Forschungsfeldes parasozialer Interaktionen und Beziehungen auf aktuelle Unterhaltungssendungen, wobei die deutsche Quizsendung *Wer stiehlt mir die Show?* (DE seit 2021) als exemplarisches Artefakt herangezogen und auf ihre parasozialen Angebote hin untersucht wird. Die Analyse des spezifischen Artefakts lohnt sich insofern, als dass eine Brücke zwischen traditionellem und gegenwärtigem Fernsehen geschlagen wird: Das Genre Quizshow und die Distribution im linearen Fernsehen stimmen mit Hortons und Wohls ErstpERSpektivierung überein, gleichzeitig schöpft *Wer stiehlt mir die Show?* in hohem Maße aus den Möglichkeiten der digitalen Medienwelt des 21. Jahrhunderts.

Um beide Dimensionen hinsichtlich ihrer Implikationen für das Konzept der parasozialen Interaktion und Beziehungen zu deuten, wird in einem ersten Schritt die Evolution des Forschungsfeldes nachgezeichnet und die theoretisch relevanten Grundlagen und Begriffe erarbeitet. Eine Sammlung intimitätsgenerierender Strategien im Fernsehen komprimieren hierbei das Reich tum an Möglichkeiten von TV-Personen, eine freundschaftliche Nähe zu und den Eindruck eines Face-to-Face-Gesprächs mit dem Heimpublikum zu erzeugen. Daraufhin nimmt die Arbeit das Medium Fernsehen in den Blick und diskutiert sein Wesen. Im Anschluss wird die gegenwärtige Medienkultur des TV sowie das Genre des non-fiktionalen Unterhaltungsfernsehens mit Blick auf Interaktivität, Digitalität und Multi-Plattform-Produktionen betrachtet. Die theoretischen Überlegungen münden in der Diskussion divergierender Zukunftsprognosen des Mediums.

Vor diesem Hintergrund widmet sich die exemplarische Analyse dem Artefakt. Im Bewusstsein über etablierte Strategien der parasozialen Intimitätserzeugung und aus dem Anspruch heraus, das Konzept und dessen Annahmen zu reflektieren und in die aktuelle medienkulturelle Sphäre einzubetten, trennt die Case Study die oben erwähnte Dichotomie der linearen Distribution einerseits und der digitalen Erweiterungen andererseits, die ohne Fernsehgerät rezipierbar sind. Artikuliert wird diese Abgrenzung durch die Kategorien ‚Primäre PSI‘ und

„Sekundäre PSI“. Zuletzt wird die Implementierung parasozialer Beziehungen durch den Faktor Zeit in den Blick genommen.

Unter Berufung auf die theoretischen und artefaktbezogenen Erkenntnisse wird abschließend ein Resümee über parasoziale Interaktionen und Beziehungen im TV des 21. Jahrhunderts möglich. Hierbei argumentiert die Arbeit für eine modifizierte Auffassung vom Fernsehen, die das Medium in der Gegenwart verortet und den neugewonnenen Potenzialen für parasoziale Phänomene Rechnung trägt.

2 Parasoziale Interaktion und Beziehung

Medienkulturelle Transformationen ermöglichen und erfordern immer wieder, das Verhältnis zwischen Rezipierenden und medialen Akteur:innen zu reperspektivieren. Analog zur Weiterentwicklung der Medienlandschaft haben sich die Annahmen über parasoziales Erleben seit den 1950er Jahren stetig verändert und das Forschungsfeld hat sich stark diversifiziert. Die wissenschaftliche Genese jener Untersuchungen wird im Folgenden nachgezeichnet.

2.1 Ein neuer Kommunikationsraum

Schon lange stellen Wissenschaftler:innen Überlegungen zur Natur des Menschen als soziales und nach Kommunikation strebendes Wesen an. So begründen beispielsweise Mead und Blumer im 20. Jahrhundert die Theorie des symbolischen Interaktionismus, die besagt, dass das „Individuum seine Identität durch die Interaktion mit anderen Individuen entwickelt“ (Sander 2016).¹ Die Tatsache, dass Kommunikation und Interaktion in der Gegenwart in hohem Maße elektronisch beziehungsweise digitalisiert stattfinden, erfordert eine gezielte (Neu-)Perspektivierung derartiger Kommunikationsprozesse. Die kommunikative Ausdehnung des Menschen, angetrieben durch die Evolution und Diversifikation von Medien, denkt Marshall McLuhan radikal, indem er postuliert: „[W]e have already extended our senses and our nerves by the various media“ (McLuhan 1964, 4). Dem Fernsehen als „most recent and spectacular electric extension of our central nervous system“ (345) schreibt er besondere Wirkkraft zu.

Tatsächlich haben sich bereits in den 1950er Jahren zwei Soziologen Gedanken zu dieser „media simulated interpersonal communication“ (Cathcart/Gumpert 1986, 30) gemacht: Donald Horton und Richard Wohl publizieren 1956 ihren Aufsatz *Mass Communication and Para-Social Interaction: Observation on Intimacy at a Distance*, in dem sie die oben beschriebene Erweiterung der interaktiven Spielräume durch elektronische Medien und die nach Kommunikation strebende Natur des Menschen zusammendenken. Ihre Überlegungen zu parasozialen Phänomenen mit Blick auf non-fiktionale Fernsehpersonen und deren

¹ Tatsächlich sind Horton und Wohl bei ihrer Auseinandersetzung mit parasozialen Phänomenen von der Schule des symbolischen Interaktionismus beeinflusst worden, siehe hierzu Gusfield 2003, 119.

illusionären Gesprächen mit Zuschauer:innen eröffnen ein Feld, das bis heute erforscht und weiterentwickelt wird.

2.2 Der Ursprung: Horton, Wohl und Strauss

Das US-amerikanische Fernsehen war bereits vor dem zweiten Weltkrieg als Medium etabliert, expandierte jedoch erst im Laufe der 1950er Jahre zum Massemedium und sicherte sich seine Vormachtstellung im internationalen Vergleich (Boddy 1995, 60f.). Nicht nur werden in den USA in diesem Jahrzehnt Unterhaltungssendungen wie *The \$64,000 Question* oder *You Bet Your Life* populär, auch machen sich Horton und Wohl Gedanken über das Verhältnis von Zuschauer:innen zu Akteur:innen innerhalb des Unterhaltungsgenre: „Ein hervorstechendes Merkmal der neuen Massenmedien – Film, Radio und Fernsehen – besteht darin, dass sie die Illusion einer Face-to-face-Beziehung mit dem Performer errichten“ (Horton/Wohl 2001 [1956], 74). Diese besondere Relation, die trotz physischer und teilweise zeitlicher Distanz ein andauerndes Intimitätsgefühl zu Darstellenden eines TV-Formats generieren kann, bezeichnen die beiden Wissenschaftler als „parasoziale Beziehung“ (ebd.). Das „Simulakrum eines wechselseitigen Gesprächs“ (ebd.) nennen sie „parasoziale Interaktion“ (75) und begründen im Zuge dessen zwei der wichtigsten Begrifflichkeiten des Phänomens, die noch heute gelten.

Die Wortzusammensetzung ‚para‘ (aus dem Griechischen *par(á)*, für ‚neben‘ oder ‚über etwas hinaus‘) und ‚sozial‘ versucht sich einer spezifischen Art der zwischenmenschlichen Interaktion zu nähern, die sich in ihrer Struktur von ‚orthosozialen‘ Interaktionen (aus dem Griechischen *orthós*, für ‚richtig‘ oder ‚gerade‘) wesentlich unterscheidet: Nur die soziale Interaktion ist wechselseitig. Die Intimität, die durch die parasoziale Interaktion vermittelt wird, bleibt eine Illusion (79). Die Autoren heben die fehlende Reziprozität, die in der Natur von Massenmedien liegt, an verschiedenen Stellen innerhalb ihrer Argumentation hervor:

Der entscheidende Unterschied liegt offensichtlich in der Erfahrung, dass eine effektive Gegenseitigkeit ausbleibt [...]. Es gibt selbstverständlich Wege für das Publikum, dem Performer oder den Mitarbeitern, die die Sendung gestalten, ihre Gefühle mitzuteilen, doch diese liegen außerhalb der eigentlichen parasozialen Interaktion (Horton/Wohl 2001 [1956], 75).

Die parasoziale Beziehung (PSB, engl. ‚parasocial relationship‘ = PSR) ist das Ergebnis repetitiver, parasozialer Interaktionen (PSI) durch die Medienrezeption, bei der gemeinsame Erfahrungen angehäuft werden (Horton/Wohl 2001 [1956], 77). Die Repetition besteht im Wiederauftreten der Persona als ein „regelmäßiges und verlässliches Ereignis, auf das man zählen, das man einplanen und in sein tägliches Leben mit einbeziehen kann“ (ebd.). Im Falle programmorientierter Medien wie Radio und Fernsehen ist die Planbarkeit der Interaktion in besonderem Maße gegeben.

Mit dem Fortschritt der Fernsehtechnik und der Expansion des Fernsehkonsums – Entwicklungen, die global asynchron verliefen – geht nach Horton und Wohl die Etablierung eines

neuen Performer-Typus einher, zu dem sie Quizmaster, Interviewer und Ansager (i. S. v. Moderator:innen unterschiedlicher Art) zählen (Horton/Wohl 2001 [1956], 76). Diese spezifische Kategorie von Persönlichkeiten bezeichnen sie als ‚Personae‘ (ebd.).

Personae vermögen eine freundschaftliche Nähe zu Rezipierenden herzustellen, ohne, dass sich die beiden Akteur:innen im orthosozialen Kontext begegnet haben müssen. Zur Intensivierung dieser Erfahrung dienen direkte und indirekte Formen der Zuschauer:innenadressierung, von denen die Personae Gebrauch machen können. In ihrem Aufsatz benennen die Soziologen erste Strategien, etwa die Nachahmung eines informellen Face-to-Face-Gesprächs durch gezielte Verwendung von Gestik, Mimik und Sprache sowie die Vermittlung des Eindrucks, das Showgeschehen entstehe im Moment seiner Produktion und sei daher spontan (Horton/Wohl 2001 [1956], 77; 79ff.). Ebenso können ein spezifischer Kameraeinsatz oder die Einbindung des Studiopublikums verstärkend auf die wahrgenommene Nähe wirken (80f.).² Derartige Strategien vermögen nach Horton und Wohl die „inhärente Unpersönlichkeit der Medien“ (85) zu überwinden.

Die Impulse der beiden Wissenschaftler vertieft Horton ein Jahr später zusammen mit dem Soziologen Anselm Strauss in ihrem Artikel *Interaction in Audience-Participation Shows* (1957). Hier rekapitulieren sie Annahmen über Parasozialität aus dem Vorjahr und bestätigen ihre Charakterisierung als Massenkommunikation: „[P]arasocial interaction is especially favored by mass media which permit enormous audiences, yet each member is addressed in relative privacy, almost as though the speaker were present“ (580). Weiter differenzieren sie fünf potenzielle Partizipationsgruppen innerhalb eines Fernsehformats, deren Kommunikation in hohem Maße interdependent und in der Analyse komplex verflochten sein kann: Zunächst gebe es den „master of ceremonies“ (ebd.), also die Persona oder den Star, dann das Studiopublikum und partizipierende Darsteller:innen aus diesem, aber auch unterstützende Darsteller:innen seitens der Produktion. Als physisch abwesend, in das Kommunikationsgeflecht jedoch eingebunden, benennen Horton und Strauss die Zuschauer:innen zu Hause (ebd.). Die Anwesenheit beteiligter Gruppen vor Ort und die Observierung dieser durch das Heimpublikum beeinflussen laut den Wissenschaftlern das Gefühl von Nähe und Präsenz trotz tatsächlicher Ferne: „The dominant mode of interaction is parasocial, but the very presence of the other persons in the television theater [...] means that the other two modes will inevitably intrude as phases or accompanying overtones of the pervasive parasocial mode“ (581). Dieses zusammenhängende Kommunikationsnetz birgt Implikationen, die Horton und Strauss facettenreich entschlüsseln. Sie beobachten die alternierende Kontrolle von Persona, Studiopublikum und Heimpublikum: „The studio audience itself falls under

² An dieser Stelle angerissene Adressierungsstrategien werden im Detail im Kapitel 2.4 ‚Intimität erzeugen – Eine Sammlung‘ weiter differenziert und vervollständigt.

the persuasive control of the star. A captive audience [...] is prepared to be docile and supportive. Its laughter, interjections, shouted comments and applause establish genuine communication with him" (584). Das Studiopublikum hat ebenso Kontrolle über die Persona und somit über die Ausstrahlung: „The studio audience can give and withhold applause, let jokes fall on dead silence, or boo a disapproved decision. [...] It thereby attains at least temporary command over the program" (586). Zudem identifizieren Horton und Strauss die Rolle des Studiopublikums als Stellvertretung der Zuschauer:innen zu Hause: Ersteres sei ein „sample“ (ebd.) des Heimpublikums und übertrage dessen Einstellungen in direkte Kommunikation mit der Persona (ebd.). Schlussendlich kontrolliere die Persona das Heimpublikum direkt, in dem es sich Formen der Adressierung zu Nutze mache (ebd.), die Horton und Wohl bereits im Vorjahr ausfindig machen.

2.3 Nachzeichnung der Forschung

Nach Hortons und Strauss' Publikation ruhte die Erforschung parasozialer Interaktion und Beziehung viele Jahre. Erst in den 1970er und -80er Jahren erfährt das Phänomen eine florierende Auseinandersetzung bis in das 21. Jahrhundert hinein.

Nach einer komprimierten Verortung des Forschungsfeldes werden die Kernaspekte dieser Beschäftigungen innerhalb der Teilbereiche parasoziale Interaktion, Entwicklung parasozialer Beziehungen, empirische Messverfahren und non-fiktionale Personae, insbesondere Moderator:innen und (Fernseh-)Stars, nachgezeichnet.³ Insofern erfolgt die Nacherzählung der Forschungsgenese themenbezogen und nicht linear. Bei der theoretischen Perspektivierung wird ein Schwerpunkt auf die Publikationen Hartmanns, Schramms und Klimmths gelegt, da es sich hierbei um den letzten großen Stand der Forschung handelt, der sich umfassend und grundlegend dem parasozialen Phänomen angenommen hat. Final folgt eine Sammlung intimitätsgenerierender Angebote in der parasozialen Fernsehkommunikation, die Forscher:innen seither identifiziert haben.

2.3.1 Verortung des Forschungsfeldes

Wegbereiterin der Überlegungen zu elektronisierter Kommunikation war die österreichisch-amerikanische Sozialpsychologin Herta Herzog, die sich in ihren Aufsätzen *On Borrowed Experience. An Analysis of Listening to Daytime Sketches* (1941) und *What do we really know about daytime serial listeners?* (1944) erstmals mit dem Effekt von Radiokonsum auf Rezipierende auseinandersetzt. Auch Horton und Wohl greifen die PSI mit Radiopersonen auf (2001 [1956], 94).

³ Die Verortung des Forschungsfeldes erfolgt bewusst erst an dieser Stelle, da nach Einschätzung der Verfasserin die vorherigen Erläuterungen Hortons und Wohls Auffassung darüber, was parasoziale Interaktion und Beziehung meint, für das Verständnis notwendig sind.

Die Forschung und Literatur zu PSI und PSB stammt überwiegend aus den Bereichen Medienpsychologie und Kommunikationswissenschaft. Noch konkreter wird das Forschungsfeld im Kontext der Motivationsforschung genannt, die anerkennt, dass Menschen Medien aus diversen Motivationen heraus rezipieren und über die Jahre Erklärungsansätze wie den Eskapismus, die Uncertainty-Reduction-Theory oder den Uses-And-Gratifications-Ansatz hervorgebracht haben. Letzterer betrachtet die Bedürfnisbefriedigungen von Medienkonsum, wobei PSI teilweise als eine Form solcher Gratifikation erachtet wird (Aelker 2016, 17). Rosengren und Windahl gehen vom menschlichen Bedürfnis nach sozialer Interaktion aus und beschreiben Medienrezeption und PSI als eine funktionale Alternative zu Face-to-Face-Interaktionen (1986, 177). Vorderer deklariert sie sogar als „anthropologische Konstante“ (1992).⁴ Grundlegend seien parasoziale Interaktionen als eine natürliche und automatisierte Rezeptionsart und -weise zu betrachten; erst bei vollständigem Ersatz sozialer Beziehungen durch parasoziale Alternativen, könne ein pathologischer Zustand angenommen werden (Horton/Wohl 2001 [1956], 93).

2.3.2 Parasoziale Interaktion

Sich der Medialität der Kommunikationssituation und der ihr immanenten Nicht-Reziprozität bewusst zu sein, gilt als Voraussetzung für parasoziale Interaktionen. Die Differenz zu orthosozialem Interagieren ist durch den Fernsehrahmen gegeben (Mikos 1996, 100f.), so setzt die „wechselseitige Eingewieheit in den interpersonellen Verkehr zwischen Mattscheibe und Rezipient [...] einen bewußten, kontrollierten und zumindest strukturell distanzierten Rezipienten voraus“ (Wulff 1996b, 2). Hartmann und Klimmt nehmen eine Einschränkung dieses Rahmens vor und behaupten, eine intensivere PSI gehe mit einem geminderten Medialitätsbewusstsein einher (Hartmann/Schramm/Klimmt 2004a, 18). In jedem Falle ist „das Handeln der Zuschauer doppelt bestimmt, sie müssen so tun, als ob sie in einer Face-to-Face- Beziehung zu den ‚Performern‘ stehen und wissen doch, daß es nicht so ist“ (Mikos 1996, 101). Die Einbindung von PSI in die Matrix gewöhnlicher sozialer Aktivitäten, die Horton und Wohl bereits fordern (Horton/Wohl 2001 [1956], 103), nimmt Giles 2002 bei der Konzeption des *Continuums of Social-Parasocial Interaction* vor und lokalisiert PSI am einen Ende einer Skala, auf der beispielsweise interpersonale Konversationen mit einem engen Freund diametral gegenüberliegen (295; A.1). Auf Seiten der PSI nimmt Giles nun die Differenzierung in First-, Second- und Third-Order-PSI vor, die parasoziale Beziehungspartner:innen hinsichtlich ihrer potenziellen Erreichbarkeit einordnet. Um die Differenz zwischen orthosozialer Interaktion (OSI) und PSI, die der Wissenschaftler in seinem Schaubild darstellt, zu verbildlichen, konzipieren Hartmann und Schramm ein dyadisches Diagramm

⁴ Sie hierzu auch Baumeister und Leary 1995.

(2004a, 7 und 10; A.2; A.3). Ein Vergleich der beiden Interaktionsvarianten zeigt: Bei einer OSI nehmen sich die beiden agierenden sozialen Entitäten gegenseitig wahr und wirken auf das gegenseitige Verhalten ein. Im Falle von PSI fällt die Wahrnehmung des Rezipierenden durch die Persona weg. Die Handlungsnatur der Persona ist somit stets aktiv und die des Rezipierenden reaktiv, sodass anders als bei einer OSI in der PSI die Reaktion zweiter Ordnung wegen des fehlenden Rückkanals ausbleibt (Schramm/Hartmann 2010, 209). Insofern bleibt die „Nicht-Reziprozität [...] das kennzeichnendste Merkmal des asymmetrischen parasozialen Interaktionsprozesses“ (Hartmann/Schramm/Klimmt 2004a, 16), wie es bereits Horton und Wohl knapp 50 Jahre zuvor beschreiben. Auf dieser Grundlage konstruieren Hartmann, Schramm und Klimmt das prozessuale *Zwei-Ebenen-Modell parasozialer Interaktionen*:

Im ersten Schritt erfolgt die Wahrnehmung der Persona durch Rezipierende und eine automatisierte Urteilsbildung, soziale Kategorisierung sowie die Einstufung ihrer Fiktionalität und Attraktivität. Im Rezeptionsverlauf kann die Interaktionsintensität dynamisch schwanken, wobei Obtrusivität und Persistenz, Adressierung und weitere äußere Merkmale eine Rolle spielen. Die Obtrusivität der Persona beschreibt die Aufdringlichkeit ihrer Darstellung, etwa die Vereinnahmung des Bildschirms oder fokussierende Lichteffekte. Die Persistenz ist für Hartmann et al. die zeitliche Dominanz der Präsenz im medialen Format. Daneben übt die Motivation des Rezipierenden Einfluss auf das PSI-Niveau aus. Auch wenn die Interaktionsintensitäten auf Grundlage obiger Determinanten schwankend verlaufen, legen die Wissenschaftler für ihre Modellierung die zwei Extreme der oberflächlich-schwachen PSI (Low-Level-PSI) und der intensiv-starken PSI (High-Level-PSI) fest. Die beiden Intensitätsgrade drücken sich wiederum in Teilprozessen der PSI aus, den kognitiv-perzeptiven Anteilen (Wahrnehmen, Denken, Bewerten etc.), den affektiven Anteilen (emotionale Involviertheit) und den konativen Anteilen (beobachtbare Verhaltensreaktionen auf die PSI) (Hartmann/Schramm 2004b, 42; A.4).

2.3.3 Parasoziale Beziehung

Die multidimensionalen Betrachtungen von PSI der vergangenen Jahrzehnte sind hinsichtlich der Genese von PSI zu PSB weniger heterogen – die Forscher:innen scheinen sich einig, dass „[d]ie Herausbildung parasozialer Beziehungen [...] eine Funktion der Zeit, der Wiederholung und der Routinisierung [sein]“ (Wulff 1992, 6). Dadurch sei es möglich, sie in das alltägliche Leben zu integrieren (Horton/Wohl 2001 [1956], 77). Die zeitliche Abgrenzung von PSB zur PSI definiert Giles, indem er PSI als eine „momentary activity within a single encounter“ (2002, 291) und PSB als „cultivation of relationships that persist after the encounter“ (ebd.) definiert. Aus der Summe an Interaktionssequenzen ergebe sich eine Geschichte an Interaktionen (Asendorp /Banse 2000, 3). „[W]eitere Interaktionen der Dyade

werden jeweils vor dem Hintergrund der bisherigen Interaktionsgeschichte durchgeführt und von dieser beeinflusst, wobei sich bestimmte für die Dyade typische Interaktionsmuster herauskristallisieren und verfestigen“ (Hartmann/Schramm/Klimmt 2004a, 10). Diese sich stabilisierenden Interaktionsmuster ergeben nach Hartmann et al. in ihrer Wiederholung die Manifestierung parasozialer Beziehungen (ebd.). Um die Interdependenzen von PSI und PSB zu fassen und deren dynamische Schwankungen zu berücksichtigen, illustriert Uli Gleich das Kreis-Prozess-Modell parasozialer Interaktionen (A.5):

Die Wechselwirkung zwischen parasozialen Interaktionen und Beziehungen kann als ein Kreisprozeß aufgefaßt werden, in dem der aktuelle Zustand einer Beziehung sowohl als Ergebnis vorheriger wie auch als Determinante weiterer parasozialer Interaktionsprozesse begriffen wird (Gleich 1997, 73).

2.3.4 Die Messung parasozialer Phänomene

Zur Überwindung der in den Anfangsjahren noch stark theoretisch verhafteten Auseinandersetzung mit Parasozialität entwickelten Wissenschaftler:innen Instrumente, um PSI und PSB mithilfe empirischer Messverfahren zu beweisen und zu kategorisieren. Nach der Publikation Hortons und Wohls dauert es knapp 30 Jahre, bis sich eine solche Messmethode durchsetzt. Die *Parasocial-Interaction-Scale (PSI-Scale)* von Rubin, Perse und Powell aus dem Jahr 1985 soll den Intensitätsgrad parasozialer Interaktionen, von ihnen als „interpersonales Involvement“ (Gleich 1997, 97) bezeichnet, messen. Die Skala hat sich bis heute als „Quasi-Standard“ (Schramm/Hartmann 2008, 49) etabliert und fand nach der Übersetzung Uli Gleichs ins Deutsche im Jahr 1995 auch in der Bundesrepublik vielfache Anwendung (ebd.), wurde hinsichtlich ihrer empirischen Qualität jedoch immer wieder stark kritisiert (Schramm 2008, 298; Gleich 1997, 114; Rubin/Perse/Powell 1985, 147; Schramm/Hartmann/Klimmt 2002, 454). Die Skepsis gegenüber der Validität der *PSI-Scale* hat in den Folgejahren die Entwicklung alternativer Messskalen angetrieben. Dazu gehört die *Experience of Parasocial Interaction (EPSI) Scale*, die Hartmann und Goldhoorn 2011 für eine fokussierte Messung der Rezeptionserfahrung und ihren Verlauf entwickeln (Dibble/Hartmann/Rosaen 2016, 27). Weitere populäre Skalen sind die *Audience-Persona-Interaction (API) Scale* von Auter und Palmgreen aus 2000, die *PSI-Process-Scale* von Schramm und Hartmann aus 2008 sowie die *Multiple-PSR Scale* von Tukachinsky aus dem Jahr 2010 (ebd.).

2.3.5 Personae, Moderator:innen und (Fernseh-)Stars

Die für PSI und PSB relevanten Medienfiguren, die Personae, beschränken sich bei Horton und Wohl auf non-fiktionale Persönlichkeiten aus dem US-amerikanischen Fernsehen und Radio als Performer-Typus der 1950er Jahre (Horton/Wohl 2001 [1956], 76). Die Anerkennung der besonderen Rolle von Moderator:innen als Personae bleibt auch viele Jahre nach Hortons und Wohls Aufsatz bestehen: „Wenn das Fernsehen in Deutschland [...] dem Publikum so etwas wie ‚Quasi-Freunde‘ anbieten kann, dann am ehesten in Form von Moderatoren“ (Vorderer 1998, 698). Als Grund für diese Sonderrolle kann etwa ihre routinierte

Wiederkehr und in der Konsequenz ihr positiver Effekt auf die parasoziale Beziehungsbildung herangezogen werden (Mikos 1996, 98). Gleichmaßen wird mit der Relation von Text (im Sinne des audiovisuellen Formats) und Persona argumentiert: „[Die] Unabhängigkeit der Persona von ihrem Text geht einher mit der Abhängigkeit der Texte von der Persona, so sind etwa viele aktuelle Talkshows nach ihren Moderatoren benannt“ (Hippel 1996, 61). Knobloch differenziert drei Funktionen von Moderator:innen: Erstens die des:der ‚Erzähler:in‘, der:die die Sendung kontrolliert und ihren Inhalt steuert, zweitens die des ‚Conferenciers‘, welcher Sendungsteile verbindet und drittens die der Persona im engeren Sinne, die die Integration des Publikums durch direkte und indirekte Adressierung bewirkt (1996, 50f.). Burger vergleicht die Eigenschaften von Moderator:innen metaphorisch mit der Wandelbarkeit eines Chamäleons: Sie schlüpfen innerhalb einer Sendung in unterschiedliche Rollen, sie strukturieren die Ausstrahlung als Gesprächsführende und situieren sie als Gastgebernde (Burger 1991, 276ff., zit. n. Jonas 2006, 25). Nicht zuletzt agieren sie teilweise selbst als Gesprächspartner:innen. Schulz und Buchholz konstatieren: „Der ideale Moderator ist ein Übermensch, der zudem noch die Eigenschaft besitzen muß, daß man es ihm nicht anmerkt“ (1984, 248).

In den zurückliegenden Jahrzehnten hat sich die Forschung aus diversen Perspektiven dem Personabegriff genähert. Der Unterschied zur Person des orthosozialen Lebens wird weiterhin an der kommunikativen Einseitigkeit der Persona festgemacht (Keppler 1996, 15), die Horton und Wohl ursprünglich konstatierten. Für Meyrowitz liegt die besondere Natur von Personae außerdem darin, dass sie keine traditionellen schauspielerischen Fähigkeiten besitzen (1987, 95). Engell fasst diese Tatsache folgendermaßen: “Sie [die Persona] treten uns weder als *fiktionale* Figuren noch als *authentische* Personen gegenüber, sondern als Personen, die sich selbst spielen und damit den Gegensatz überbrücken“ (2012, 106, Herv. i. Orig.). Personae schweben nach Strobel und Faulstich in der Sphäre zwischen ‚fact‘ und ‚fiction‘ (1998, 443).

Hans J. Wulff betont ferner die Differenz von Persona und Star, die darin begründet liegt, dass die Persona keine Prominenz über das Format der Interaktion hinaus besitzt (1992, 3). Langers Begründung für die Abgrenzung zum Star ist ihre repräsentative Funktion: „[Personae] are distinguished for their representativeness, their typicality, their 'will to ordinariness', to be accepted, normalized, experienced as familiar“ (1981, 355). Spätestens seitdem die Erforschung von PSI und PSB neben dem Fernsehen auch Filme, soziale Netzwerke oder Podcasts betrachtet, in denen Prominente auftreten, erscheint die Dichotomie des Star- und Personabegriffs nicht länger haltbar. Dies bedeutet im Umkehrschluss nicht, dass sich Starverehrung (und damit unter anderem obsessive, religiöse Verhaltensweisen) und PSB (als relativ nüchterne Freundschaft) gleichsetzen lassen (Hartmann 2010, 55f.). Giles versteht

zum Beispiel Fandom als Unterkategorie von PSB (2018, 48). Einige Forscher:innen konzipieren Personabeziehungen sogar mit Blick auf das Starsystem: Nicht nur ver helfe der Einsatz von ‚Celebrities‘, also bekannten und beliebten Akteur:innen des öffentlichen Lebens, der strategischen Programmoptimierung im Fernsehen (Gleich 1997, 15), auch verändere sich die Personawahrnehmung, wenn sie ein Star ist, da Zuschauende auf das bestehende Image oder vorgelagerte Interaktionserfahrungen zurückgreifen können (Knobloch 1996, 49). Aus gegenüberliegender Perspektive kann „das Konzept der PSI und PSB für die Prominenzforschung gewinnbringend genutzt werden“ (2007, 227), konstatiert Schramm. Die vorliegende Arbeit geht von dem Verständnis aus, dass Personae keine Stars sein müssen, Stars aber durchaus als Personae fungieren können. Darüber hinaus können Auftritte im Fernsehen Initial dafür sein, dass die Persona zum Star wird: „[I]nitially unknown persons who regularly appear on television will often become celebrities through these very processes“ (Lange/Houran/McCutcheon 2011, 117).

Um die spezifischen Eigenschaften von Personae weitergehend zu konkretisieren, betrachten Hartmann, Schramm und Klimmt die bestehende Möglichkeit zur Charaktersynthese von Personae als wesentliches differentes Element zu interpersonalen Gegenübern: Die Syntheseüberlegungen zu fiktionalen Personae haben ihren Ursprung bei Wulff (1996a), wurden im Anschluss von Knobloch weiterentwickelt und auf non-fiktionale Personae angepasst (A.6). Im Kern meint die Charaktersynthese die einzigartige Möglichkeit mediatisierter Kommunikation, die verschiedenen Bezugsebenen zu einem Gesamtbild der Persona zu synthetisieren (Hartmann/Schramm/Klimmt 2004a, 19). Dieses generiere eine Transparenz und Nachvollziehbarkeit des observierbaren Verhaltens, die sich in ihrer Stringenz maßgeblich von Alltagspersonen unterscheide (20f.).

2.4 Intimität erzeugen – Eine Sammlung

Die beschriebene Illusion der Reziprozität und das Gefühl aktiver Involviertheit speist sich aus einem Konglomerat an Techniken, die das Gefühl von Intimität zwischen Persona und Publikum zur Folge haben können. Den Strategien schirmartig übergeordnet ist der Durchbruch der sogenannten ‚vierten Wand‘, also der „imaginary barrier separating characters from the audience“ (Auter 1992, 176). Das „„three-walled’ environment“ (Auter/Davis 1991, 165) des Fernsehraums wird bei Durchbrechen geöffnet. Die Öffnung birgt Implikationen für das Erleben parasozialer Phänomene – so hat etwa Philip Auter als Ergebnis seiner Studie konstatiert: „[B]reaking the fourth wall does make viewers feel a higher degree of PSI, especially when that wall is broken by their favorite character“ (1992, 179). Bereits Horton und Wohl thematisieren diese Methode:

Außerdem kann die Persona versuchen, aus dem speziellen Format ihrer Sendung hervorzutreten und sich buchstäblich mit dem Publikum zu vereinigen. Die Persona verlässt dann für gewöhnlich die Bühne

und mischt sich in einem Frage-und-Antwort-Austausch unter das Studiopublikum (Horton/Wohl 2001 [1956], 80).

Eine empirische Untersuchung der Strategie hat gezeigt, dass das Publikum den Bruch der vierten Wand besonders in Comedy-Formaten präferiert (Auter 1991, 171). Die Arten und Weisen, in denen Personae sie durchbrechen und Adressierungen an die Zuschauer:innen-schaft, im Studio und zu Hause, vornehmen können, sind zahlreich. Hartmann, Schramm und Klimmt separieren drei Schlüsselreize, an denen sich die Sammlung an Interaktions- und Intimitätsangeboten in dieser Arbeit orientieren wird: verbale Bezugnahmen, non-verbale Bezugnahmen und die dargestellte räumliche Distanz (2004a, 25).⁵

2.4.1 Verbale Bezugnahme

„Der Eindruck von Intimität wird auf das kommunikative Register der Nachbarschaftlichen zurückgeführt“ (Wulff 1996b, 1). Dazu gehört vor allem der konversationelle Stil von Personae, der dem orthosozialer Face-to-Face-Interaktionen gleicht (Horton/Wohl 2001 [1956], 79). Neben einem grundlegend informellen und vertraulichen Gesprächsstil in der Art eines „small talk[s]“ (ebd.) kann die Persona ihr „wording and tone“ (Hartmann/Goldhoorn 2011, 1108) an die Sprache und das Vokabular ihrer Zielgruppe anpassen und sie auf diese Weise inkludieren (ebd.). Während die Ansprache in fiktionalen Formaten überwiegend durch eine involvierende Narration geschieht, bedienen sich non-fiktionale Formate wie Talk- oder Quizshows oftmals der direkten Adressierung, das heißt der expliziten Ansprache. „Da alle ‚Performer‘ für Publikum agieren, muß dieses strukturell in die dargestellten Handlungen einbezogen werden“ (1996, 102), behauptet Lothar Mikos. So richtet Frank Elstner seine Begrüßung bei der ersten Sendung *Wetten, dass..?* an das Publikum:

Guten Abend, meine Damen und Herren. Ich war lange nicht mehr im Fernsehen und nach dieser Pause melde ich mich heute mit meiner neuen Show *Wetten, dass..?* und ich hoffe natürlich, es gefällt Ihnen. Und, ich würde mich sehr freuen, wenn Sie nach der Sendung mich noch so freundlich verabschieden würden, wie sie mich gerade eben begrüßt haben (*Wetten, dass..?* 1981, 00:01:22- 00:01:30)

In dieser Vertrautheit sprechen Personae nicht nur mit Zuschauer:innen: Auch Mitarbeiter:innen, beispielsweise unterstützende Darsteller:innen der Sendung, können wie eine „Gruppe enger Freunde“ (Horton/Wohl 2001 [1956], 80) behandelt werden. Dies geschieht etwa durch die Ansprache mit Vor- oder Spitznamen und ihre Stilisierung zu Typen durch Hervorheben ihrer spezifischen Eigenarten: „Schnell entwickeln oder erhalten sie stilisierte Charakterzüge, die sie verfestigen und Sendung für Sendung zur Schau stellen. Die Zuschauer entwickeln daher [...] ein historisches Bild von ‚den Personen, die sie wirklich sind‘“ (ebd.). Ergänzend ver helfe der Erzeugung von Intimität auch ein Verhalten, das spontan und improvisiert erscheint: „Der Zuschauer soll den Eindruck gewinnen, dass alles, was in der Sendung passiert, im Moment der Aufführung eine Eigendynamik hat“ (79).

⁵ Mit Blick auf die spätere Analyse werden Techniken aus non-fiktionalen Formaten im Fokus stehen, die Showmoderator:innen anwenden können.

2.4.2 Non-verbale Bezugnahme

Zu non-verbalen Techniken, in der Literatur auch als „[b]odily addressing“ (Hartmann/Goldhoorn 2011, 1107) bezeichnet, gehören beispielsweise die Duplikation von Gesten, die Menschen in Face-to-Face Interaktionen verwenden (Horton/Wohl, 2001 [1956], 79). Eine häufig angewendete Art und Weise ist etwa das Heranwinken der Kamera als Geste, die ursprünglich Praxis orthosozialer Interaktionen ist. Auch direkter Blickkontakt kann den unmittelbaren Eindruck von Intimität erzeugen (Ellsworth/Ross 1975, 592). Derartige „Spielerien mit der Subjektivierung des Kamerablicks“ (Wulff 1996b, 8) vermögen die Illusion von interpersonaler Kommunikation durch körperliche Nachahmung zu bestärken. Des Weiteren können sich Personae während sie moderieren vom Studiopublikum oder Gästen abwenden und sich dem Heimpublikum, repräsentiert durch die Kamera, zuwenden. Das dann gesprochene Wort wird womöglich als Mitteilung „jenseits aller Professionalität“ (Engell 2012, 106) bewertet, für das die Persona ihre Rolle als formale:r Sprecher:in verlassen hat (ebd.).

Techniken der non-verbalen Bezugnahme und Maßnahmen zur empfundenen Reduktion der räumlichen Distanz überschneiden sich stark. Die Tatsache etwa, dass Mimik und Gestik sich überhaupt observieren lassen, ist nur durch einen gezielten Einsatz der Kamera möglich. Im Bewusstsein dieser Überschneidungen perspektiviert nachfolgender Unterpunkt die räumlichen Gegebenheiten, die Intimität erzeugen können.

2.4.3 Dargestellte räumliche Distanz

„Die Spielshow braucht die Einheit von Zeit und Ort für ihre Glaubwürdigkeit. Jeden Gang von einem Bereich zum anderen begleitet deshalb die Kamera“ (Kartens/Schütte 2005, 174). Die Kameraverfolgung als stellvertretendes Observieren durch Zuschauende vermag das Gefühl von Präsenz vor Ort zu verstärken. „Ein Ausdruck für Relevanz ist Nähe“ (ebd.), formulieren Karstens und Schütte weiter. Bereits Horton und Wohl erkennen das Potenzial der Veränderung der Kameradistanz zur Persona: „When the television camera pans down on a performer, the illusion is strong that he is enhancing the presumed intimacy by literally coming closer“ (1986 [1956], 187). Spezifisch die Einstellungsgröße der Halbnahen kann dem Eindruck verhelfen, eine reale Person würde dem:der Rezipierenden gegenüberstehen (Engell 2012, 106), da der Ausschnitt der Persona auf dem Bildschirm der Wahrnehmung einer Person im Zwiegespräch gleicht. Der Kommunikationswissenschaftler Joshua Meyrowitz beteuert aufgrund dieser Ähnlichkeit die symbolische Natur des Fernsehbildes: „Television images are symbolic of live experience. That is, we do not respond to the televised situation as we would to a real situation, but we respond to the *concept* of the real situation“ (1986, 270, Herv. i. Orig.). Auch Lombard betont die repräsentative Symbolik des Fernsehraums, die parasoziales Erleben fördert:

The primary human senses are those that process visual and aural information and [...] the pictures and sounds of today's television sets create relatively accurate representations of objects, places and people we [...] encounter [...] in nonmediated experience (Lombard 1995, 289).

Ferner bietet das Fernsehstudio als visuelle Konstante eine Orientierung, die dem Intimitätsgefühl zuträglich sein kann: „Das Gestaltungsprinzip eines Studios gleicht dem eines neuen Wohnzimmers: Es sollte so aussehen, dass es die eigene Persönlichkeit ausdrückt, sich von anderen unterscheidet, man gern dahin kommt und noch lieber bleibt“ (Karstens/Schütte 2005, 173). Das Studio kann so zu einem Raum werden, der als gewohnte Umgebung Zuschauende in die parasoziale Interaktionssituation versetzt.

Zuletzt ist auch die tatsächliche physische Umgebung bedeutsam, in der sich Rezipient:innen während der PSI befinden. Verglichen mit anderen Dispositiven, etwa dem Kino, ist die häusliche Rezeptionsweise ein kennzeichnendes Merkmal des Mediums Fernsehen (Hickethier 1995, 65), das zum Gefühl der Vertrautheit mit Personae insofern beitragen kann, als dass sich der parasoziale Kontakt mit Alltagsgesprächen und anderen habitualisierten Praktiken des Wohnens und Zuhause-seins vermischt (Plake 2004, 210).

3 Fernsehen

Die ersten Überlegungen über Parasozialität rückten das Fernsehen und die Besonderheiten non-fiktionaler Formate in den Mittelpunkt der Betrachtung. Das nachfolgende Kapitel perspektiviert ebendieses Medium aus zeitgenössischer Perspektive und kontextualisiert es hinsichtlich medienkultureller Transformationen in der Gegenwart. Dafür werden in einem ersten Schritt theoretische Grundlagen vorgestellt, die teilweise unabhängig von, teilweise in direkter Verbindung zu PSI und PSB sowie dem Fernsehen existieren. Dazu zählt eine Näherung an die Natur des Mediums Fernsehens einerseits, im Spezifischen an Unterhaltungsformate, die von Quiz, Spiel sowie prominenten Darsteller:innen geprägt sind und eine Betrachtung der medialen Transformationen hin zu Interaktivität, Digitalität und Multi-Plattform-Produktionen andererseits. So sind die Weichen gestellt, die die spätere Analyse der Quizshow *Wer stiehlt mir die Show?* ermöglichen und mit Blick auf die Potenziale der Parasozialität im Fernsehen der Gegenwart eine Neuperspektivierung des Mediums legitimieren.

3.1 Das Medium Fernsehen

Hortons und Wohls Kategorisierung des Fernsehens als Massenmedium bleibt bis ins darauffolgende Jahrhundert hinein Konsens in der Literatur. „The masses are the opium of television“ (Miller 2010, 111) – als massenkommunikatives und audiovisuelles Medium besitzt es charakteristische Eigenschaften: Dazu zählt etwa die Feststellung, dass die Sinne Hören und Sehen, die durch die Fernsehrezeption gereizt werden, in hohem Maße mit der habitualisierten Wahrnehmung der non-medialen Welt übereinstimmen

(Schramm/Hasebrink 2004, 467). Die Fernseherfahrung ist dadurch, etwa in Abgrenzung zum Radio, in besonderem Maße vertraut und mit geringerem Dekodierungsaufwand verbunden (ebd.). Das Fernsehen kann Anwesenheit und unmittelbare Teilhabe simulieren, so dass sich das Heimpublikum dem Saalpublikum zugehörig fühlt, während die Kamera als Augen und die Mikrofone als Ohren der Rezipient:innen fungieren (Bartz 2007, 120 und 126). Den hohen Realitätsgrad des Mediums führt Hickethier auf die Anordnung von Mensch und Apparat zurück:

Der Zuschauer ist in einer zentralen Achse auf das bewegte Bild hin ausgerichtet, in diesem ist wie im Kinobild, bei vergleichbarer Flächigkeit des Bildes und Randbegrenzung des Bildkaders, die Perspektivität des fotografischen Bildes mit den Fluchtpunktperspektiven eingeschrieben. Dadurch wird ähnlich dem Kinobild ein Realitätseindruck vermittelt bzw. suggeriert (Hickethier 1995, 64).

Die Parallelen der Sinneserfahrung von orthosozialem und fernsehrezeptivem Erleben vermögen folglich parasoziale Interaktionen zu erleichtern.

Obwohl das Medium durch Fernschwissenschaftler:innen im Forschungsbereich der Television Studies umfangreich eingekreist wurde, sind die definitorischen Grenzziehungen und Beschreibungen heterogen. Fernsehen wird in der Literatur teils als Programm beschrieben, teils als Institution, aber auch als Aktivität (Rimmelspacher 2007, 5).

Derartige Perspektivierungsunterschiede bedeuten Konsequenzen für die Bewertung der Veränderung der Fernsehkultur. Mit Blick auf das massenkommunikative Moment und die parasozialen Interaktionsangebote von TV wird in dieser Arbeit zunächst vom Fernsehen als aktive Rezipient:innenaktivität ausgegangen.⁶ Dabei ist Fernschauen „ein Prozeß der Produktion von Sinn und Vergnügen, der auf der Interaktion zwischen Zuschauer und medialem Text beruht“ (Fiske 1987, zit. n. Winter 1993, 135). Die Bundeszentrale für politische Bildung zählt verschiedene Charakteristika auf, die das Medium kennzeichnen, etwa die „Linearität des nach einem festen Sendeplan geordneten Programms“ (Vowe/Henn 2016), die geringe Interaktivität zwischen Kommunikator:in und Rezipient:in sowie der geringe Spielraum in der Nutzung des Mediums (ebd.). Im Anschluss an die Illustration der gegenwärtigen Fernsehkultur sowie die Case Study gilt es derartige Zuschreibungen kritisch zu hinterfragen, zumal Fernschwissenschaftler:innen durch die Entwicklungen der Fernseh-technik, des -programms, der -distribution und der -werbung unterschiedliche Zukunftsvisionen für das Medium antizipieren (Lotz 2007, 3).

3.2 Non-fiktionales Unterhaltungsfernsehen: Quiz, Spiel und Prominenz

Fernsehen lässt sich nach Faulstich grob in drei Genres unterteilen: Information bzw. Dokumentation, Fiktion und Unterhaltungssendungen, wobei letztere sich wiederum in Quiz- und Gameshow, Talkshow und Musikshow differenzieren lassen (2004, 135). Da Quiz- und

⁶ „Zunächst“, da sich die finale Reflexion im Anschluss an die Artefaktanalyse die Frage nach dem Wesen des Mediums erneut stellen wird.

Gameshows strukturelle Ähnlichkeiten aufweisen, finden sich in der Literatur divergierende Auffassungen über ihre Abgrenzung. So wird die Quizshow teilweise als Spezialform der Gameshow (auch ‚Spielshow‘) verstanden (Brokamp/Radler 1993, 55), das Game als immanente Komponente der Quizshow (Fiske 1987, 267) oder beide Formate als unabhängig nebeneinanderstehend. In letzterem Falle geht es prototypisch bei der Quizshow um Wissen und bei der Gameshow um Interaktionsspiele (1993, 39). Dabei ist eine Gameshow ein „Spiel mit Kandidaten nach festliegenden Regeln. Spielshows haben eine finale Struktur. Ihr Kern ist der Wettbewerb, der am Ende zum Sieg eines Kandidaten oder eines Kandidatenpaares führt“ (Karstens/Schütte 2005, 183). Aufwändige, vor großem Publikum inszenierte Gameshows werden meist in der Primetime platziert (184). Der gegenüberliegende Pol, die Quizshow (auch ‚Wissensspiel‘), ist eine Show „bei der für den Sieg eines Kandidaten sein Wissen der entscheidende Faktor ist. Eine verbreitete Form des Wissensspiels ist das Quiz, dessen Basisstruktur aus Fragen und Antworten besteht“ (183). Der strikte Regelkorpus von Quiz- und Gameshows ist der Rahmen, der „eine eigene Welt definiert“ (174). Konstitutiv sind dabei die vier Elemente Moderator:in, Kandidat:innen, Saalpublikum und eine permanente Kulisse (Hallenberger 1990, 121). „They [quiz and game shows] are a major television genre, with their roots in radio, and before that in party and community games. Their grounding oral culture gives them a vitality and a strongly interactive relationship with the viewer“ (Fiske 1987, 267). Darüber hinaus zeichnet sich das Genre durch Rituale aus, beispielsweise die formatübergreifend ähnlichen Anfangs- und Endmoderationen (Jonas 2006, 29f.).

Ein weiteres Charakteristikum ist die starke Verbundenheit von Unterhaltungssendungen mit prominenten Persönlichkeiten, vorrangig dem:der Moderierenden. So erklärt sich, warum PSI zu Figuren im Unterhaltungsfernsehen im Fokus der Forschung und Analyse stehen: „Die meisten Unterhaltungsangebote sind auf Personen und Stars hin konzeptualisiert beziehungsweise zeigen Personae in zentraler Funktion“ (Schramm 2006, 264). Vorderer erachtet PSB zu Fernsehakteur:innen als „prototypische Unterhaltungserfahrung“ (1998, 691) und vermutet, sie sei womöglich die notwendige Bedingung dafür, „sich (gut) zu unterhalten“ (ebd.). Schon 1956 attestieren Horton und Wohl dem non-fiktionalen Unterhaltungsfernsehen ein spezifisches parasoziales Potenzial:

Die ‚Personality‘-Sendung ist – im Unterschied zum Drama – besonders dazu gedacht, Gelegenheit für gutartiges Scherzen und Neckern, für Lob und Bewunderung, Tratsch und Anekdoten zu bieten, in denen die Werte Freundschaft und Vertrautheit im Vordergrund stehen (Horton/Wohl 2001 [1956], 91).

Ferner kommt dem Saalpublikum im Studio die Funktion zu, das physisch abwesende Heimpublikum zu vertreten. Ihre „Brückenfunktion“ (Plake 2004, 166) wirkt bestärkend auf den Eindruck der Teilhabe und Involviertheit vor dem Fernseh Bildschirm: „Im Kollektiv des Studiopublikums spiegelt sich der Mikrokosmos aller TV-Zuschauer“ (1993, 50), deklarieren Brokamp und Radler den Sachverhalt. Neben den stellvertretenden Elementen Kamera

und Ton für die audiovisuellen Sinne des Menschen einerseits und dem Saalpublikum für die Telepräsenz der Heimzuschauer:innen andererseits, verfügen auf einer dritten Ebene die Showkandidat:innen über eine besondere Funktion: „Die Relevanz des Spiels entsteht vor allem durch Emotionen, die die Kandidaten erzeugen“ (Karstens/Schütte 2005, 172). In der Quiz- und Gameshow treffen meist Show-Profis auf Show-Laien (Hügel 1993, 35). Hügel beschreibt dabei den Reiz, Profis bei der Arbeit zuzusehen und Show-Amateure bei „selbst-gewählten Erprobungen“ (36) zu verfolgen (ebd.). Prominente Kandidat:innen werden nicht eingeladen, um das Talent, für das sie berühmt sind, unter Beweis zu stellen – eine defizitäre Bewältigung der Spiele und Aufgaben sprechen sogar für seine oder ihre Menschlichkeit und vermögen ihre Sympathie zu steigern. Die potenzielle hierarchische Umkehrung der Teilnehmenden kann die Schaulust des Publikums verstärken:

Ebenso wie der gewinnende Unterprivilegierte trägt der verlierende Prominente zur Attraktivität des Spiels bei [...]. Der in der sozialen Wirklichkeit Unterlegene kann zeigen, dass mehr in ihm steckt, als allgemein angenommen wird, der Überlegene lässt erkennen, dass auch ihm nicht alles gelingt (Plake 2004, 170).

Außerdem führen Zuschauende vermutlich bereits eine PSB mit der prominenten Persona, sodass eine vorgelagerte Interaktionsgeschichte aus anderen Formaten besteht. In diesem Fall kann die Showrezeption einem empfundenen Nähertreten an die bekannte Persona gleichkommen und das Rezeptionsinteresse steigern.

Auch in zeitlicher Hinsicht wird im non-fiktionalen Unterhaltungsfernsehen die Illusion von Nähe erzeugt: Fernsehschaffende machen sich hierbei den Live-Charakter von Quiz- und Gameshows zunutze. Auch wenn es sich nicht tatsächlich um Live-Ausstrahlungen handelt, wird die Sendung nicht als „enacted fiction, but as live events“ (Fiske 1987, 274f.) präsentiert. „The producers [...] disguise the fact that all shows are prerecorded. The narrative appears unwritten, the resolution is as much a mystery to the characters as to the viewer“ (ebd.). Der Live-Charakter des Spiels vermenschlicht nicht nur das Handeln der Teilnehmenden unter Aufregung und Improvisationsdruck, Zuschauende werden auch in ihrem Eindruck bestärkt, das Sendungsgeschehen habe im Moment seiner Entstehung eine Eigendynamik (Horton/Wohl 2001 [1956], 79).

Die Fülle an Quiz- und Gameshows in der Fernsehlandschaft zeigt die enge Verbindung von Unterhaltung und Spiel. Dem Spiel als anthropologische Konstante des Menschen widmeten sich Johan Huizinga und Roger Caillois im 20. Jahrhundert intensiv. Caillois' formale Systematik des Spiels differenziert vier Rubriken (1960, 46; A.6). Quizsendungen im TV sind im Sinne der Typologie Caillois' dem ‚agon‘ zuzuordnen, das heißt dem Wettkampf (Winter 1993, 137). Hallenberger erkennt Parallelen zwischen dem Spiel, wie Huizinga es analysiert, und der Rezeption von Unterhaltungsfernsehen. Zunächst würden Unterhaltungsrezeption und Spiel gemein haben, dass sie freiwillige Aktivitäten seien, die in relativer Distanz zum gewöhnlichen Leben bestünden (Huizinga 2001 [1938], 16f.; Hallenberger 1993, 28). „Spiel

ist nicht das ‚gewöhnliche‘ oder das ‚eigentliche‘ Leben. Es ist vielmehr das Heraustreten aus ihm in eine zeitweilige Sphäre von Aktivität“ (Huizinga 2001 [1938], 17). Während man sich im Spiel auf Regeln einlassen muss, würden sich Rezipierende auf das Programmangebot des Fernsehens einlassen (Hallenberger 1993, 28). Das Ergebnis der Fernsehrezeption sei überdies genauso offen wie das des Spiels, einerseits hinsichtlich des tatsächlichen Eintretens eines Unterhaltungseffekts und der Erfüllung vorheriger Erwartungen an das Fernsehgeschehen andererseits (26ff.). Es lässt sich schlussfolgern, dass

[w]enn Fernsehunterhaltung eine Leistung der Fernsehzuschauer ist, die in hohem Maße spielerischem [sic!] Charakter besitzt, sollte dieses Vorhaben vor allem dort gelingen, wo das Fernsehen selbst Spiele vorführt (d.h. bei Quizsendungen und Gameshows), also das Spiel mit dem Spiel kurzgeschlossen wird (Hallenberger 1993, 28).

Insofern handelt es sich bei Quiz- und Gameshows um eine Doppeldeutigkeit des Spielerischen: Die Spiele ‚im‘ Fernsehen und die Spiele ‚mit‘ dem Fernsehen (Hallenberger 1993, 28). Letztere Dimension separiert Hallenberger noch weiter und trennt zwischen personen-zentrierten und verlaufsorientierten Spielen (ebd.). Er setzt die personenzentrierten Spiele mit parasozialer Interaktion gleich (29). Hartmann pflichtet Hallenbergers Zuordnung bei und erkennt PSI als Spiel selbst (Hartmann 2010, 47).

3.3 Interaktivität, Digitalität und Multi-Plattform-Produktionen

Das Fernsehen des 21. Jahrhunderts ist ein anderes als das, auf welches sich Hortons und Wohls ursprüngliche Überlegungen beziehen. In Deutschland gibt es seit 1995 digitales Fernsehen und seit 2016 verfügen 92,3 Prozent aller deutschen Haushalte über einen digitalen Fernsehempfang (Bundeszentrale für politische Bildung, 1). Digitales Fernsehen meint „television pictures and sound encoded into the ones and zeros of electronic data. Digital signals can also be sent back down cables by viewers, enabling interaction with television programmes“ (Bignell 2013, 285). Im Zuge dieser technischen Entwicklung haben sich nicht nur Übertragungskapazitäten vervielfacht und Bild- und Tonqualität verbessert, im Wesentlichen ist das Fernsehen mit dem Internet zusammengewachsen (ebd.). Der „missing link“ (2006, 18) zwischen Fernsehen und Internet ist für Schröfel das interaktive Fernsehen (ebd.). Interaktives Fernsehen bedeutet die Möglichkeit für Zuschauer:innen, auf die Sendung zu reagieren, indem sie über Rückkanäle Signale an die Produktion senden (Bignell 2013, 282). Bei einem weit gefassten Begriffsverständnis der Rückkanäle, über die die Informationen transportiert werden können und welches dieser Arbeit zugrunde liegt, zählen zum interaktiven Fernsehen auch hybride Anwendungen, sodass die Übertragungswege hin zum Rezipierenden und zurück zum Sender nicht über einen identischen Rückkanal erfolgen müssen – es darf einen „Medienbruch“ (Rimmelspacher 2017, 11) geben (10f.). Insbesondere digitale Rückkanäle, etwa Online-Quizzes oder Chats, bergen dabei weitreichende Implikationen: „With the introduction of digital return channels, and their capacity to process instant

feedback, the home audience has moved closer and become integrated in the actual production” (Enli 2012, 128). Das Massenmedium Fernsehen ist auf diese Weise dialogfähiger geworden (Plake 2004, 344f.).

Interaktives Fernsehen und die Involvierung des Publikums sind jedoch keine Erfindungen des 21. Jahrhunderts, die mit digitaler Technologie geboren wurden (Enli 2012, 126; Bignell 2013, 284). Beispielsweise 1969 konnten Zuschauer:innen während der TV-Spielshow *Wünsch dir was* Präferenzen äußern, in dem sie von zu Hause aus den Wasser- und Stromverbrauch der Stadt beeinflussten (13). Auch Telefonie, SMS oder Teledialog (TED) wurden eingesetzt, um Sendungen interaktiv zu gestalten (ebd.). Im post-digitalen Zeitalter, das die Selbstverständlichkeit des Digitalen begrifflich zu fassen versucht, haben sich die Anzahl und Diversität der Rückkanäle jedoch erweitert. Bis heute gibt es definitorische Unklarheiten darüber, was alles unter den Sammelbegriff des interaktiven Fernsehens fällt, zumal die Dekodierung des Fernsehtextes bereits als interaktives Geschehen interpretiert werden kann (Hachmeister/Zabel 2004, 147). Kiouisis formuliert 2002 eine Definition, der diese Arbeit beipflichtet. Hierbei heißt es, Interaktivität sei

the degree to which a communication technology can create a mediated environment in which participants can communicate [...] both synchronously and asynchronously and participate in reciprocal message exchange [...]. With regard to human users, it additionally refers to the ability of users to *perceive* the experience to be a simulation of interpersonal communication and increase their awareness of telepresence (Kiouisis 2002, 379, Herv. i. Orig.).

Um dieses ‚degree‘ zu kategorisieren, haben Wissenschaftler:innen Abstufungen vorgenommen. Ruhrmann und Nieland beschreiben die ersten beiden Grade interaktiven Fernsehens mit traditionellen Feedbackoptionen, das heißt dem Ein- und Ausschalten des Fernsehgeräts, dem Zappen oder etwa Abstimmungen über TED sowie Senderanrufe (1997, 87ff.). Auf der dritten Stufe benennen sie ‚paralleles Fernsehen‘, also die synchrone oder asynchrone Programmausstrahlung auf mehreren Kanälen, teilweise inklusive der Möglichkeit, zwischen Sprachen und Zeitpunkten zu wählen (90). Die vierte Stufe steht für das ‚additive TV‘, das sowohl analog als auch digital verfügbar ist, das heißt die das Format ergänzende Informationsbereitstellung, wie zum Beispiel Videotext (91). Darauf folgen die unterschiedlichen Formen von „media on demand“ (92) im digitalen Fernsehen, also die Abrufbarkeit digital gespeicherter Sendungsinhalte, die auch über andere Geräte als den Fernseher erreicht werden können (ebd.). Sie brechen mit der „zeitlichen Linearisierung“ (Hickethier 1995, 77) des traditionellen Fernsehens. Die sechste Stufe, die Ruhrmann und Nieland mit dem höchsten Interaktivitätsgrad versehen, nennen sie das ‚kommunikative TV‘, das stets digital ist: Es erlaubt die aktive Zuschauer:innenbeteiligung bis hin zur Beeinflussung des Programms und die Kommunikation zwischen den Zuschauenden (1997, 93). Die aktiven ‚viewer‘ verfallen in die Rolle der ‚user‘ – die erweiterten Spielräume macht Bignell mit dem Neologismus des „viewers“ (2013, 285) im Fernsehen des 21. Jahrhunderts greifbar.

Die die Medienkultur der Gegenwart dominierende Konvergenz, ein Begriff den Henry Jenkins 2006 zur Beschreibung des „flow[s] of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and migratory behavior of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want“ (2) prägte, wird bei der Betrachtung der sechsten Interaktivitätsstufe von TV bedeutsam, jedoch seit der Implementierung des Begriffs zur Beschreibung des Zusammenwachsens von Medien inflationär und unpräzise benutzt (Fagerjord/Storsul 2007). Die Medienwissenschaftlerin Gunn Enli schlägt daher vor, sich im Zusammenhang mit der Digitalisierung des Fernsehens und seiner Feedbackräume auf sogenannten ‚Multi-Plattform-Produktionen‘ zu beziehen (2012, 127). Die Produktion von Inhalten für multiple Plattformen meint ein Wegbewegen vom Fernsehbildschirm hin zum kabellosen „personal screen“ (133), wie etwa dem Smartphone, Tablets und Laptops. Insbesondere soziale Netzwerke wie *Twitter* fungieren hierbei als „social hubs“ (ebd.) für Informationsaustausch über den Sendungsinhalt (ebd.). Enlis Vorschlag, statt Konvergenz von Multi-Plattform-Produktionen zu sprechen und deren Kanäle in den Fokus der Untersuchung zu rücken, schließt sich die vorliegende Arbeit an und erkennt, dass die nicht-linearen Distributionsformen in den vergangenen zwei Jahrzehnten immensem Wachstum unterlagen. Sie bergen die Notwendigkeit, bisherige Annahmen über PSI und PSB zu revidieren oder modifizieren. Zunächst generieren interaktive Angebote des Fernsehens ein gesteigertes Intimitätsgefühl, das der PSI zuträglich ist:

[T]hese interactive formats reduce viewers' suspicion of how what they see is being mediated by programme-makers, building on the convergence of new media with television in order to produce a sense of immediacy by drawing on the apparent authenticity of live and interactive material (Jones 2004, zit. n. Bignell 2013, 291).

Die intensive Einbeziehung der Zuschauenden verändert nach Enli ihre Rolle insofern, als dass sie selbst zur externen Produktionseinheit werden (2012, 130). Von nun an steht auch die moderierende Persona, die noch immer die „core function“ (ebd.,133) der Rezeption als Bindeglied zwischen Sendung und Plattformen darstellt, in einem anderen Verhältnis zu ihnen als zuvor:

The host in participatory multi-platform TV productions is thus characteristically instructive and demanding in their communication with viewers. The relation is no longer solely parasocial but is also based on a mutual interest in the production: the host operates as instructor and expects the viewers to perform their role as responsive audience. [...] [The] multi-platform TV productions create a hybrid host role where the host operates as a combination of parasocial friend, salesperson and instructor (Enli 2012, 133f.).

Digitalität im interaktiven Fernsehen intensiviert folglich parasoziale Interaktionen, da die Implementierung neuartiger Rückkanäle PSI in direktes Zuschauer:innenfeedback übersetzt (Enli 2012, 133).

In der digitalen Welt steht nach Karstens und Schütte am Anfang noch immer das „ganz normale, gewohnte Fernsehen“ (2005, 384), also ein solches, das als lineares Programm auf einem Fernsehkanal ausgestrahlt wird (ebd.). Darüber hinaus wirbt es für digitale

Zusatzfunktionen (ebd.), wie etwa Videospiele, programmbegleitende Quizzes, Chats, Votings, Glücksspiel, Websites etc., die als Kontrapunkte zur linearen und geordneten Fernsehausstrahlung ein erhöhtes Engagement verlangen (Hachmeister/Zabel 2004, 154f., 161). Zudem verlängern sie die Interaktionsdauer oder erinnern Rezipierende an das Programm:

Programmes have become able to perpetuate their life beyond the run of an individual series, by encouraging their audiences to interact with programmes after they have finished, and also by drawing audiences to programmes when they begin, since those programmes already have a presence in other media (Bignell 2013, 287).

3.4 Die Zukunft des Fernsehens im Diskurs

Die umfassenden Veränderungen der Produktion, Distribution und Rezeption von Fernsehen haben seit rund zwei Jahrzehnten die Prognose vom Aussterben des Fernsehens an Popularität gewinnen lassen (Lotz 2007,1) und führen zu Schlagzeilen wie „TV is Dying, and Here Are the Stats That Prove It“ (Edwards 2013).

Die darin postulierte Argumentation, die Abnahme von Zuschauer:innenzahlen oder Haushalten mit Fernsehgeräten mit dem Ende des Fernsehens kurzschließen zu können (ebd.), entpuppt sich mich Blick auf die Bewegung hin zum nicht-linearen und digitalen Fernsehkonsum jedoch als problematisch – einige Wissenschaftler:innen argumentieren stattdessen für eine Revolution, eine neue Ära oder „the phase that comes after TV“ (Spigel 2004, 2), die mit der Entwicklung des linearen Fernsehens hin zu asynchronen, portablen Rezeptionsmöglichkeiten und den internetbasierten Erweiterungen des Mediums in Zusammenhang gebracht werden. Die Charakteristika, die das gegenwärtige Fernsehen ausmachen, bündelt Lotz unter dem Begriff der ‚Post-Network-Era‘ (2007), welcher meint, dass „viewers increasingly select what, when and where to view [TV]“ (15). Todtenhaupt forciert begrifflich das ‚Cyber TV‘ als das Fernsehen der Zukunft und stuft aktuelle interaktive und digitale Tendenzen als dessen Vorstufe ein (1999, 141). John Wyver beruft sich wiederum auf den Term des ‚Inhabited Television‘ und plädiert für die Wichtigkeit, „Verbindungen von Fernsehen und Internet als eine neue Medienform anzusehen“ (1999, 169).

Obige Zukunftsprognosen haben gemein, dass ihnen die Annahme einer Reform, eines Neubeginns oder einer Ablösung des bisherigen Fernsehens zu Grunde liegt. Das Narrativ vom Umbruch des Fernsehens kritisierend beschreiben Keilbach und Stauff das Medium selbst als fortwährendes Experiment, das permanenten Transformationen unterliegt und schon immer unterlag (2011, 156). Sie tadeln die dichotome Abgrenzung des Mediums in ‚Früher‘ und ‚Heute‘, zumal diese impliziert, das Fernsehen habe „einst eine klare Identität [besessen] [...], deren Stabilität nun ins Wanken gerät“ (ebd.). Die vorliegende Arbeit schließt sich dieser Kritik an und plädiert für die Evolution des Mediums Fernsehen statt ihrer Revolution. Sie führt zu einem Status quo des TV, das von einer gesteigerten Kontrolle und Teilhabe der Zuschauer:innen geprägt ist.

4 Case Study

Welche Implikationen ebendiese fernsehkulturelle Evolution für das Phänomen der parasozialen Interaktion und Beziehung mit sich bringt, wird im Folgenden anhand einer exemplarischen Analyse der deutschen Quizsendung *Wer stiehlt mir die Show?* untersucht.

4.1 Das Artefakt

Bei der Sendung *Wer stiehlt mir die Show?* (*WSMDS*) handelt es sich um eine Quizshow, die seit 2021 auf ProSieben ausgestrahlt wird. Das Fernsehproduktionsunternehmen Florida Entertainment hat bisher fünf Staffeln mit je fünf bis sechs Folgen produziert, die auf der Idee von Joko Winterscheidt beruhen.⁷

Pro Staffel spielen drei prominente Kandidat:innen, ein:e wechselnde:r Wildcard-Gewinner:in (fortan die ‚Wildcard‘) und ein:e Moderator:in um den finalen Preis – die Show selbst. Der:die Gewinner:in übernimmt für die nachfolgende Episode die Moderation und Mitgestaltung der Sendung. Der Staffelauftritt wird stets durch Joko moderiert. Jede Folge beinhaltet vier Gewinnstufen, nach denen jeweils ein:e Kandidat:in ausscheidet. Auf der letzten Gewinnstufe ist nur noch ein:e Kandidat:in übrig und tritt gegen die:den Moderator:in an. Wenn letztere:r geschlagen wird, muss die Person sich in der Folgesendung den anderen Kandidat:innen anschließen und versuchen, die Show zurückzugewinnen. In der bisherigen Geschichte von *WSMDS* haben zehn von 15 Prominenten sowie eine Wildcard die Show ‚stehlen‘ können. Im Staffelfinale steht ein:e Endsieger:in fest.

Die Quizfragen werden entweder klassisch abgefragt oder spielerisch erarbeitet. In den meisten Fällen notieren die Kandidat:innen die Lösungen schriftlich auf einem Tablet, welche später auf einem Monitor hinter ihnen für das Publikum sichtbar gemacht werden. In selteneren Fällen mussten sie ihre Antworten beispielsweise schon mit Knetmasse formen, mit einem Klapphandy als SMS versenden oder während eines Fahrradparkours erarbeiten. Somit gibt es auch in *WSMDS* die genretypischen Überschneidungen von Quiz und Game: Einerseits spricht die Produktionsfirma bei ihrem Format von einer Quizshow (Florida Entertainment), das heißt einer Sendung, deren Kern die Abfrage von Wissen ist (Karsens/Schütte 2005, 183), andererseits sagt Joko Winterscheidt über seine Show: „[D]a geht [es] für mich nicht primär um Wissen, sondern um Entertainment“ (#2 – Das ist privat, 00:06:15).

WSMDS verzeichnete bis dato erhebliche Quotenerfolge. So erzielte die Sendung regelmäßig einen Marktanteil von über 20 Prozent bei der 14- bis 49-jährigen Zuschauer:innenschaft (Mantel 2021, Krei 2022). Dieser Erfolg erlaubte es, dass sie sich seit Erstausstrahlung auf dem Primetime-Sendeplatz um 20:15 Uhr halten kann und bescherte dem Format neben

⁷ Für die Ausstrahlung im Winter 2023 wurde bereits eine sechste Staffel produziert.

zweifachem Deutschem Fernsehpreis einen Grimme-Preis im Preisjahr 2022 in der Kategorie Unterhaltung. Der Grimme-Preis zeichnet deutsche Produktionen aus, „welche die spezifischen Möglichkeiten des Mediums Fernsehen auf hervorragende Weise nutzen, weiterentwickeln und nach Form und Inhalt Vorbild für die Fernsehpraxis in der digitalen Welt sein können“ (Grimme-Institut 2023). Die Jury argumentierte aus diversen Gründen für die Preiswürdigkeit:

Die Idee, die Kandidat:innen um die Moderation der Show spielen zu lassen ist einfach und genial. [...] Es ist noch Innovation möglich in einem Genre, das schon unzählige Variationen hervorgebracht hat. [...] Die große Stärke dieses Formats ist sein Cast. Die Zusammenstellung der prominenten Gäste ist überraschend und überaus gelungen. Innerhalb der Staffel entwickelt sich unter ihnen eine interessante Dynamik. [...] Die Macher:innen der Sendung zeigen eine große Liebe fürs Fernsehen, indem sie den neuen Moderator:innen eine kreative Spielfläche bieten. Die Anmutung der Show soll und darf sich mit jedem neuen Host verändern. [...] Insgesamt hebt sich die Show damit von vielen anderen lieblos und schnell produzierten Unterhaltungssendungen der letzten Jahre ab und wurde damit zu einem Fernsehhighlight des Jahres (Grimme-Institut 2022).

Die hohen Einschaltquoten einer jungen Zuschauer:innenschaft, der staffelüberdauernde Erfolg des Formats sowie die Einschätzung der Grimme-Jury, es handele sich um eine Innovation im deutschen Fernsehen, stehen im diametralen Widerspruch zur weit verbreiteten Ansicht, das Medium Fernsehen sei dem Untergang geweiht und würde durch neuartige Medien abgelöst (Lotz 2007, 6). In Anlehnung an das Statut des Grimme-Preises ergibt sich die Frage: Inwiefern können Form und Inhalt von *WSMDS* Vorbild für die Fernsehpraxis in der digitalen Welt sein? Vor diesem Hintergrund erscheint es lohnenswert, das Format auf seine Mittel zur Involvierung und Bindung der Zuschauer:innen unter Rückgriff auf das Phänomen der parasozialen Interaktion und Beziehung im Rahmen einer Case Study zu untersuchen.

4.2 Methodisches Vorgehen

Um die intimitätsgenerierenden Strategien von *WSMDS* zu identifizieren, orientiert sich die Case Study in methodischer Hinsicht an Kategorien, die sich den verschiedenen Dimensionen der vorherigen theoretischen Betrachtungen anschließen.

In einem ersten Schritt nähert sich die Analyse der Rubrik ‚Primäre PSI‘, die all diejenigen parasozialen Interaktionsangebote umfasst, die Rezipient:innen beim linearen Sichten der Folgen am Fernsehgerät als ‚traditionelles‘ Dispositiv erhalten. Dazu zählen die Personae, die aufgrund des Showkonzepts dynamischen Veränderungen unterliegen sowie die drei Kategorien, die Hartmann, Schramm und Klimmt einkreisen: verbale Bezugnahme, non-verbale Bezugnahme und dargestellte räumliche Distanz (2004a, 25). Darüber hinaus wird die stellvertretende Rolle des Studiopublikums perspektiviert.

Ein Schritt weg von der primären PSI und hin zu *WSMDS* als Multi-Plattform-Produktion soll die Kategorie ‚Sekundäre PSI‘ begründen, die alle parasozialen Interaktionsangebote beschreibt, welche ohne Fernsehgerät aufgrund der technischen und medialen

Entwicklungen im 21. Jahrhundert möglich sind. Hierbei widmet sich die Analyse nicht-linearen Distributionsformen über Mediatheken und Videoplattformen, Gesprächen über Personae im virtuellen Raum seitens Rezipient:innen, den Personae selbst als Akteur:innen in sozialen Netzwerken sowie der Möglichkeit, einen Blick hinter die Produktionskulissen zu werfen und ‚Insiderwissen‘ über die Personae von *WSMDS* zu erhalten. Anschließend folgen Überlegungen über das interaktive Angebot, selbst zum:zur Kandidat:in zu werden, indem die Augmented-Reality-App der Mediathek untersucht wird. Zuletzt erfolgt ein Nachdenken über Serialität und Zeitlichkeit von *WSMDS*, um die Genese der Etablierung parasozialer Beziehungen nachzuvollziehen.

Das Artefakt besitzt die besondere Qualität, das klassische Fernsehgenre Quizshow mit digitalen Nutzungs- und Rezeptionsweisen der Gegenwart zu verbinden. Da die verschiedenen Staffeln hinsichtlich ihrer parasozialen Angebote im Vergleich keine bedeutenden Unterschiede aufweisen, bezieht sich die Analyse auf die randomisiert ausgewählte Staffel vier, welche vom 02.08.2023-06.09.2023 ausgestrahlt wurde. Exkurse in vorherige oder nachfolgende Staffeln werden dann vorgenommen, wenn sie Aspekte illustrieren, die Staffel vier nicht abdeckt. Verweise auf die Sendung geschehen durch die Angabe von Timecodes und beziehen sich, sofern nicht anders ausgewiesen, auf die Rezeption über die Mediathek *Joyn*.⁸

4.3 Primäre PSI

Ein großer Teil der Angebote zur PSI und PSB in *WSMDS* werden bei der linearen Fernsehausstrahlung gemacht. Teilweise handelt es sich dabei um etablierte Weisen der Intimitäts-erzeugung, die bereits von Horton und Wohl identifiziert wurden. Andere sind weniger erprobt und mitunter der Sendungskonzeption geschuldet.

4.3.1 Personae

In Staffel 4 treten die Schauspielerin und ehemalige YouTuberin Nilam Farooq, Schauspieler Fahri Yardım und Singer-Songwriter sowie Podcaster Olli Schulz zusammen mit jeweils einer neuen Wildcard pro Folge auf. Joko Winterscheidt kann sich die Moderation neben der ersten Folge auch für die Folgen zwei, drei und fünf sichern. Olli stiehlt Joko als erstes die Show und moderiert Folge vier, Nilam Folge sechs.

Eine Besonderheit von *WSMDS* und Prämisse für die Untersuchung des Artefakts ist, dass die Kandidat:innen des Quiz genauso als potenzielle parasoziale Beziehungspartner:innen dienen wie der:die Moderator:in. Dies liegt unter anderem an ihrer episodischen Wiederkehr.⁹

⁸ Die Mediathek *Joyn* verwendet inverse Timecodes, sodass die Minutenanzahl der Angaben im Verlauf der Show ab- statt zunimmt.

⁹ Im Kapitel 4.5 ‚Parasoziale Beziehungen über Zeit‘ werden die Konsequenzen der Serialität näher beleuchtet.

Die Teilnahme der Prominenten impliziert, dass Zuschauende womöglich bereits auf eine parasoziale Interaktionsgeschichte mit ihnen zurückgreifen können. Wie Knobloch konstatiert, können diese Vorerfahrungen und das bestehende Image des Stars Einfluss auf die PSI haben (1996, 49). So können Zuschauer:innen etwa mit den *YouTube*-Videos von Nilam Farooq oder dem Podcast von Olli Schulz vertraut sein.

In der Quizshow ist eine „first-order PSI“ (Giles 2002, 295) möglich, das heißt, die Personae Fahri, Nilam, Olli und Joko sind parasozial, es besteht allerdings die Chance auf Kontaktaufnahme (ebd.). Dass, anders als Wulff und Langer explizieren (1992, 3; 1981, 355), Star und Persona zusammenfallen können, wird in *WSMDS* besonders deutlich. Die im non-fiktionalen Unterhaltungsfernsehen typisch starke Verbundenheit von TV-Show und ‚Personalities‘ wird in der Sendung zum Thema selbst: Die Auftritte der prominenten Personae stehen im Vordergrund, während das Quiz als Instrument dient, sie um ihre Rolle als Moderator:in kämpfen zu lassen. Es kann gemutmaßt werden, dass Celebrity-Effekte auftreten, die Rezeptionsmotivation sowie den Wunsch zur parasozialen Interaktion erhöhen: So fällt auf, dass die höchsten Einschaltquoten dann verzeichnet wurden, als Personen mit besonders großer, generationenübergreifender Prominenz aufgetreten sind: Im Durchschnitt hat das Format eine Quote von 18,3 Prozent Prozent.¹⁰ Als Thomas Gottschalk die Show moderiert, schalten 20,4 Prozent der Zuschauer:innenschaft zwischen 14 und 49 Jahren ein (Mantel 2021). Bei Anke Engelke sind es sogar 24,1 Prozent und damit die größte Zuschauer:innenschaft in der Geschichte von *WSMDS* (Riedner 2022).¹¹ Zudem schmückt sich die Sendung regelmäßig mit Gastauftritten prominenter Personen wie H. P. Baxxter, Clueso, Peter Maffay, Conchita Wurst, Frank Elstner oder Klaas Heufer-Umlauf.

Die Fehlbarkeit der prominenten Personae in der Bewältigung des Quiz vermag Sympathie und Nähe zu generieren. Besonders ihre ausgestellte Emotionalität und Nahbarkeit kann dabei als soziale Attraktivitätsmerkmale positive parasoziale Folgen bedeuten (Rubin/McHugh 1987, 288). Etwa auf die anfängliche Frage Jokos hin, wie es ihnen zu Beginn der zweiten Folge geht, entgegnet Olli: „Ich hab ‘ne ganze Nacht nicht geschlafen, weil ich so dumme Antworten gegeben habe in der letzten Sendung“ (S4E2, 02:11:24). Fahri schließt sich an: „Ich habe auch nicht geschlafen. Ich habe Olli angerufen“ (02:10:08), und gibt im Zuge dessen seine Aufregung, aber auch seine Freundschaft zu Olli preis. „Los, fang an mit dem ersten Spiel, ich bin nervös!“ (02:08:38) expliziert Olli seine emotionale Verfassung, die neben Nervosität immer wieder Scham über falsche und Freude über richtige Antworten umfasst (00:55:49; S4E3, 02:04:30). Die Unsicherheit der Prominenten und ihre Angst zu

¹⁰ Eigene Berechnung. Kumulierte Quoten beruhen auf der Tabelle aus Wikipedia 2023.

¹¹ Stand: 12.07.2023.

versagen, können zum Sympathiefaktor werden und ihre soziale Attraktivität steigern (Hartmann/Schramm/Klimmt 2004a, 21f.).

Zuschauer:innen erfahren noch mehr über die Personae, wenn diese durch Quizfragen ausgelöste Anekdoten teilen. Olli berichtet beispielsweise von der Tatsache, dass die Sendung seine schulische Prüfungsangst wieder spürbar mache (S4E3, 02:03:16; 00:48:27). Joko erzählt von seiner Höhenangst, die ihm bei dem Gang der hohen Treppe hinunter zur Anmoderation von *WSMDS* Probleme bereite (ebd., 00:41:10) und Nilam teilt mit den Zuschauer:innen den Song, zu dem sie ihr Abiturzeugnis abgeholt habe (S4E6 01:42:50). Auf diese Weisen ermöglichen die Personae persönliche Einblicke, die sie als Privatperson greifbar und authentisch machen.

„Schnell entwickeln oder erhalten sie stilisierte Charakterzüge, die sie verfestigen und Sendung für Sendung zur Schau stellen“ (Horton/Wohl 2001 [1956], 80) – in *WSMDS* werden die Kandidat:innen im Sendungsverlauf immer deutlicher typisiert: Es zeichnet sich ein Bild von Olli als besonders emotionaler Kandidat, der offen mit seiner Nervosität und seinen Selbstzweifeln umgeht (S4E1, 02:02:53). Fahri wird zu einem aufbrausenden Charakter typisiert, der Olli und Joko sowie das Publikum sticht und seine Wut über Ungerechtigkeiten kaum verbergen kann (S4E2, 00:46:56). Nilam entwickelt sich im Laufe der Staffel hinweg zur Streitschlichterin, etwa indem sie Fahri mit Konfetti bewirft, wenn er Kraftausdrücke gegenüber anderen Beteiligten verwendet (S4E3, 02:10:12).

Darüber hinaus geben die Personae immer wieder beiläufige Auskünfte über ihr Verhältnis zueinander abseits der Show: „Wir sind hier nicht im Pupasch, das ist ‘ne Fernsehsendung! (S4E3, 01:24:31), sagt Olli, woraufhin Joko entgegnet: „Oh, im Pupasch, da waren wir früher immer Fahri, weißt du noch?“ (ebd.). Im Finale der dritten Folge gibt Joko gegenüber Olli zu: „Wir kennen uns schon lange. Das heißt, du kannst mich vielleicht besser lesen als manch andere Person, die da schon stand“ (00:20:47). Die Freundschaft der Protagonist:innen drückt sich auch in ihrem Umgang miteinander auf der Bühne aus. So führen Olli und Fahri spaßhafte Streits, necken sich gegenseitig, fallen sich später in die Arme und küssen sich zum Abschied (S4E2, 01:24:54; S4E3, 00:24:10). Während sie sich in den ersten beiden Folgen als scharfe Konkurrenten inszenieren, konstatieren sie in Folge drei: „Heute sind wir eine Bastion gegen dich [Joko]!“ (01:59:53). Die teilweise konfliktreiche Dynamik der Personae vermischt sich mit wohlwollendem Umgang, etwa wenn jede ausscheidende Persona von den anderen Kandidat:innen umarmt und das Ausscheiden bedauert wird (00:36:54). Sie machen dabei das parasoziale Angebot als familiäre oder freundschaftliche Gruppe erkannt zu werden, in die die Zuschauer:innen eingebunden sind: „Die Persona erreicht diese Zweideutigkeit [die Beseitigung der Grenzen zwischen formaler Sendung und Zuschauer:innen] für gewöhnlich, indem sie die anderen Beteiligten einer Sendung wie eine Gruppe enger

Freunde behandelt“ (Horton/Wohl 2001 [1956], 80). In diesem Sinne fragt Joko einen Studiomitarbeiter, der eine Flasche Alkohol auf die Bühne bringt, duzend und in informellem Ton, ob er einen Schnaps mittrinken wolle, auch wenn er gerade arbeite (S4E2, 01:01:00). Die Dynamik unter den Personae wandelt sich in WSMDS spätestens nach jeder Gewinnstufe, wenn durch das Verlassen der Show einer der Personae eine neue Gruppenkonstellation entsteht. Derartige dynamische Veränderungen der Personae-Konstellationen können den Eindruck von Spontaneität und Unplanbarkeit der zwischenmenschlichen Bühneninteraktionen seitens der Produktion intensivieren. Verschiedene Improvisationen der Personae betonen diese ungeplante Eigendynamik weiter: Etwa beschwert sich Olli inmitten einer Quizrunde, er könne die Frage nicht lesen, woraufhin Joko ihm seine Brille gibt, mit der Olli besser sehen kann (S4E2, 01:34:13). Joko improvisiert bei der Zurschaustellung seiner Sehschwäche ohne Brille, indem er auf dem Rückweg gegen das Moderationspult läuft (ebd.). Als in der Mitte der Folge ein Karaoke-Spiel ansteht, verlangt Fahri scherzhaft nach Alkohol, um die Aufgabe souverän durchzuführen (S4E2, 01:02:25). Der Showproduzent Thomas Schmitt macht aus der Regie eine spontane Durchsage ins Studio: „Also wir haben Schnaps im Büro“ (ebd.). Kurz darauf kommt oben erwähnter Mitarbeiter mit diesem auf die Bühne. Derartige Momente der Spontaneität führen dazu, dass Zuschauende das Bühnengeschehen für ungeplant und eigendynamisch halten können (Horton/Wohl 2001 [1956], 79).

Das Intimitätsgefühl gegenüber den prominenten Personae kann ebenso zu den Wildcards empfunden werden, deren Rollenübernahme respektive Identifikation naheliegt, zumal sich die Zuschauer:innen tatsächlich selbst als Wildcard bewerben können.¹² Joko greift diese Tatsache in einer direkten Ansprache an das Heimpublikum auf:

Für Sie zu Hause: Wenn Sie sagen, warten Sie mal, der Robin [Wildcard-Gewinner], das ist ja gar kein Prominenter, das ist ja *so einer wie ich*, der sitzt ja auch wahrscheinlich normalerweise auf der Couch zu Hause und denkt sich: Das, was die da können, kann ich auch – das kann man hier tatsächlich machen, indem man einfach eine Mail schreibt [...]. Und vielleicht sitzen Sie beim nächsten Mal hier und haben die Chance, mir die Show zu stehlen (S4E5, 01:55:28, Herv. v. mir).

Der freundschaftliche Umgang der Prominenten mit der Wildcard als Identifikationsfigur vermag sie auch den Zuschauer:innen näher fühlen zu lassen, etwa wenn Wildcard und Prominente:r sich zum Abschied in die Arme fallen (A.7). Das Publikum wird ferner zu der Hoffnung verleitet, die Wildcard werde die Show an sich reißen: Die Dynamik des gewinnenden Unterprivilegierten und des verlierenden Prominenten (Plake 2004, 170) wird in Staffel fünf erstmals Realität, als die Wildcard Helena Sigal die Show gewinnt und moderieren darf.

¹² An dieser Stelle ist ein tatsächliches Imaginieren in die Rolle der Wildcard gemeint, die dann die parasoziale Interaktion zu prominenten Kandidat:innen intensiviert. Diese vorgelagerte Identifikation beschreibt ein anderes psychologisches Phänomen und ist kein integraler Bestandteil des parasozialen Konzepts. Zur Abgrenzung von PSI und Identifikation siehe auch Giles 2002, 280.

Die Umkehr der Hierarchie bezogen auf das Talent der prominenten und nicht-prominenten Personae wird in *WSDMS* aktiv inszeniert und kann den Auftritt ersterer „zuschauernäher“ (Hallenberger 1993, 30) erscheinen lassen: „Ey, wir sind die dümmste Truppe!“ (S4E3, 02:06:30), sagt Fahri über Olli, Nilam und sich. Olli pflichtet ihm später bei: „Wir sind so dumm, ey! Das ist so peinlich! Alle [gestikuliert in Richtung des Studiopublikums] haben’s verstanden, nur wir noch nicht!“ (S4E3, 01:29:33), und verweist implizit auf ihre Showteilnahme als „selbstgewählte Erprobung“ (Hügel 1993, 36), bei der sie keinen Vorteil gegenüber nicht-prominenten Personen haben. Ein solches Verhalten, das den „will to ordinari-ness“ (Langer 1981, 355) der Personae zur Schau stellt, kann vermeintliche Hierarchien der Interaktionspartner:innen glätten und die empfundene Distanz zwischen Publikum und Akteur:innen auf der Bühne reduzieren.

Trotz der stellvertretenden Funktion der Wildcards für eine potenzielle Teilnahme der Heimzuschauer:innen ist es wahrscheinlich, dass Rezipierende mit ihnen Low-Level-PSI erleben. Zum einen haben die Wildcards dauerhaft geringeren Redeanteil und folglich im Sinne Hartmanns et al. geringere Persistenz, also weniger zeitliche Dominanz auf dem Fernsehbildschirm (Hartmann/Schramm 2004b, 27). Zum anderen sind sie von Berichten über die gemeinsame Vergangenheit der prominenten Personae ausgeschlossen. Der Faktor der Motivation zur PSI, den die Begründer des Zwei-Ebenen-Modells hervorheben, vermag im Falle der Wildcard geringer auszufallen: Scheidet in der vierten Staffel beispielsweise Marina aus der Show aus, sind aufgrund ihres Berufs als Erste-Hilfe-Ausbilderin, also außerhalb der Medienbranche, zukünftige Interaktionen unwahrscheinlich – die Wildcards sind als langfristige parasoziale Beziehungspartner:innen unattraktiv.

4.3.2 Verbale Bezugnahme

Hallo! Da bin ich wieder! Hallo und einen wunderschönen guten Abend! Hallo Berlin! Hallo unfassbarste Band der Welt, zu euch komm’ ich gleich noch. Herzlich willkommen zu Hause an den Fernsehbildschirmen! Hallo! Es ist Dienstag, es ist Quiztag! [...] Und das für die nächsten fünf Wochen! (S4E1, 02:11:34).

Die Anmoderation Joko Winterscheidts zum Auftakt der vierten Staffel von *WSMDS* macht bereits erste parasoziale Adressierungsangebote: Er grüßt neben der Band das Studiopublikum, verortet die Show in Berlin an einem Dienstagabend und richtet sich direkt an die Heimzuschauer:innen unter Angabe ihrer Rezeptionssituation im privaten Raum vor dem Fernsehgerät. Joko konstruiert mit seinen Worten eine Gleichzeitigkeit des Fernsehgeschehens und der Rezeption durch Zuschauende, die in der Realität nicht besteht. Dieser für Quizshows konstitutive Live-Charakter wird etwa bei der Verabschiedung Fahrís aus der Show abermals verbalisiert: „Nächste Woche Dienstag, 20:15 Uhr. Denk‘ dran, dann treffen wir uns hier wieder“ (S4E3, 00:24:51). Neben der Formulierung Jokos, die mehr an eine private Verabredung als eine großformatige Fernsehausstrahlung erinnert, bestärkt er

weiterhin den Eindruck, die Sendung entstehe am selben Dienstag, an dem Zuschauer:innen sie linear rezipieren. Tatsächlich wird die Sendung vorproduziert und die Aufzeichnung dauert zwei statt sechs angegebenen Wochen (Wer stiehlt mir die Windel?, 00:10:27). Die Illusion der Intimitätsgenerierenden Telepräsenz wird bewusst eingesetzt: „The producers [...] disguise the fact that all shows are prerecorded. The narrative appears unwritten, the resolution is as much a mystery to the characters as to the viewer” (Fiske 1987, 274f.). Sie wird in manchen Momenten durch ungeplante Einschübe der Kandidat:innen entlarvt, etwa als Olli behauptet: „Bis das hier ausgestrahlt wird, hab‘ ich schon das Land verlassen“ (S4E3, 02:05:30).

Die direkte Adressierung der Zuschauer:innen besteht über die Sendung hinweg fort. In späteren Folgen richtet Joko seine anfänglichen Worte wieder an das Heimpublikum: „Schöne Grüße nach Hause“ (S4E2, 02:13:15) oder „Schön, dass Sie es einrichten konnten“ (S4E3, 02:13,10) und bricht auf diese Weise die vierte Wand. Zum Ende der Folge verabschiedet er sich von ihnen: „Haben Sie einen schönen Abend zu Hause!“ (S4E2, 00:00:19), wobei er im Staffelfinale auch Dank fürs Zuschauen äußert: „Danke an Sie zu Hause, dass Sie dabeigeblichen sind, die ganze Zeit, die ganzen 6 Wochen“ (S4E6, 00:00:37) und zukünftige PSI in Aussicht stellt: „Wir sehen uns im Herbst wieder!“ (ebd.).

Die Sprache der Protagonist:innen von *WSMDS* ist überdies kaum von der orthosozialer Begegnungen mit Freund:innen zu unterscheiden. Die Personae duzen sich, sprechen sich mit Vornamen an, drücken sich umgangssprachlich aus und scheuen sich nicht vor einem informellen Konversationsstil und vulgären Ausdrücken. So bezeichnet Fahri Joko als „Arsch“ (S4E3, 00:25:40), Olli Joko als „dreckigen Lügner“ (S4E1, 02:02:22) und Fahri stellt fest: „Boah, bin ich schon besoffen“ (S4E2, ca. 00:59:33), nachdem die Kandidat:innen einen Schnaps getrunken haben. Das Publikum wird vom ungehemmten Sprachgebrauch nicht verschont: „Was ist das für ein komisches Publikum, ey?“ (S4,E2, 00:37:40). Auch in dieser Hinsicht impliziert die sprachliche Suggestion typisch orthosozialen und vertrauten Umgangs eine gesteigerte parasoziale Nähe.

4.3.3 Non-verbale Bezugnahme

Der Bruch der vierten Wand und die Demonstration des Bewusstseins über die Anwesenheit der Zuschauer:innen geschieht in *WSMDS* auch in Form von körperlicher Adressierung, die sich innerhalb der Sendung durch die konsequente Nachahmung von Gesten und Mimik zeigt, die sonst in Face-to-Face-Kommunikation Verwendung finden.

Die Personae und insbesondere die moderierende Person behandeln die Kamera wie ihr tatsächliches Gegenüber, etwa bei direkten Blicken in die Kamera. Bei der Begrüßung des Heimpublikums läuft Joko frontal auf die Kamera zu, als er die Zuschauer:innen zu Hause adressiert (S4E1, 02:11:08). Seine Bewegung im Raum stimmt mit dem Zugehen auf eine

Person bei Verabredungen im orthosozialen Kontakt überein. Hier, in Moderationssequenzen während der Sendung und bei der Verabschiedung zum Ende der Show, schaut Joko als Moderator immer wieder in die Linse. Dabei ermöglichen die Einstellungsgrößen der Halbnahen und Nahen die Nachahmung des Ausschnitts, der bei orthosozialen Gesprächen der üblichen Wahrnehmung entspricht (A.8) und eine detaillierte Observierung der Mimik der Personae erlaubt (A.9). Auf diese Weise werden Emotionen wie Freude, Frust und Ratlosigkeit während des Quiz deutlich lesbar. Auch die Kandidat:innen machen sich die Subjektivierung des Zuschauer:innenblicks zu Nutze und fokussieren die Kamera in spezifischen Situationen. Als Nilam als Beste einer Gewinnstufe eine Münze erhält, blickt sie lächelnd in die Kamera und teilt ihre Freude mit dem Heimpublikum (S4E2, 00:40:08).

Wenn die Kandidat:innen die Show verlassen müssen oder die Show endet, winken die Personae in die Kamera und dem Studiopublikum und verwenden damit eine habitualisierte Geste zur Beendigung von Face-to-Face-Begegnungen (01:1333). Im Finale einer jeden Folge, in dem die:der übrige Kandidat:in gegen die:den Moderator:in antritt, wird die mimische Observierung der Personae zum Thema des Quiz selbst gemacht: Der:die Kandidat:in muss ‚Bluffs‘ des Gegenübers entlarven. Dem Heimpublikum wird hierbei ein Wissensvorteil gegenüber den im Studio Anwesenden eingeräumt, indem sie durch Einblendung der Antwort den Bluff im Vorhinein erkennen. Sie teilen zeitweise ein Geheimnis mit dem:der Moderator:in.

Neben körperlichen Adressierungsformen liegt es in der Natur von Quizshows zum Nachdenken und Mitraten anzuregen. Als Stütze für das Publikum zu Hause werden die Quizfragen digital eingeblendet. Die nur für sie sichtbaren Elemente auf dem Fernsehbildschirm verdeutlichen die konzeptionelle Eingebundenheit dieser Zuschauer:innenschaft: So wird etwa auch die Mailadresse angezeigt, an die Menschen ihr Bewerbungsvideo für die Wildcard senden können (S4E5, 01:55:15).

4.3.4 Dargestellte räumliche Distanz

Für die empfundene Nähe zu den Personae ist die Inszenierung von räumlicher Nähe und die Gewohnheit des Interaktionsraums in *WSMDS* förderlich (Hartmann/Schramm/Klimmt 2004a, 26). Die Kamera, das Studio, die häusliche Rezeption und die audiovisuelle Qualität des Fernsehbildes werden hierbei zum verstärkenden Faktor.

Die Kameraführung in *WSMDS* ist insofern agil, als dass sie die Personenbewegungen im Raum verfolgt. Wenn Fahri im Staffelfinale die Show verlässt, begleitet ihn die Kamera zum Ausgang (01:08:14). Als die Musikerin Mietze die Showbühne betritt, holt die Kamera sie am Eingang ab (00:58:00). Auch das Publikumsgelächter wird immer wieder gezeigt (S4E6, 00:28:50). Das Fernsehbild ersetzt zudem Wahrnehmungsvorgänge, die Rezipient:innen vor Ort vornehmen können, wie etwa das Schwenken der Kamera durch das Studio als

stellvertretendes Schweifen des Blicks durch den Raum (S4E2, 02:13:07). Die diversen Momente, in denen die Kamera das Showgeschehen aus nächster Nähe einfängt, können nicht nur den Eindruck verstärken, dabei zu sein, sondern stellen auch eine gesteigerte Glaubwürdigkeit her: Heimzuschauer:innen scheinen lückenlos aufgeklärt über die tatsächliche Studiosituation.

In Ollis Show bittet dieser Joko um seine Mithilfe beim Hissen einer Fahne auf der Bühne. Ihr Gang dorthin wird durch einen Kameraschwenk verfolgt, der den beiden Personae näher rückt und kurz vor ihnen haltmacht (S4E4, 02:04:34): „Wenn die Fernsehkamera auf einen Darsteller schwenkt, wird die Illusion geweckt, dass er die unterstellte Intimität vertieft, indem er buchstäblich näher kommt“ (Horton/Wohl 2001 [1956], 77). Mit den Einstellungsgrößen Nahe und Halbnahe erfolgen auch Schnitttechniken, die nur für das Heimpublikum sichtbar sind: Das collagenartige Nebeneinanderlegen der Personaeausschnitte in einer Montage ermöglicht es, ihre Gestik und Mimik parallel zu observieren und kreiert die Illusion eines gemeinsamen Sitzkreises: Die vier Personaeausschnitte gegenüber vom Rezipierenden schließen ihn visuell als fünfte Person im Kommunikationskreis ein (A.10).

Das Studiodesign von *WSMDS* bietet überdies eine visuelle Konstante und Orientierung (Karstens/Schütte 2005, 173), an die sich die Rezipient:innen als parasozialen Interaktionsraum erinnern können. Die Farben pastellgrün und -rosa dominieren den Raum: Das Introvideo, die LED-Einblenden an den Wänden, die Studiomöblierung, die Einfärbung der Lichtkegel bis hin zu den FFP2-Masken des Studiopublikums folgen dieser einheitlichen Farbgebung. Die vier von pastellfarbenen Torbögen gerahmten Kandidat:innenpulte werden bei wiederholter Rezeption zum gewohnten Aufenthaltsort der Personae (A.11).

Die mit dem digitalen Fernsehen einhergehende Verbesserung von Bild und Tonqualität verstärkt den für parasoziale Interaktionen förderlichen Realitätseindruck deutlich: Unterscheiden sich orthosoziale und parasoziale Raumwahrnehmung kaum, verschwimmen die Grenzen zwischen Realität und Illusion noch weiter: „[T]he pictures and sounds of today’s television sets create relatively accurate representations of objects, places and people we [...] encounter [...] in nonmediated experience“ (Lombard 1995, 289). *WSMDS* repliziert hinsichtlich der technischen Qualität des Visuellen, der Übertragung von Stimmen und Bandmusik, der Farbgebung, der Menschen und der Raumobjekte die orthosoziale Realität im hohem Maße.

Zusätzlich ist die häusliche Rezeptionsweise von *WSMDS* relevant: Dass die Zuschauer:innen im privaten Wohnraum und womöglich gemeinsam mit sozialen Interaktionspartner:innen PSI erleben, lässt die beiden Dimensionen weiter verschmelzen. Dabei adressieren die Fernsehpersonen die Rezeptionssituation des Heimpublikums, beispielsweise wenn Olli seine Show anmoderiert, die unter dem Motto TV-Ferienlager stattfindet:

Auch ihr zu Hause seid dabei. [...] Wir bringen heute das Fernsehen als wärmendes, gemütliches Lagerfeuer zurück zu euch nach Hause. Wir haben heute ein echtes Lagerfeuer. Setzt euch zuhause also gerne dazu, kuschelt euch ein, wir machen es uns ganz gemütlich [...] und dann geht's auch schon los (S4E4, 02:09:36).

4.3.5 Studiopublikum als Stellvertretung

Die stellvertretende Rolle des Studiopublikums führt dazu, dass es die Einstellungen des Heimpublikums „into direct interaction with the star“ (Engell 2012, 586) transferieren kann. Während die PSI der Zuschauer:innen zu Hause einseitig ist, kann sie im Studio reziprok sein, das heißt Zuschauende vor Ort interagieren tatsächlich mit den Personae, werden von ihnen wahrgenommen und es kann im Sinne Schramms und Hartmanns zu Reaktionen zweiter Ordnung kommen (2010, 209). Intimität zwischen Studiopublikum und Personae impliziert analog ein gesteigertes Intimitätsgefühl zwischen Heimpublikum und Personae und ist für intensive PSI förderlich. In *WSMDS* treten die Personae immer wieder „aus dem speziellen Format ihrer Sendung [...] [heraus, um] sich [...] mit dem Publikum zu vereinigen“ (Horton/Wohl 2001 [1956], 80).

Zunächst gibt das Studiopublikum positives Feedback an die Personae und ihren Auftritt in Form von Gelächter oder Applaus. Wenn die Zuschauer:innen über das Studiogeschehen in *WSMDS* lachen, geben sie das Feedback, sich unterhalten zu fühlen (S4E2, 02:03:35). Jubelrufe, nachdem ein:e Kandidat:in ihre Antwort gesagt hat, kennzeichnen dabei immer wieder, dass es die richtige Lösung ist, noch bevor der:die Moderator:in es bestätigt (S4E3, 02:01:59). An anderer Stelle, beispielsweise als in der dritten Folge der vierten Staffel Fahri nach dem Namen eines Interpreten sucht, dessen Lied er richtig erkannt hat, ruft eine Zuschauerin: „Harry Styles!“ (00:58:49). Auf diese Weisen beeinflusst das Publikum das Bühnengeschehen und formt die Sendung mit. Auch kann es Zuneigung gegenüber einer Personae besonders betonen und als Kollektiv die vorherrschenden Sympathien des Heimpublikums zum Ausdruck bringen – so ist in der vierten Staffel Ollis Eröffnungsauftritt der einzige, der eine Standing Ovation beim Publikum auslöst (S4E4, 02:10:05).

Während sich obige Aspekte auf eigeninitiativ geäußertes Verhalten des Publikums beziehen, gilt es aus einer zweiten Perspektive auf diejenigen Interaktionsangebote zu blicken, die die Personae an das Studiopublikum richten.

Auf die Kritik Fahris hin, Joko erkläre die Spiele nicht gut, kündigt Joko an, er werde in Zukunft das Publikum als Korrektiv einsetzen und fragen, ob er die Spielregeln gut erklärt habe (S4E2, 02:08:48). Eine Folge später wendet er sich in einem solchen Fall zum Publikum und erkundigt sich: „Hab‘ ich das fantastisch erklärt?“ (01:48:53) und erntet Jubel und Applaus. Die anwesenden Zuschauer:innen werden immer wieder als derartige Schiedsrichter:innen eingebunden. Als die Kandidat:innen in ihrer Antwort auf die Frage nach den Bestandteilen eines Aperol Spritz die Orangenscheibe vergessen und sich beschweren, es sei dennoch eine vollständige Antwort, wendet Joko sich ans Publikum: „Würdet ihr einen

Aperol Spritz ohne Orangenscheibe trinken?“ (S4E3, 01:03:25). Das Publikum verneint die Frage im Chor. Olli ist empört: „Die großen Feinschmecker hier!“ (ebd.), klagt er das Publikum an. Als er zwei Episoden später die Show gewinnt, läuft er vor Freude zum Studiopublikum und klatscht mit den Personen in der ersten Reihe ab (00:01:55). An anderer Stelle fragt Joko nach einem:einer Freiwilligen aus dem Publikum, wählt eine Person aus und holt sie an ihrem Platz ab: „Hallo, ich heiße Joko. Wie heißt du?“ (S4E2, 01:26:48). Nicht nur stellt er mit seiner Vorstellung seine Gewöhnlichkeit trotz eigentlicher Prominenz zur Schau und duzt sein Gegenüber, auch „mischt [er] sich in einem Frage-und-Antwort-Austausch unter das Studiopublikum“ (Horton/Wohl 2001 [1956], 80).

Regelmäßig hat das Studiopublikum die Gelegenheit, beim Bühnengeschehen mitzuwirken. Als in Folge zwei Zuschauer:innen auf die Bühne gerufen werden und mitspielen dürfen, gehen die Personae informell und freundschaftlich mit ihnen um: Sie werden geduzt, für gute Leistungen gelobt und statt falscher Höflichkeit im Falle des Scheiterns spaßhaft kritisiert (01:11:13). Im Zuge eines Versteckspiels ist Olli auf die Hilfe der Menschen im Publikum angewiesen und versteckt sich unter ihren Stühlen (S4E3, 00:47:16). Als Fahri ihn beinahe entdeckt, gibt ihm eine Zuschauerin den falschen Hinweis, hier suche er nicht an der richtigen Stelle, sodass Fahri umkehrt (ebd.). Als sich das Versteck von Olli entpuppt, macht Fahri der Zuschauerin Vorwürfe für ihre Unehrlichkeit. Olli formt aus Dankbarkeit mit den Händen ein Herz in ihre Richtung, sie erwidert die Geste (00:44:23).

4.4 Sekundäre PSI

„Das Internet vergisst nichts“ (S4E2, 00:51:08) sagt Joko zu Nilam, als sie sich für ihren Gesang während eines Spiels schämt und teilt somit das Bewusstsein für die Tatsache, dass die Show über die lineare Distribution hinaus online weiterexistieren wird. Wer bei der Ausstrahlung von *WSMDS* nicht eingeschaltet hat oder Zusatzinhalte konsumieren möchte, hat diverse alternative Optionen im digitalen Raum. Digitale Zusatzfunktionen vermögen das Engagement der Rezipierenden zu steigern (Hachmeister/Zabel 2004, 161). Die spezifischen Möglichkeiten können einerseits die lineare Rezeption bei der Fernsehausstrahlung ersetzen, aber auch bestehende PSB zu den Personae intensivieren. Bedeutsam dafür ist die Gegebenheit, dass es sich bei *WSMDS* um eine Multi-Plattform-Produktion handelt, die zusätzliche Räume für parasoziale Interaktionen generiert. Sie werden in der vorliegenden Arbeit unter der Rubrik ‚Sekundäre PSI‘ gebündelt und betreffen im Fall von *WSMDS* folgende multiple Kanäle: die Mediathek *Joyn*, Videoplattformen wie *Youtube* und *TikTok*, soziale Netzwerke, etwa *Twitter*, *Instagram* und *Facebook* sowie die Augmented-Reality-App *JoynMe*.

4.4.1 Nicht-lineare Distribution

Im Anschluss an die lineare Ausstrahlung besteht Zugriff auf die Folge in der *Joyn*-Mediathek von *ProSieben*. Durch den eigenständigen Abruf wird die Entscheidung über den

Beginn der PSI in die Hände der Rezipient:innen gelegt: Die Interaktion ist nicht mehr im Sinne eines festen Termins ein „regelmäßiges und verlässliches Ereignis, auf das man zählen, das man einplanen und in sein tägliches Leben mit einbeziehen kann“ (Horton/Wohl 2001 [1956], 77), sondern jederzeit abrufbar. „Downloading television shows to pocket-sized devices or streaming video online“ (Lotz 2007, 1) sind im Fernsehen des 21. Jahrhunderts eine übliche Nutzungsweisen. Die Portabilität der Fernsehsendung und ihr mobiler Abruf erhöht die Autonomie der Zuschauer:innen beim Führen ihrer PSB, die eigenständig über Beginn, Ende und Ort der PSI entscheiden. Interaktionen mit Personae wie Joko Winterscheidt können nun auch parallel zu Routinen des Alltags außerhalb des eigenen Zuhauses stattfinden. Hinsichtlich des Grades an Interaktivität würden Nieland und Ruhrmann die Rezeption über *Joyn* als Media-on-Demand-Angebot der fünften Stufe zuordnen, die dem digitalen Fernsehen vorbehalten ist (1997, 92). Die PSI-Kontaktzeit kann potenziell durch die technische Gestaltung der Mediathek verlängert werden: Am Ende einer jeden Episode spielt automatisch die nächste Episode an.

Darüber hinaus werden Sequenzen aus der Sendung auf dem *YouTube*-Kanal *Wer stiehlt mir die Show* distribuiert. Der Kanal, den es seit Dezember 2020 gibt, hat mittlerweile 132.000 Abonnent:innen und seine Videos wurden insgesamt über 98 Millionen Mal aufgerufen (@WSMDS).¹³ Auf dem *TikTok*-Kanal *Joko und Klaas*, den knapp 610.000 Menschen abonnieren, werden noch kürzere Ausschnitte aus *WSMDS*-Folgen geteilt, die besonders bemerkenswerte Leistungen oder humorvolle Interaktionen der Personae beinhalten (@jokoundklaas). Anders als in der Mediathek haben Rezipient:innen bei diesen „nuggets of [...] entertainment“ (Lotz 2007, 53) mittels Likes und Kommentaren auf *YouTube* und *TikTok* die Möglichkeit, direktes Feedback zu geben, mit anderen Rezipierenden zu interagieren oder Videos im eigenen sozialen Umfeld durch die ‚Teilen‘-Funktion kursieren zu lassen. Die im linearen Fernsehen angenommene PSB zu Personae wird im digitalen Raum erstmals les- und sichtbar. Nutzer:innen auf Multi-Plattform-Produktionen

are expected to provide feedback to the programme, [...] and thus have a certain degree of influence on the production. The hosts thus encourage viewers to engage via digital return channels [...]. As a result, TV production is increasingly about producing a dialogue with the viewers, and about facilitating ‚social TV‘ experiences via second platform interactivity (Enli 2012, 123).

Neben der digitalen Dialogisierung der Interaktionen kann durch das Teilen der Videos ein höherer Grad an Interaktivität erreicht werden: Viele der Videos nutzen Humor als „hook with which to pull new viewers“ (Gurney 2011, 30) und ermöglichen in manchen Fällen, „[to] comically modify[...] it and/or respond[...] to it through direct video re-editing“. Als Anke Engelke etwa als Kandidatin der dritten Staffel in einer Episode über die richtige Lösung nachdenkt, beginnt sie ihre Gedanken zu singen – Mark Forster steigt ein und die beiden

¹³ Stand: 04.07.2023.

improvisieren ein Duett über ihre Ungewissheit (S3E5, 00:49:30). Eine Userin teilt den Ausschnitt und editiert das Originalvideo mit dem Schriftzug „Mein Gehirn in einem Test“ (@skania.306 2023). Der Showausschnitt wurde auf diese Weise entkontextualisiert und ihm wurde in Form eines Memes neue Bedeutung zugeschrieben. Die Transformation der *WSMDS*-Inhalte in die Meme-Culture kann für das Community-Building förderlich sein, vor allem jedoch die Persistenz der Personae im virtuellen Raum erhöhen. Wie auf *Joyn* spielen auch auf *YouTube* weitere Videos von *WSMDS* automatisch ab, sobald das vorherige beendet ist und befruchten einen Rezeptionsstrom, der die PSI verlängert. Verglichen mit der linearen Rezeption mindert die Rezeption über die Mediathek oder *YouTube* allerdings den Live-Charakter der Show, der die Illusion von Telepräsenz ursprünglich verstärken konnte. Die Rezipient:innen sind sich der Medialität der Sendung daher womöglich bewusster, was mit einer weniger intensiven PSI korrelieren kann (Hartmann/Klimmt 2005, 90)

4.4.2 Gespräche über Personae im virtuellen Raum

Bei der linearen Ausstrahlung von *WSMDS* im Fernsehen ertönt zu Beginn, inmitten und am Ende der Folge immer wieder das Geräusch eines zwitschernden Vogels, woraufhin der Hashtag „WSMDS“ (S4E2, 02:13:06) eingeblendet wird. Der auditive und schriftliche verweis auf die Plattform *Twitter* erinnert Rezipierende daran, unter Angabe des Hashtags auf der sozialen Plattform mit anderen Zuschauer:innen zu interagieren. Der Rückkanal impliziert einen Medienbruch und erweitert den PSI-Raum auf einen ‚second screen‘ parallel zur primären PSI oder führt zu einer Verlängerung der PSI-Kontaktzeit nach der Ausstrahlung. Das Gespräch im virtuellen Raum kann von der Zuneigung zu den Personae handeln und auf High-Level-PSI hindeuten.

Über Olli Schulz posten Rezipient:innen unter Angabe des Hashtags etwa: „joko ich liebe dich, aber ich will noch eine olli-show“ (@katzenbecca 2022, klein i. Orig.) oder „ich vermiss wsm ds mit olli schulz ganz dolle, es war einfach das witzigste was je im fernsehen zu sehen war “ (@carIgaIIghers 2022, klein i. Orig.). Auch die PSB mit Fahri geben einige User:innen Preis: „FAHRI WE LOVE YOU“ (@alia_ins 2022, groß i. Orig.) oder „Fahri ist einfach 1/1 wie ich in der Schule“ (@PovejMiKatrina 2022). Andere Posts beschäftigen sich mit der Eigendynamik der Personae als Gruppe: „Nilam ist die Einser-Schüler [sic!] zwischen den beiden Klassencloons Olli und Fahri“ (@ViktoriaPoiss 2022) und „Sag’s wie es ist: ich mag den Vibe zwischen Olli und Fahri“ (@l_leonie_e 2023). Darüber hinaus teilen die User:innen in ihren Posts direktes Sendungsfeedback oder wünschen sich zukünftige Personae als Kandidat:innen, zu denen sie bereits eine PSB führen: „Ich bin so traurig, das [sic!] #WSMDS vorbei ist [...]“ (@Catbugcosplay 2023) und „Klaas in #WSMDS Staffel 4!“ (@WandiXXL 2022).

Die Kommunikation zwischen den Zuschauenden bewegt sich nach Nieland und Ruhrmann auf der sechsten und höchsten Stufe der Interaktivität, dem kommunikativen TV, das Digitalität voraussetzt und Rezipierende durch einen Wechsel der Kommunikator- und Rezipient:innenrolle in Partizipierende transformiert (Ruhrmann/Nieland 1997, 93). Der gelöste und formlose Konversationsstil, den sie als Antwort auf das imaginäre Gespräch wählen, zeugen von ihrer als freundschaftlich empfundenen Nähe zu den Personae aus *WSMDS*.

4.4.3 Personae als Akteur:innen im sozialen Netzwerk

Die Personae agieren außerdem selbst mit öffentlichen Profilen in sozialen Netzwerken. Innerhalb dieser „social hubs“ (Enli 2012, 133) teilen sie unter anderem Einblicke in ihre Zeit bei *WSMDS*, die die lineare Ausstrahlung nicht bietet.

Nilam postet beispielsweise zu Ausstrahlungszeiten der Sendung auf Instagram ein Foto von sich im Studio und richtet ihre Worte an die Zuschauer:innen: „[M]ein Herz ist erfüllt von euren Nachrichten und einer unglaublichen Quote!! Danke!!! Es war soooo verdammt knapp“ (@nilam.farooq 2022a). Wenige Wochen später lädt sie Bilder hoch, die den Moment festhalten, in dem sie die Show gewinnt (@nilam.farooq, 2022b). Auf dem Bild lässt sich ein Ereignisbutton anklicken, der den linearen Ausstrahlungstermin in der Folgeweche anzeigt (ebd.). Mit einem weiteren Klick können User:innen den Termin auf ihren Profilen teilen. Nilam schreibt unter einem anderen Post: „‘WER STIEHLT NILAM FAROOQ DIE SHOW?!‘ – nächsten dienstag, 20.15h pro7“ (ebd., klein und groß i. Orig.). Die Beispiele zeigen, dass die digitalen Zusatzangebote nicht nur rein additiv sind, sondern immer wieder auf die lineare Distribution am Fernsehgerät referieren.

Obiger Post, der an die TV-Ausstrahlung erinnert, wurde 121 Mal kommentiert.¹⁴ Auf einige Kommentare der User:innen antwortet Nilam Farooq persönlich. Eine Nutzerin fragt sie beispielsweise, ob sie es seltsam fände, lange Zeit nach der Aufzeichnung erst davon posten zu dürfen (@nilam.farooq, b). Sie antwortet in informellem Ton: „ne seltsam nicht, is ja bei fast allem in meinem beruf so, aber is schon lustig. vorallem im privaten wollten ganz viele nicht wissen, ob ich gewonnen habe oder nicht, weil sie die show selbst so gerne gucken und mitfiebern wollen“ (ebd., klein i. Orig.). Nicht nur teilt Nilam auf diese Weise eine Information aus ihrem Privatleben: Das kennzeichnendste Merkmal von Parasozialität, die Einseitigkeit der Kommunikation, wird durch ihre Reaktion gegenseitig. Rückkanäle, die Hartmann et al. als fehlend beschreiben (2004a, 9), lassen sich in der digitalen Gegenwart finden und erlauben ein kommunikatives Hin und Her zwischen den Interaktionspartner:innen Persona und Rezipient:in. Aus der „Intimität mit [...] Massen von Fremden“ (Horton und Wohl 1956 [2002], 76) wird zunehmend Intimität mit Individuen. Nilams (selektive) „Reaktionen

¹⁴ Stand: 04.06.2023.

zweiter Ordnung“ (Hartmann/Schramm/Klimmt 2004a, 9) stellt Annahmen in Frage, die seit Hortons und Wohls ursprünglicher Auseinandersetzung für das Phänomen konstitutiv waren:

[T]he wide variation in social media use by celebrities makes it harder to say whether direct interaction is actually taking place on a vast scale, but the point is that it has become a distinct possibility for anyone following a celebrity on Twitter, Instagram or any medium that affords direct contact (Giles 2018, 51, Herv. i. Orig.).

Das Nebeneinanderexistieren von Personae und realen Freund:innen in sozialen Netzwerken lässt die Grenzen zwischen ortho- und parasozial weiter verschwimmen: „It effectively brings celebrities closer to our actual social networks like distant relatives from whom we cannot always guarantee a reply“ (52). Der fortwährende Strom and Feedback kreiert einen „continuous dialogue“ (Enli 2012, 127), der für digitale Rückkanäle konstitutiv ist und Limitierungen der starrereren Rundfunkkommunikationen aushebelt (ebd.; Beyer/Enli/Maasø/Ytreberg 2007, 216).

4.4.4 Insiderinformationen auf Abruf

Die Grenze, die die Persona und ihre Sendung vom Publikum trennt (Horton/Wohl 2001 [1956], 80), wird zunehmend unklarer, umso mehr Informationen das Publikum über die Produktion und das Geschehen hinter den Kulissen hat. „[E]ine zunehmende Anhäufung von Wissen und ‚Insiderinformationen‘ korreliert mit dem Glauben der Rezipient:innen, sie würden eine Persona intimer und genauer ‚kenn[en]‘ als die anderen“ (ebd.). Menschen, die PSB zu Akteur:innen aus *WSMDS* führen, haben auf verschiedenen Plattformen die Gelegenheit, ihr Wissen über die Persona zu erweitern und ihre Beziehung zu vertiefen.

Im Podcast *Sunset Club* von Sophie Passmann und Joko Winterscheidt erzählt Joko von der Aufzeichnung der sechsten Staffel. Er berichtet, wie anstrengend diese für ihn war, dass sich die Kandidat:innen Hazel Brugger, Florian David Fitz und Matthias Schweighöfer untereinander abseits der Show sehr gut verstanden haben oder, dass er während der Show von Jakob Lundt über ein Mikrofon im Ohr angeleitet wurde („#2 – Das ist privat“, 00:05:35). Der *WSMDS*-Produzent Thomas Schmitt und Headautor Jakob Lundt sprechen in ihrem Podcast *Baywatch Berlin* immer wieder über die Aufzeichnung, die Kandidat:innen und Produktionsdetails („Danke für das ganze Geld!“, 00:07:10). Im Podcast *Hazel Thomas Hörerlebnis* teilt Comedienne und *WSMDS*-Kandidatin Hazel Brugger in der Folge *Wer stiehlt mir die Windel?* Informationen über die Showaufzeichnung der noch unveröffentlichten Staffel mit ihrer Zuhörer:innenschaft und generiert für die Zuhörer:innen einen Wissensvorsprung ein halbes Jahr vor Ausstrahlung: „Die Aufzeichnung, das hat jetzt ungefähr zwei Wochen gedauert, also man dreht da nicht jeden Tag, aber man hat dann ‘nen Tag immer Pause“ (00:10:30). Außerdem berichtet sie, besonders mit Matthias Schweighöfer habe sie sich gut verstanden, der „wirklich total nett und cool“ (00:11:47) sei. Auch Olli Schulz reflektiert in

Fest und Flauschig mit seinem Podcastkollegen Jan Böhmermann über seine Zeit bei *WSMDS* Staffel vier: „Die Aufzeichnung [...] ging teilweise bis zu fünf, sechs Stunden. [...] Das war so cooles Publikum [sic!]. [...] Das hat mir wirklich großen Spaß gemacht, allerdings bin ich so ausgebrannt [...] von der ganzen letzten Woche“ („Wie Gott sie schuf“, 00:11:21). Der Geschäftsführer von Florida Entertainment teilt wiederum auf seinem *Instagram*-Account ein privates Bild von Thomas Schmitt Arm in Arm mit Olli Schulz, durch die Studiokulisse laufend, im Hintergrund sind die noch leeren Publikumsreihen und die Aufnahmeleiterin Nicki zu sehen (@arne.kreutzfeldt 2022). Die Bildbeschreibung verweist auf das bevorstehende Abendprogramm: „Diese beiden Herren und ihre ca. 150 Freund:innen zünden heute Abend ein Lagerfeuer in Ihrem TV an“ (ebd.).

Diese beispielhaft angeführten und zahlreiche weitere Beiträge in sozialen Medien, die investierte Rezipient:innen online abrufen können, reduzieren Leerstellen, die sonst nur den Personae nahe und in die Produktion involvierte Menschen füllen können und intensivieren infolgedessen das parasoziale Gefühl von Nähe trotz tatsächlicher Abwesenheit.

4.4.5 Augmented Reality: Rezipierende werden Kandidat:innen

„Es gibt auch für Sie die Chance, mich zu schlagen, allerdings virtuell“ (S4E3, 01:54:09), richtet Joko seine Worte an das Heimpublikum und wirbt daraufhin für das Augmented-Reality-Angebot *JoynMe*. Augmented Reality (AR) ist die „digitale Erweiterung eines Textes oder einer Erfahrung“ (Scheinpflug 2017, 71), die in der Gegenwart meist die Form einer ‚companion app‘ über einen ‚second screen‘ annimmt (70; 72). Das Spiel *Du gegen Joko* „ist eine digitale Quizshow mit fünf Raterunden pro Ausgabe“ (ProSieben 2023). Beim Starten des Spiels erscheint Joko auf dem Bildschirm im Ausschnitt einer Halbnahen (A.12) und blickt in die Kamera. Das AR-Format bedient sich der „simulation of interpersonal communication“ (Kiousis 2002, 379): Durch die realistische Farbgebung, die Einstellungsgröße und seine Mimik und Gestik wird die habitualisierte Wahrnehmung eines orthosozialen Gesprächs zwischen zwei Menschen nachgeahmt, wie es in der Sendung *WSMDS* bereits untersucht wurde. Das mehrminütige, interaktive Spiel dokumentiert außerdem die tatsächliche Zeit, die Joko braucht, um über die Lösung nachzudenken. Mithilfe der App haben Zuschauer:innen nicht nur die Möglichkeit, die primäre PSI mit ihren parasozialen Beziehungspartner:innen in einem sekundären Format weiterzuführen, auch schlüpfen sie in die Rolle des:der Kandidat:in, die sie während der Sendungsrezeption imaginiert haben. In Anlehnung an das Wortspiel Bignells werden aus ‚viewers‘ von *WSMDS* und ‚users‘ der App „viewers“ (2013, 285).

4.5 Parasoziale Beziehungen über Zeit

Zeit ist der ausschlaggebende Faktor für die Entwicklung parasozialer Beziehungen. In einem Spiralprozess werden aus PSI PSB generiert (Hartmann 2010, 52), die Gleich mit dem

Kreisprozessmodell visualisiert hat (1996, 120.). Im Vergleich zur klassischen Quizshow, in der der:die Moderator:in als Konstante mit pro Episode wechselnden Kandidat:innen interagiert, ist es eine Besonderheit von *WSMDS*, dass die Sendung als Serie konzipiert ist. Die prominenten Kandidat:innen bleiben über alle Folgen einer Staffel hinweg bestehen und können somit wie der:die Moderator:in als Personae fungieren. Zahlreiche serielle und zeitliche Aspekte von *WSMDS* können PSB hervorrufen und fördern.

Zum einen erfolgt die lineare Ausstrahlung wochenweise und zur selben Zeit, sodass die PSI ein verlässliches und planbares Ereignis ist, dass sich in die Routinen des Alltags integrieren lässt (Horton/Wohl 2001 [1956], 77). Die vierte Staffel lief, wie die drei vorausgehenden Staffeln, dienstags um 20:15 Uhr auf ProSieben und erreicht durch die Ausstrahlung in der Prime-Time potenziell große Massen. Zum anderen erinnern diverse digitale Kanäle die Zuschauenden an die bevorstehende ‚Verabredung‘, etwa über *Twitter* und *Instagram*. Darüber hinaus verweisen die Personae immer wieder auf ihre gemeinsame Interaktionsgeschichte, in die Rezipierende bei seriellem Rezipieren eingeschlossen sind: „[D]ie Anhäufung gemeinsamer Erfahrungen in der Vergangenheit gibt der Performance in der Gegenwart zusätzliche Bedeutung“ (Horton/Wohl 2001 [1956], 77). In der zweiten Folge der vierten Staffel artikuliert Fahri etwa, er versuche diese Sendung ruhiger zu bleiben als in der Folge davor (01:35:00). Nachdem er in ebendieser Folge betont, der Schnaps, den die Personae während der Aufzeichnung getrunken haben, habe ihn betrunken gemacht, fragt Joko ihn zu Beginn der Episode in der Folgeweche: „Hast du den Schnaps von letzter Woche ausgekakt?“ (S4E3, 02:10:25). Als Olli sich in derselben Folge scherzhaft bei Joko erkundigt, ob er zur Beantwortung einer Frage sein Handy nutzen könne, entgegnet dieser: „Hast du es schon wieder dabei?“ (02:01:23) und erinnert an die gemeinsame Erfahrung der Zuschauer:innen der vorherigen Woche, als Olli heimlich sein Handy während der Show benutzt hat.

Die Verweise auf die Interaktionsgeschichte der Personae manifestieren sich überdies räumlich. Beschädigungen der Studiokulisse durch die Kandidat:innen werden nicht repariert, sondern eingerahmt und mit Verursacher:in und Datum gekennzeichnet. Während der Show verweist Joko auf dieses „Museum“ (S4E2, 02:09:40) der Kulissenbeschädigungen. In der Mitte der Folge beobachten Rezipierende, wie Olli und Fahri heimlich die Kulisse bemalen. Ihre Kritzeleien sind in den Folgewochen noch erkennbar und markieren die kollektive Interaktionserfahrung aus der Vergangenheit.

Hinzu kommt, dass über die Folgen der Staffel hinweg Zuschauer:innen die seriellen PSI nutzen können, um die Charaktere der Personae zu synthetisieren (Knobloch 1996, 52). Zur Typisierung der Figuren und zur Hervorhebung ihrer stilisierten Charakterzüge (Horton/Wohl 2001 [1956], 80) wird durch die serielle Struktur Zeit eingeräumt und eine

Entwicklung möglich. Überdies liegt es in der Natur des Formats, dass Rezipierende den Sieg eines:einer Kandidat:in womöglich umso mehr erhoffen, desto öfter Joko seine Show behält – die Haltung gegenüber den Personae und die Antizipation des bevorstehenden Showgeschehens kann sich folglich durch den Faktor Zeit wandeln.

Darüber hinaus steigern pro Folge seriell auftretende Elemente die Vorhersagbarkeit der PSI. In *WSMDS* zählen dazu die Spielregeln des Quiz als strukturierender Korpus der Sendung, die Erstmoderation jeder Staffel durch Joko, die Moderation des Finales durch Katrin Bauerfeind oder wiederkehrende Rubriken, so etwa ‚Die leichten Fünf‘ zu Beginn jeder Folge und ein Teleprompterspiel zum Ende als Sendungsrahmen. In auditiver Hinsicht erinnert die Intromusik *The Man* von *The Killers* an den Start der PSI. *WSMDS* ist zudem in für Quizshows typische Phasen gegliedert, die Jonas in ihrer linguistischen Analyse herausgearbeitet hat: die Eröffnungs- (das heißt die Anmoderation und Ankündigung des Bevorstehenden), die Kern- (das Quiz selbst) und die Beendigungsphase (Kürung des:der Sieger:in und Verabschiedung) (Jonas 2006, 29f.).

Die Zeit spielt in *WSMDS* aus einer weiteren Perspektive eine wichtige Rolle, insofern sie die Personae und die Zuschauenden in derselben Gegenwart situiert. So vermögen unterschiedliche Anspielungen auf die gemeinsame Realität von prominenten Kandidat:innen und dem Publikum das Gefühl parasozialer Nähe zu verstärken: Das Heimpublikum observiert beispielsweise die Tatsache, dass das Studiopublikum FFP2-Masken trägt und die Personae sich bei der Begrüßung immer wieder einen Faustcheck geben, der während der Corona-Pandemie zur Minimierung des Infektionsrisikos eingesetzt wurde (S4E1, 02:05:20). Als die Kandidat:innen den Lückentext eines Karaokespiels füllen müssen, singen sie etwa über den Lockdown und die Serie *Tiger King*, die während der Pandemie populär wurde (S4E2, 00:58:45). Auch zeitgenössische Referenzen auf das Internet verorten die Interaktionspartner:innen im selben Heute, etwa wenn Online-Produktrezensionen von User:innen zur Grundlage eines Spiel werden (S4E5, 01:27:31). Ähnlich wie die propagierte Liveness können Verweise auf eine gemeinsame Gegenwart die Zuschauer:innen den Personae (zeitlich) nah fühlen lassen.

Schließlich sind die neuartigen Strukturen von onlinebasierten PSI von zusätzlichen Einblicken in das vermeintliche Privatleben und einer Diversifizierung an Feedbackräumen geprägt. Die Personae in digitalen, teilweise interaktiven Räumen können in erhöhter Persistenz auftreten und die Intensität der PSB beeinflussen. Mit Blick auf das hierfür relevante Kriterium der Zeit, löst sich der digitale Raum beinahe vollständig von programmgebundener Serialität. Zuschauende können aus einer Vielzahl an parasozialen Angeboten auf multiplen Kanälen schöpfen sowie die Frequenz ihrer PSI und somit die Genese ihrer PSB aktiv mitgestalten.

4.6 Ergebnisse der Case Study

Die Case Study von *WSMDS* hat diverse Angebote zur parasozialen Interaktion und Beziehung identifizieren können, die Intimität, Nähe und ein imaginäres Gespräch mit Rezipierenden erzeugen. Diese sollen im Folgenden resümierend zusammengetragen werden.

Bei der ‚Primären PSI‘, also der des linearen Rezipierens am Fernsehgerät, konnte festgestellt werden, dass sowohl Moderator:innen als auch Kandidat:innen der Show als Personae fungieren. Mitunter greifen hierbei Celebrity-Effekte, die nicht nur die Motivation zur PSI steigern, sondern bei der Rezipierende wegen vorgelagerter PSB gegebenenfalls auf eine vergangene Interaktionsgeschichte der Prominenten zurückgreifen können. Die in der Sendung zur Schau gestellte Emotionalität und Fehlbarkeit in der Bewältigung des Quiz vermag eine Zuschauer:innennähe zu erzeugen, die prominente Personae in ihrer Gewöhnlichkeit und Nahbarkeit inszeniert und eine empfundene Distanz zu ihrer Lebenswelt mindern kann. Das Quiz in *WSMDS* provoziert zudem immer wieder, dass Personae über ihr vermeintliches Privatleben sprechen oder im Laufe der Folgen ihre Eigenheiten und stilisierten Charakterzüge ausleben. Die observierbare, oft bewusst spontane und improvisierte Eigendynamik unter den Personae ist von vertrautem, freundschaftlichem Umgang geprägt, gleichermaßen familiär behandeln sie Mitarbeiter:innen der Produktion oder nicht-prominente Wildcards. Der Bruch der vierten Wand wird wiederkehrend verbal vollzogen, etwa durch direkte Adressierung. Die Akteur:innen wählen Worte, die den Live-Charakter der Sendung betonen und Zuschauer:innen dem Sendungsgeschehen zeitlich näher fühlen lassen können, obwohl es sich bei *WSMDS* um ein vorproduziertes Format handelt. Ein informeller Konversationsstil der Personae in der Form eines fortlaufenden Small-Talks unterstreicht die inszenierte Vertrautheit der Kommunikation, in die Zuschauer:innen sich eingeschlossen fühlen können. Auch non-verbale Strategien kommen zum Tragen, so subjektivieren die Protagonist:innen und insbesondere die moderierende Person immer wieder den Kamerablick und ahmen durch die Duplikation habitualisierter Gesten, Mimiken und Bewegungen im Raum orthosoziale Begegnungen nach. Die Raumdarstellung stimmt darüber hinaus mit orthosozialen Wahrnehmungsmustern überein, beispielsweise wenn Kamerafahrten und -schwenks Geschehnisse im Studio dokumentieren. Aber auch die realistische Farbgebung, das Sounddesign, die Bildqualität und die Studiokulisse, die als visuelle Orientierung einen gewohnten ‚Treffpunkt‘ des parasozialen Gesprächs erzeugen kann, werden zur Reduktion der sichtbaren Grenze zwischen para- und orthosozial eingesetzt. Zooms oder das Näherrücken an Personae durch Kamerafahrten korrelieren dabei immer wieder mit dem Eindruck des Näherrückens Rezipierender an die Persona als Mensch. Ferner vermag die häusliche Rezeptionsweise die Grenzen zwischen Para- und Sozialem noch weiter verschwimmen zu lassen – das Genre Quizshow eignet sich dabei in besonderem Maße zur aktiven Involvierung der

Heimzuschauer:innen, die mitraten und mitfiebern: „Der besondere Reiz von Quiz- und Spielshows im Fernsehen wird in der Regel mit dem Verweis auf ihre Partizipationsangebote erklärt“ (Müller 2004, 95). Die Nähe zwischen Studiopublikum und Personae kann außerdem durch die stellvertretende Funktion ersterer für das Heimpublikum Intimitätsempfindungen verstärken: Anwesende geben mittels direkter Reaktionen auf das Studiogeschehen Feedback an die Sendung und können als Sprachrohr der Zuschauer:innen zuhause betrachtet werden. Sie interagieren wechselseitig mit den Personae vor Ort und ermöglichen für Heimzuschauer:innen nicht realisierbare Reaktionen zweiter Ordnung. Diese sind an verschiedenen Stellen seitens der Produktion bewusst vorgesehen, etwa bei interaktiven Spielen auf der Bühne.

„The technical devices of the media themselves are exploited to create illusions of intimacy“ (1986 [1956], 189), konstatieren Horton und Wohl 1956. Fast 70 Jahre später haben sich die medienimmanenten technischen Möglichkeiten stark ausgeweitet und die intimitätsgenerierenden Potenziale erhöht, sodass diejenigen, die an den Tagen der linearen Ausstrahlung nicht eingeschaltet haben, an diversen anderen Orten im digitalen Raum die Möglichkeit haben, PSI zu vollführen.

Über die Mediathek *Joyn* und die Distribution von Sendungsausschnitten über *YouTube* und *TikTok* ist nicht nur eine asynchrone Rezeption möglich: Das vorher stationäre Dispositiv wird portabel und erlaubt einerseits ein eigenständiges Entscheiden über Start und Ende der PSI, andererseits ein noch stärkeres Verschwimmen des Parasozialen mit Routinen des orthosozialen Alltags, die Personae nun begleiten. Die Fülle an digitalen Zusatzinhalten sind im Falle von *WSMDS* zudem so zahlreich, dass sie Rezipierenden unendliche PSI-Optionen suggerieren können. In technischer Hinsicht wird dabei zusätzlich das automatische Weiterspielen von Folgevideos in der Mediathek und auf *YouTube* genutzt, um einen Rezeptionsstrom zu erzeugen, der durch eine erhöhte Persistenz des Auftretens von Personae intensivierend auf PSI wirken kann. Des Weiteren erlauben digitale Plattformen es, Gespräche über die Personae zu führen und sich mit anderen Rezipient:innen über ihre parasozialen Beziehungspartner:innen auszutauschen, entweder über einen ‚second screen‘ während der linearen Rezeption oder nach der Ausstrahlung als Verlängerung der PSI. Nicht nur verstärkt etwa *Twitter* die Illusion eines Gesprächs, da Rezipient:innen online auf Gesprächsangebote der Personae ‚antworten‘ können, auch wird dieses Gespräch im digitalen Raum erstmals les- und somit sichtbar. Die neuartige Greifbarkeit der PSB manifestiert sich auch in der Meme-Culture von *WSMDS* und ihren persistenzsteigernden Effekten sowie Konsequenzen für das Community-Building. Hinzu kommt, dass nicht nur die Zuschauer:innen online agieren, auch die Kandidat:innen und Moderator:innen der Sendung treten mit eigenen Profilen in sozialen Netzwerken auf. Hier erweitern sie die Fülle an Einblicken in das vermeintliche

Privatleben oder das Studiogeschehen hinter den Kulissen, stellen das freundschaftliche Verhältnis zu anderen Personae aus *WSMDS* abseits der Sendung zur Schau, adressieren ihre Zuschauer:innenschaft oder erinnern an Ausstrahlungstermine wie an eine gemeinsame Vereinbarung. Ausschlaggebend ist hierbei das Novum, das im digitalen Raum Reaktionen zweiter Ordnung seitens der Personae möglich werden und immer wieder stattfinden. Das kennzeichnende Merkmal von PSI, die Asymmetrie der Kommunikation, wird in selektiven Momenten aufgehoben. Es lässt sich festhalten, dass die Grenzen zwischen ortho- und parasozial weiter verschwimmen, wenn die Personae und tatsächliche Freund:innen auf derselben Plattform stattfinden. Besonders involvierte Rezipient:innen, die sich mutmaßlich auf der Ebene der High-Level-PSI bewegen, haben schließlich durch digitale Zusatzinhalte die neuartige Möglichkeit, ‚Insiderinformationen‘ über die Personae zu sammeln, die beispielsweise in Podcasts der Kandidat:innen preisgegeben werden und einen Wissensvorteil der engagierten Rezipient:innen erzeugen. Dieser kann sie als exklusive Gruppe fühlen lassen und von weniger involvierten Personen abgrenzen sowie das Gefühl von Präsenz trotz physischer Abwesenheit suggerieren. Die Nachahmung eines Face-to-Face-Gesprächs mit dem Moderator Joko gewährleistet darüber hinaus das Augmented Reality Angebot *Du gegen Joko*, bei der Rezipient:innen das bislang imaginierte Mitspielen interaktiv in die Tat umsetzen können.

Serielle und zeitliche Aspekte von *WSMDS*, die PSB durch wiederkehrende PSI hervorrufen und fördern können, sind etwa die folgenweise Wiederkehr derselben Kandidat:innen über eine Staffel hinweg, bei der sich gemeinsame Interaktionserfahrungen anhäufen, aber auch die Planbarkeit und Verlässlichkeit der Ausstrahlung und somit des PSI-Zeitfensters bei der linearen Distribution. Ein serieller Korpus ist in *WSMDS* durch Spielregeln, wiederkehrende Rubriken, die Intro-Musik sowie für eine Quizsendung typische Gesprächsphasen, die die Sendung gliedern, gegeben. All jene Aspekte bieten während der Rezeption Orientierung und machen die Gestaltung der PSI erwartbar. Ebenso die Verortung Rezipierender und Personae in derselben Gegenwart, etwa durch popkulturelle Referenzen, kann als Ausdruck von Gleichzeitigkeit Nähe erzeugen.

5 Fazit

Als das Fernsehen richtig groß war, ich klein und unbedacht, sah ich Stars in der Manege, träumte mich dann in den Schlaf. [...] Ich wurde dann älter, die Shows starben aus, zu viel Big Brother, zu wenig Applaus. Zu viel von Netflix und Amazon Prime, und mein TV wurde langsam klein. [...] Lass‘ das Fernsehen richtig groß sein, lass‘ die Show nochmal beginn‘! Lasst uns bestens unterhalten, lasst uns schöne Lieder sing‘n. Kamera ab, denn es geht los hier, das ganze Leben ist ein Quiz. Lass‘ das Fernsehen richtig groß sein, weil du ein Teil von all dem bist! (S4E4, 02:12:58).

Olli Schulz resümiert in diesen Liedzeilen, die er zur Eröffnung seiner Ausgabe von *WSMDS* singt, die medienkulturelle Genese des Fernsehens und plädiert für eine Renaissance in der Wertschätzung des Mediums. Im Wissen über die zahlreichen intimitätsgenerierenden

Aspekte des Artefakts, kann nun eine Antwort auf die der Arbeit zugrunde liegende Frage formuliert werden: Welche Auswirkungen hat die gegenwärtigen Medienkultur des Fernsehens auf das Phänomen der parasozialen Interaktion und Beziehung?

Auch wenn das exemplarische Artefakt nicht als Spiegelbild des gegenwärtigen Fernsehens bewertet werden kann und die Betrachtung eines deutschen Artefakts globale Schlussfolgerungen über das Medium limitieren, vermag es Möglichkeitsräume des Fernsehens in der (post-)digitalen Welt zu identifizieren.

Programmes have become able to perpetuate their life beyond the run of an individual series, by encouraging their audiences to interact with programmes after they have finished, and also by drawing audiences to programmes when they begin, since those programmes already have a presence in other media (Bignell 2013, 287).

Die Fernsehkultur des 21. Jahrhunderts hat die Räume zur parasozialen Interaktion erweitert und vervielfältigt. Während Giles von PSI als „momentary activity within a single encounter“ (2002, 291) spricht, müssen im 21. Jahrhundert diverse ‚encounter‘, also Begegnungen, in den Blick genommen werden, die fernab vom Fernsehgerät stattfinden können und in dieser Arbeit unter dem Sammelbegriff der sekundären PSI beleuchtet wurden. Durch die Zunahme (interaktiver) Angebote zur PSI und PSB von Multi-Plattform-Produktionen können Rezipierende den Personae näher rücken. Ihre Rezeptionshaltung wird dabei, so antizipieren Fernsehwissenschaftler:innen, von einem hohen Maß an Aktivität der Rezeption geprägt sein: „Im Zuge des Aufkommens der ‚neuen Medien‘ jedoch entwickelt sich die Vision, die[...] Passivität des Zuschauers aufzubrechen“ (Todtenhaupt 1999, 143).

Die Personae nutzen weiterhin altbewährte Strategien zur Herstellung von Intimität und zur Nachahmung eines Face-to-Face-Gesprächs, eröffnen zudem jedoch neuartige Angebote zur parasozialen Interaktion. Im Extremfall kann es durch das Internet zu einer wechselseitigen Kommunikation kommen, die die Prämisse der Asymmetrie erschüttert, das Konzept allerdings nicht zum Einstürzen bringt, da die Reaktionen zweiter Ordnung weiterhin selten, in hohem Maße selektiv und für die Persona mit einer relativ anonymen Entität stattfinden. Es bietet sich an, die Skala des *Continuum of Social-Parasocial-Interaction* von Giles zu aktualisieren: Personae können in ihrer Kommunikationsweise im digitalen Raum verstärkt in Richtung sozialer Interaktionen rücken, verbleiben jedoch bei einer binären Betrachtung parasozial. Um den Potenzialen des Digitalen als Erweiterung des Fernsehens bei der Entwicklung parasozialer Beziehungen gerecht zu werden, müssen die neuen Begegnungsräume in der zukünftigen Forschung in das Konzept integriert, das heißt theoretisch als auch empirisch berücksichtigt werden.

Aus einer medienökonomischen Perspektive kann dafür argumentiert werden, dass PSI und PSB im 21. Jahrhundert und unter Berufung auf die digitalen Spielräume besonders nützlich sind, da sie Zuschauer:innen als langfristige Kund:innen an das Format binden. Ferner kann spekuliert werden, ob PSI und PSB dafür sorgen, dass Menschen weiterhin Motivation zur

Rezeption linearen Fernsehens haben und dessen Fortbestand sichern. Welche Schlussfolgerungen ergeben sich nun also für das Fernsehen des 21. Jahrhunderts, das im Kontext der Analyse sichtbar gemacht wurde?

Die Untersuchung des Artefakts zeigte eine Koexistenz des linearen Fernsehens am Fernsehgerät und digitalen Erweiterungen, die die Dichotomie der beiden PSI-Ebenen abbildet. Die medienhistorisch übliche Genese der Ablösung eines Mediums durch ein anderes, technisch weiter entwickeltes Medium (Lotz 2007, 6) scheint im Falle des Fernsehens (noch) nicht eingetreten zu sein. Vielmehr verweisen die Analyseergebnisse darauf, dass eine Ausweitung des Verständnisses vom Medium Fernsehen vonnöten ist, die sich von Grundpfeilern wie Linearität, geringer Interaktivität und geringem Nutzungsspielraum (Vowe/Henn 2016) löst. Mit Blick auf den Erfolg von *WSMDS* bei einer jungen Zielgruppe lässt sich vermuten, dass das Fernsehen, statt auszusterben, substanziellen Veränderungen in der Rezeptionsart unterliegt (Lotz 2007, 1). Die Fernsehwissenschaftlerin Spiegel beobachtet bereits Verschiebungen in der Fernsehforschung:

In one respect, television scholarship is changing because TV itself is so different from what it was in the past. [...] This does not mean all of television is suddenly unrecognizable. [...] Insofar as television has always been studied under several disciplinary protocols, it is not surprising that TV is now studied under umbrella terms like new media studies and visual culture studies (Spiegel 2005, 83f.).

Keilbach deklariert in ihrem Aufsatz *Die vielen Geschichten des Fernsehens*, es fehle eine „„autorisierte“ Gegenstandsdefinition und damit auch eine ‚autorisierte‘ Geschichte“ (2005, 32) – die Immaterialität und Flüchtigkeit von Fernsehen sowie fortwährende Transformationen würden die Herausbildung eines „verbindlichen Medienverständnisses“ (ebd.) verhindern haben und eine kohärente Definition unmöglich machen (Keilbach/Stauff 2011, 155). Während TV zunächst als Technik, dann als Institution und schließlich als Programm eingeordnet wurde, erlaubt das „Speicherfernsehen“ (Hickethier 1999, zit. n. Keilbach 2005, 37) des 21. Jahrhunderts nicht nur eine umfangreiche Aufarbeitung der Fernsehgeschichte selbst (Keilbach 2005, 31), sondern auch eine Entwicklung weg vom Fernsehen als Programm hin zu seinen individualisierten Nutzungsformen. Diese Beobachtung evoziert einerseits eine vierte Perspektivierung, die der Individualisierung des Mediums, die sich vom Fernsehen als Programm löst, und befürwortet andererseits Amanda Lotz‘ Plädoyer, dem diese Arbeit beipflichtet: „[We] need to think of the medium not as ‚Television‘ but as televisions“ (2007, 78).

Literaturverzeichnis

- Aelker**, Lisa. 2016. „Uses-and-Gratifications-Ansatz.“ In *Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte*, herausgegeben von Nicole Krämer, Stephan Schwan, Dagmar Unz und Monika Suckfüll, 17-24. Stuttgart: W. Kohlhammer.
- Asendorp**, Jens und Rainer Banse. 2000. *Psychologie der Beziehung*. Bern: Verlag Hans Huber.
- Auter**, Philip und Donald Davis. 1991. „When Characters Speak Directly to Viewers: Breaking the Fourth Wall in Television.“ *Journalism & Mass Communication Quarterly* 68 (1): 165-171.
- Auter**, Philip. 1992. „TV That Talks Back: An Experimental Validation of a Parasocial Interaction Scale.“ *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 36 (2): 173-181.
- Auter**, Philip und Philip Palmgreen. 2000. „Development and validation of a parasocial interaction measure: The audience-persona interaction scale.“ *Communication Research Reports* 17 (1): 79-98.
- Bartz**, Christina. 2007. *MassenMedium Fernsehen. Die Semantik der Masse in der Medienbeschreibung*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Baumeister**, Roy und Mark Leary. 1995. „The need to belong: Desire for interpersonal attachments as fundamental human motivation.“ *Psychological Bulletin* 117 (3): 497-529. Aufgerufen am 11.05.2023. DOI: 10.1037/0033-2909.117.3.497.
- Beyer**, Yngvil, Gunn Enli, Arnt Maasø und Espen Ytreberg. „Small Talk Makes a Big Difference: Recent Developments in Interactive, SMS-Based Television.“ *Television & New Media* 8 (3): 213-234.
- Bignell**, Jonathan. 2013. *An Introduction to Television Studies*. London/New York: Routledge.
- Boddy**, William. 1995. „The Beginnings of American Television.“ In *Television: An International History*, herausgegeben von Anthony Smith und Richard Paterson, 35-61. Oxford: Oxford University Press.
- Brokamp**, Bernward und Ralf Radler. 1993. „Im Mittelpunkt der Zuschauer. Replik aus der Praxis zu einer Gattungstheorie der TV-Show.“ In *Fernsehshows. Form- und Rezeptionsanalyse*, herausgegeben von Hans-Otto Hügel und Eggo Müller, 48-56. Hildesheim: Medien und Theater.
- Caillois**, Roger. 1960. *Die Spiele und die Menschen*. München/Wien: Albert Langen Georg Müller Verlag.

- Cathcart**, Robert und Gary Gumpert. 1986. „Mediated Interpersonal Communication: Toward a New Typology.” In *INTER/MEDIA. Interpersonal Communication in a Media World*, herausgegeben von Gary Gumpert und Robert Cathcart, 26-40. New York/Oxford: Oxford University Press.
- Dibble**, Jason, Tilo Hartmann und Sarah Rosaen. 2016. „Parasocial Interaction and Parasocial Relationship: Conceptual Clarification and a Critical Assessment of Measures.” *Human Communication Research* 42 (1): 21-44.
- Edwards**, Jim. 2013. „TV Is Dying, and Here Are the Stats That Prove It.” *Business Insider* (25.11.2013). Aufgerufen am 04.07.2023, <https://www.businessinsider.com/cord-cutters-and-the-death-of-tv-2013-11>.
- Ellsworth**, Phobe und Lee Ross. 1975. „Intimacy in Response to Direct Gaze.” *Journal of Experimental Social Psychology* 11 (6): 592-613.
- Engell**, Lorenz. 2012. *Fernsehtheorie zur Einführung*. Hamburg: Junius Verlag.
- Enli**, Gunn Sara. 2012. „From parasocial interaction to social TV: analysing the host–audience relationship in multi-platform productions.” *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook* 10 (1): 123-137. Aufgerufen am 29.06.2023. DOI: 10.1386/nl.10.123_1.
- Fagerjord**, Anders und Tanja Storsul. 2007. „Questioning convergence.” In *Ambivalence Towards Convergence. Digitalization and Media Change*, herausgegeben von Tanja Storsul und Dagny Stuedahl Nordicom, 19-31. Göteborg: Nordicom.
- Faulstich**, Werner. 2004. *Medienwissenschaft*. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag.
- Fiske**, John. 1987. *Television Culture*. London/New York: Routledge.
- Florida** Entertainment. o.J. „Showinfo.” Aufgerufen am 04.07.2023, <https://www.floridatv-entertainment.de/2022/05/04/wer-stiehlt-mir-die-show/>.
- Giles**, David. 2002. „Parasocial Interaction: A Review of the Literature and a Model for Future Research.” *Media Psychology* 4 (1): 279-305.
- Giles**, David. 2018. *Twenty-First Century Celebrity. Fame in Digital Culture*. Bingley: Emerald Publishing.
- Gleich**, Uli. 1996. „Sind Fernsehpersonen die ‚Freunde‘ des Zuschauers? Ein Vergleich zwischen parasozialen und realen sozialen Beziehungen.“ In *Fernsehen als ‚Beziehungskiste‘. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, herausgegeben von Peter Vorderer, 113-144. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Gleich, Uli.** 1997. *Parasoziale Interaktionen und Beziehungen von Fernsehzuschauern mit Personen auf dem Bildschirm. Ein theoretischer und empirischer Beitrag zum Konzept des Aktiven Rezipienten.* Landau: Empirische Pädagogik e.V.
- Grimme-Institut.** 2022. „Wer stiehlt mir die Show? (Florida Entertainment für ProSieben).“ Aufgerufen am 04.07.2023, <https://www.grimme-preis.de/archiv/2022/preistraeger/preistraeger-detail/d/wer-stiehlt-mir-die-show>.
- Grimme-Institut.** 2023. „Statut.“ Aufgerufen am 04.07.2023, <https://www.grimme-preis.de/wettbewerb/statut>.
- Gurney, David.** 2011. „It’s just like a mini-mall’. Textuality and participatory culture on YouTube.” In *Flow TV. Television in the age of media convergence*, herausgegeben von Michael Kackman, Marnie Binfield, Matthew Payne, Allison Perlmann und Bryan Sebok, 30-45. New York: Routledge.
- Gusfield, Joseph.** 2003. „A Journey with Symbolic Interaction.” *Symbolic Interaction* 26 (1): 119-139. Aufgerufen am 29.06.2023. DOI: 10.1525/si.2003.26.1.119.
- Hachmeister, Lutz und Christian Zabel.** 2004. „Das interaktive Fernsehen und seine Zuschauer.“ In *Zaubermaschine interaktives Fernsehen? TV-Zukunft zwischen Blüten träumen und Businessmodellen.* Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Hallenberger, Gerd.** 1990. *Unterhaltung durch Spiel. Quizsendungen und Game Shows des deutschen Fernsehens.* Berlin: Wiss.-Verl. Spiess.
- Hallenberger, Gerd.** 1993. „Spiel-Platz Bildschirm?“. In *Fernsehsows. Form- und Rezeptionsanalyse*, herausgegeben von Hans-Otto Hügel und Eggo Müller, 25-34. Hildesheim: Medien und Theater.
- Hartmann, Tilo, Holger Schramm und Christoph Klimmt.** 2004a. „Vorbereitende Überlegungen zur theoretischen Modellierung parasozialer Interaktionen im Prozess der Medienrezeption.“ URL: <https://www.ijk.hmtm-hannover.de/fileadmin/www.ijk/pdf/Forschung/PSI.pdf>.
- Hartmann, Tilo, Holger Schramm und Christoph Klimmt.** 2004b. „Personenorientierte Medienrezeption: Ein Zwei-Ebenen-Modell parasozialer Interaktionen.“ *Publizistik* 49 (1): 25-47.
- Hartmann, Tilo, und Christoph Klimmt** 2005 „Ursachen und Effekte Parasozialer Interaktionen im Rezeptionsprozess. Eine Fragebogenstudie auf der Basis des PSI-Zwei-Ebenen-Modells.“ *Zeitschrift für Medienpsychologie* 17 (5): 88-98.

- Hartmann, Tilo und Holger Schramm.** 2010. „Identität durch Mediennutzung? Die Rolle von parasozialen Interaktionen und Beziehungen mit Medienfiguren.“ In *Mediensozialisationstheorien*, herausgegeben von Dagmar Hoffmann und Lothar Mikos, 201-219. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hartmann, Tilo.** 2010. *Parasoziale Interaktion und Beziehung*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Hartmann, Tilo und Charlotte Goldhoorn.** 2011. „Horton and Wohl Revisited: Exploring Viewers' Experience of Parasocial Interaction.“ *Journal of Communication* 61 (6): 1104-1121.
- Herzog, Herta.** 1941. “On Borrowed Experience. An Analysis of Listening to Daytime Sketches.” *Studies in Philosophy and Social Science* 9 (1): 65-95.
- Herzog, Herta.** 1944. “What do we really know about daytime serial listeners?” In *Radio Research 1942-1943*, herausgegeben von Paul Lazarsfeld und Frank Stanton, 3-33. New York: Duell, Sloan and Pearce.
- Hickethier, Knut.** 1995. „Dispositiv Fernsehen.“ *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation* 4 (1): 63-83. Aufgerufen am 02.07.2023. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/483>.
- Hippel, Klemens.** 1996. „Personae. Zu einer texttheoretischen Interpretation eines vernachlässigten Konzepts.“ In *Fernsehen als ‚Beziehungskiste‘. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, herausgegeben von Peter Vorderer, 53-66. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Horton, Donald und Anselm Strauss.** 1957. „Interaction in Audience-Participation Shows.“ *American Journal of Sociology* 62 (6): 579-587.
- Horton, Donald und Richard Wohl.** 1986 [1956]. „Mass Communication and Para-Social Interaction: Observation on Intimacy at a Distance.“ In *INTER/MEDIA. Interpersonal Communication in a Media World*, herausgegeben von Gary Gumpert und Robert Cathcart, 185-206. New York/Oxford: Oxford University Press.
- Horton, Donald und Richard Wohl.** 2001 [1956]. „Massenkommunikation und parasoziale Interaktion. Beobachtungen zur Intimität über Distanz.“ In *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft: Theorie - Geschichte - Analyse*, herausgegeben von Ralf Adelman, 74-104. Konstanz: UVK-Verlags-Gesellschaft.
- Hügel, Hans-Otto.** 1993. „Da haben Sie so richtig schlecht gespielt.“ Zur Gattungstheorie der TV-Show.“ In *Fernsehshows. Form- und Rezeptionsanalyse*, herausgegeben von Hans-Otto Hügel und Eggo Müller, 35-47. Hildesheim: Medien und Theater.

- Huizinga**, Johan. 2001 [1938]. *Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel*. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Jenkins**, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old And New Media Collide*. New York: NYU Press.
- Jonas**, Caroline. 2006. *Das sprachliche Verhalten von Moderatoren in Talk- und Quizshows. Eine diskursanalytische Untersuchung zu Frageverhalten und Wortwahl*. Frankfurt am Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften.
- Karstens**, Eric und Jorg Schütte. 2005. *Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Keilbach**, Judith. 2005. „Die vielen Geschichten des Fernsehens. Über einen heterogenen Gegenstand und seine Historisierung.“ *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation* 14 (1): 29-41.
- Keilbach**, Judith und Markus Stauff. 2011. „Fernsehen als fortwährendes Experiment. Über die permanente Erneuerung eines alten Mediums.“ In *Blickregime und Dispositive audiovisueller Medien*, herausgegeben von Nadja Elia-Borer, Samuel Sieber und Georg Tholen, 155-182. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Keppler**, Angela. 1996. „Interaktion ohne reales Gegenüber. Zur Wahrnehmung medialer Akteure im Fernsehen.“ In *Fernsehen als ‚Beziehungskiste‘. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, herausgegeben von Peter Vorderer, 12-24. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kiousis**, Spiro. 2002. „Interactivity: A Concept Explication.“ *New Media Society* 4 (3): 355-383.
- Knobloch**, Silvia. 1996. „Überlegungen zur Charaktersynthese von non-fiktionalen Medienfiguren. Stellungnahme zu dem Beitrag von Hans J. Wulff.“ In *Fernsehen als ‚Beziehungskiste‘. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, herausgegeben von Peter Vorderer, 49-52. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Krei**, Alexander. 2022. „„Wer stiehlt mir die Show?“ deklassiert Konkurrenz.“ *DWDL.de* (10.08.2022). Aufgerufen am 04.07.2023, https://www.dwdl.de/zahlenzentrale/89138/wer_stiehlt_mir_die_show_deklassiert_die_konkurrenz/.
- Krotz**, Friedrich. 1996. „Parasoziale Interaktion und Identität im elektronisch mediatisierten Kommunikationsraum.“ In *Fernsehen als ‚Beziehungskiste‘. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, herausgegeben von Peter Vorderer, 73-90. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Langer**, John. 1981. „Television's ‚Personality System‘.” *Media, Culture and Society* 4 (1): 351-365.
- Lange**, Rense, James Houran und Lynn McCutcheon. 2011. „Celebrity and Parasocial relationships.” In *Media Psychology*, herausgegeben von Gayle Brewer, 115-131. New York: Palgrave Macmillan.
- Lombard**, Matthew. 1995. “Direct Responses to People on the Screen: Television and Personal Space.” *Communication Research* 22 (3): 288-324.
- Lotz**, Amanda. 2007. *The Television Will Be Revolutionized*. New York/London: New York University Press.
- Mantel**, Uwe. 2021. „Gottschalk knackt 20-Prozent-Marke, DMAX bügelt Delle aus.“ *DWDL.de* (04.02.2021). Aufgerufen am 04.07.2023, https://www.dwdl.de/zahlenzentrale/81400/gottschalk_knackt_20prozentmarke_dmax_buegelt_delle_aus/.
- McLuhan**, Marshall. 1964. *Understanding Media. The extensions of man*. London/New York: Routledge.
- Meyrowitz**, Joshua. 1986. „Television and Interpersonal Behavior: Codes of Perception and Response.” In *INTER/MEDIA. Interpersonal Communication in a Media World*, herausgegeben von Gary Gumpert und Robert Cathcart, 253-272. New York/Oxford: Oxford University Press.
- Meyrowitz**, Joshua. 1987. *Die Fernseh-Gesellschaft. Wirklichkeit und Identität im Medienzeitalter*. Weinheim/Basel: Beltz.
- Mikos**, Lothar. 1996. „Parasoziale Interaktion und indirekte Adressierung.“ In *Fernsehen als ‚Beziehungskiste‘. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, herausgegeben von Peter Vorderer, 97-106. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Miller**, Toby. 2010. *Television Studies. The Basics*. New York: Routledge.
- Plake**, Klaus. 2004. *Handbuch Fernsehforschung. Befunde und Perspektiven*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- ProSieben**. 2023. „Wer stiehlt mir die Show? 2023: Spiele jetzt ‚Du gegen Joko‘.“ Aufgerufen am 05.07.2023, <https://www.prosieben.de/serien/wer-stiehlt-mir-die-show/news/du-gegen-joko-game-joynme-app-wsmds-spiel-59885>.
- Riedner**, Fabian. 2022. „Wahnsinn: 24,1% für Anke Engelke.“ *Quotenmeter.de* (26.01.2022). Aufgerufen am 04.07.2023, <https://www.quotenmeter.de/n/132069/wahnsinn-24-1-fuer-anke-engelke>.
- Rimmelspacher**, Udo. 2007. *Interaktives Fernsehen: Technik, Entwicklungspotenziale und Bedeutung in CRM*. Aachen: Shaker Verlag.

- Rosengren**, Karl und Swen Windahl. 1986. „Mass Mass Media Consumption as a Functional Alternative.“ In *INTER/MEDIA. Interpersonal Communication in a Media World*, herausgegeben von Gary Gumpert und Robert Cathcart, 176-184. New York/Oxford: Oxford University Press.
- Rubin**, Alan, Elizabeth Perse und Robert Powell. 1985. „Loneliness, Parasocial Interaction, and Local Television News Viewing.“ *Human Communication Research* 12 (2): 155-294.
- Rubin**, Rebecca, und Michael McHugh. 1987. „Development of Parasocial Interaction Relationships.“ *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 31 (3): 279-292.
- Ruhrmann**, Georg und Jörg-Uwe Nieland. 1997. *Interaktives Fernsehen: Entwicklung, Dimensionen, Fragen, Thesen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Sander**, Wolfgang. 2016. „Der Symbolische Interaktionismus.“ Bundeszentrale für politische Bildung (01.11.2016). Aufgerufen am 29.06.2023, <https://www.bpb.de/lernen/angebote/grafstat/krise-und-sozialisation/240818/der-symbolische-interaktionismus/>.
- Schramm**, Holger, Tilo Hartmann und Christoph Klimmt. 2002. „Desiderata und Perspektiven der Forschung über parasoziale Interaktionen und Beziehungen zu Medienfiguren.“ *Publizistik* 47 (1): 436-459.
- Schramm**, Holger und Uwe Hasebrink. 2004. „Fernsehnutzung und Fernsehwirkung.“ In *Lehrbuch der Medienpsychologie*, herausgegeben von Roland Mangold, Peter Vorderer und Gary Bente, 465-492.
- Schramm**, Holger. 2006. „Parasoziale Interaktionen und Beziehungen. Konzept – Begriffe – Modellierung – Messung – Befunde.“ In *Unterhaltung. Konzepte – Formen – Wirkungen*, herausgegeben von Ingrid Tomkowiak und Brigitte Frizzoni, 247-269. Zürich: Chronos Verlag.
- Schramm**, Holger. 2008. „Parasoziale Interaktion (PSI).“ In *Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte*, herausgegeben von Nicole Krämer, Stephan Schwan, Dagmar Unz und Monika Suckfüll, 297-302. Stuttgart: W. Kohlhammer.
- Schramm**, Holger. 2007. „Prominenz aus Rezipientensicht. Zur Tragfähigkeit des Konzeptes parasozialer Interaktionen und Beziehungen für die Prominenzforschung.“ In *Prominenz in den Medien. Zur Genese und Verwertung von Prominenten in Sport, Wirtschaft und Kultur*, herausgegeben von Thomas Schierl, 212-234. Köln: Herbert von Halem Verlag.

- Schramm**, Holger und Tilo Hartmann. 2008. „Die Messung von parasozialen Interaktionen als mehrdimensionales Konstrukt. Entwicklung und Validierung von PSI-Prozess-Skalen auf Basis des Zwei-Ebenen-Modells parasozialer Interaktionen.“ In *Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Jörg Matthes, Werner Wirth, Gregor Daschmann und Andreas Fahr, 48-69. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Schröfel**, Ariane. 2006. *Interaktives Fernsehen. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.
- Schult**, Gerhard und Axel Buchholz. 1984. *Fernsehjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. München: List Verlag.
- Spigel**, Lynn. 2004. „Introduction.“ In *Television after TV: Essays on a Medium in Transition*, herausgegeben von Lynn Spigel und Jan Olsson, 1-34. Durham/London: Duke University Press.
- Spigel**, Lynn. 2005. „TV’s next season?“ *Cinema Journal* 45 (1): 83-90.
- Strobel**, Ricarda und Werner Faulstich. 1998. „Von Peter Frankenfeld bis Thomas Gottschalk Historiographische Typologie der deutschen Fernsehstars.“ In *Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden*, herausgegeben von Walter Klingler, Gunnar Roters und Oliver Zöllner, 441-454. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Todtenhaupt**, Anja. 1999. „CyberTV. Die Zukunft des Fernsehens zwischen 0 und 1.“ In *Televisionen*, herausgegeben von Stefan Münker und Alexander Roesler, 127-147. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Tukachinsky**, Riva. 2010. „Para-Romantic Love and Para-Friendships: Development and Assessment of a Multiple-Parasocial Relationships Scale.“ *American Journal of Media Psychology* 3 (1): 73-94.
- Vorderer**, Peter. 1992. *Fernsehen als Handlung. Fernsehfilmrezeption aus motivationspsychologischer Perspektive*. Berlin: edition sigma.
- Vorderer**, Peter. 1998. „Unterhaltung durch Fernsehen: Weiche Rolle spielen parasoziale Beziehungen zwischen Zuschauern und Fernsehakteuren?“ In *Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden*, herausgegeben von Walter Klingler, Gunnar Roters und Oliver Zöllner, 689-707. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

- Vowe**, Gerhard und Philip Henn. 2016. „Leitmedium Fernsehen?“ Bundeszentrale für politische Bildung (09.12.2016). Aufgerufen am 02.07.2023, <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/medienpolitik/172063/leitmedium-fernsehen/#node-content-title-8>
- Wikipedia**. 2023. „Wer stiehlt mir die Show?“ Letzte Bearbeitung am 01.07.2023. Aufgerufen am 04.07.2023, https://de.wikipedia.org/wiki/Wer_stiehlt_mir_die_Show%3F.
- Winter**, Rainer. 1993. „Die Attraktivität von Gameshows.“ In *Fernsehsows. Form- und Rezeptionsanalyse*, herausgegeben von Hans-Otto Hügel und Eggo Müller, 135-137. Hildesheim: Medien und Theater.
- Wulff**, Hans. 1992. „Fernsehkommunikation als parasoziale Interaktion: Notizen zu einer interaktionistischen Fernsehtheorie.“ URL: https://macau.uni-kiel.de/servlets/MCRFileNodeServlet/macau_derivate_00000657/2-35.pdf. [Dokument hat keine Seitenzahlen, Seitenangaben beruhen auf eigener Zählung: 1-9.]
- Wulff**, Hans. 1996a. „Charaktersynthese und Paraperson: Das Rollenverhältnis der gespielten Fiktion.“ In *Fernsehen als ‚Beziehungskiste‘. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*, herausgegeben von Peter Vorderer, 29-48. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wulff**, Hans. 1996b. „Parasozialität und Fernsehkommunikation.“ URL: <http://www.derwulff.de/files/2-64.pdf>. [Dokument hat keine Seitenzahlen, Seitenangaben beruhen auf eigener Zählung: 1-13.]
- Wyver**, John. 1999. „‚Broadcasting‘ und ‚Inhabited Television‘: Neue Formen partizipatorischer Medien.“ In *Televisionen*, herausgegeben von Stefan Münker und Alexander, 148-170. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Medienverzeichnis

„#2 – Das ist privat.“ 2023. Folge des Podcast *Sunset Club* von Sophie Passmann und Joko Winterscheidt. *Spotify*. Folge vom 24.05.2023, 58:50 Minuten. Aufgerufen am 04.07.2023, <https://open.spotify.com/episode/2rJe0Ta9ala2EmBOH4NApt?si=d27aa70c1ac941d4>.

@alia_ins. „FAHRI WE LOVE YOU“ *Twitter-Post* (06.09.2022). Aufgerufen am 04.07.2023, https://twitter.com/alia_ins/status/1567237934935318531?s=20.

@carlgallghers. „ich vermiss wsmnds mit olli schulz ganz dolle, es war einfach das witzigste was je im fernsehen zu sehen war.“ *Twitter-Post* (24.10.2022). Aufgerufen am 04.07.2023, https://twitter.com/carigaiighers/status/1584484915722481664?s=46&t=MwrnFfFzC149Fa_J7WE-gg.

@Catbugcosplay. „Ich bin so traurig, das [sic!] #WSMDS vorbei ist [...]“ *Twitter-Post* (26.03.2023). Aufgerufen am 04.07.2023, <https://twitter.com/Catbugcosplay/status/1640098268829958146?s=20>.

@katzenbecca. „joko ich liebe dich, aber ich will noch eine olli-show“ *Twitter-Post* (23.08.2022). Aufgerufen am 04.07.2023, https://twitter.com/katzenbecca/status/1562181647939813377?s=46&t=MwrnFfFzC149Fa_J7WE-gg.

@l_leonie_e. „Sag’s wie es ist: ich mag den Vibe zwischen Olli und Fahri.“ *Twitter-Post* (23.08.2023). Aufgerufen am 04.07.2023, https://twitter.com/l_leonie_e/status/1562144981019774977?s=20.

@PovejMiKatrina. „Fahri ist einfach 1/1 wie ich in der Schule.“ *Twitter Post* (09.08.2022). Aufgerufen am 04.07.2023, <https://twitter.com/PovejMiKatrina/status/1557082536781676546?s=20>.

@skania.306. „Mein Gehirn in einem Test.“ *TikTok-Post* (20.03.2023). Aufgerufen am 04.07.2023, <https://vm.tiktok.com/ZGJXtesMp/>.

@ViktoriaPoiss. „„Nilam ist die Einser-Schüler [sic!] zwischen den beiden Klassencloawns Olli und Fahri.“ *Twitter-Post* (09.08.2022). Aufgerufen am 04.07.2023, <https://twitter.com/ViktoriaPoiss/status/1557085124512174080?s=20>.

@WandiXXL. „Klaas in #WSMDS Staffel 4!“ *Twitter-Post* (30.08.2022). Aufgerufen am 04.07.2023, <https://twitter.com/WandiXXL/status/1564710932512653319?s=20>.

„Danke für das ganze Geld!“ 2022. Folge des Podcast *Baywatch Berlin* von Klaas Heufer-Umlauf, Jakob Lundt und Thomas Schmitt. *Spotify*. Folge vom 23.09.2022, 01:16:29 Minuten. Aufgerufen am 05.07.2023, <https://open.spotify.com/episode/25pqpmF7p1iFYpgpjL2Q0T?si=EakxsnsTQW6bNoHH3Zz8YA>.

„Die ersten 45 Minuten der ersten ‚Wetten-dass?‘-Show am 14.2.1981.“ Sendungsausschnitt eingestellt von Alles nur Show? Holm Dressler erzählt. *Youtube* (hochgeladen am 09.02.2020), 44:50 min. Aufgerufen am 18.05.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=y5TzJJwPWZ4&t=188s>.

Farooq, Nilam (@nilam.farooq, 2022 a). „[M]ein Herz ist erfüllt von euren Nachrichten und einer unglaublichen Quote!! Danke!!! Es war soooo verdammt knapp“ *Instagram-Post* (11.08.2022). Aufgerufen am 05.07.2023, <https://www.instagram.com/p/ChITbQRMZ4y/?igshid=MzRlODBiNWFiZA==>.

Farooq, Nilam (@nilam.farooq, 2022b). „‘WER STIEHLT NILAM FAROOQ DIE SHOW?!‘ – nächsten dienstag, 20.15h pro7“ *Instagram-Post* (31.08.2022). Aufgerufen am 05.07.2023, <https://www.instagram.com/p/Ch6djmxMXo2/?igshid=MzRlODBiNWFiZA==>.

Kreutzfeldt, Arne. (@arne.kreutzfeldt 2022). „Diese beiden Herren und ihre ca. 150 Freund:innen zünden heute Abend ein Lagerfeuer in ihrem TV an.“ *Instagram-Post* (23.08.2022). Aufgerufen am 08.05.2023, <https://www.instagram.com/p/ChlyiFesPf5/?igshid=MzRlODBiNWFiZA==>.

TikTok. (@jokoundklaas). „Joko und Klaas.“ *TikTok-Kanal*. Aufgerufen am 08.07.2023, https://www.tiktok.com/@jokoundklaas?_t=8dozzn4ljvm&_r=1.

Wer stiehlt mir die Show? D 2023. Staffel 4 (von 5). 6 Folgen. R: Johannes Spiecker. Erstausstrahlung D: 05.01.2021, *ProSieben*. Ausstrahlungszeitraum: 02.08.2022 - 06.09.2022. [Aufruf über Joyn: https://www.joyn.de/serien/wer-stiehlt-mir-die-show?gclid=CjwKCAjw-vmkBhBMEiwAlrMeFwzNJRhSqr5l5V0jmkzTpQkhQb8uBm84qvhHFd2DIfgN1sB25GZ-hoC0hgQAvD_BwE#clips?utm_source=google_search&utm_campaign=20069725166&utm_term=157166437828.]

„**Wer stiehlt mir die Windel?**“ 2023. Folge des Podcast *Hazel Thomas Hörerlebnis* von Hazel Brugger und Thomas Spitzer. *Spotify*. Folge vom 21.05.2023, 01:20:30 Minuten. Aufgerufen am 04.07.2023, <https://open.spotify.com/episode/5AD3DRA35Pg3HWtUuM1bMr?si=0dd54c7b63b54e34>.

„**Wie Gott sie schuf.**“ 2022. Folge des Podcast *Fest & Flauschig* von Jan Böhmermann und Olli Schulz. *Spotify*. Folge vom 21.05.2022, 01:00:09 Minuten. Aufgerufen am 08.07.2023, https://open.spotify.com/episode/561BaMGCgtjyd5U4dNRptB?si=UMQBt0OqR_WpLQz-HqD3Sg.

Wünsch Dir was. AT DE CH 1969-1972. R: Michael Pfleghar. Erstausstrahlung DE AT: 20.12.1969.

YouTube. (@WSMDS). „Wer stiehlt mir die Show.“ *YouTube*-Kanal. Aufgerufen am 04.07.2023, <https://www.youtube.com/@WSMDS/about>.

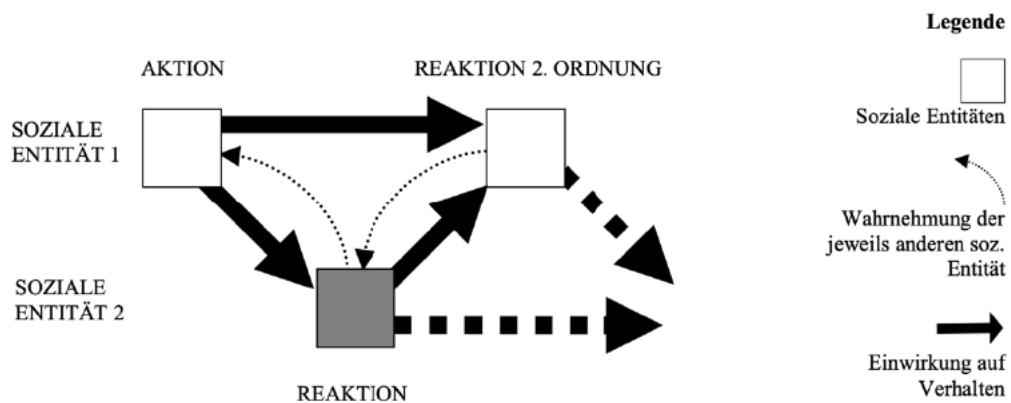
Anhang

TABLE 1
Continuum of Social-Parasocial Interaction

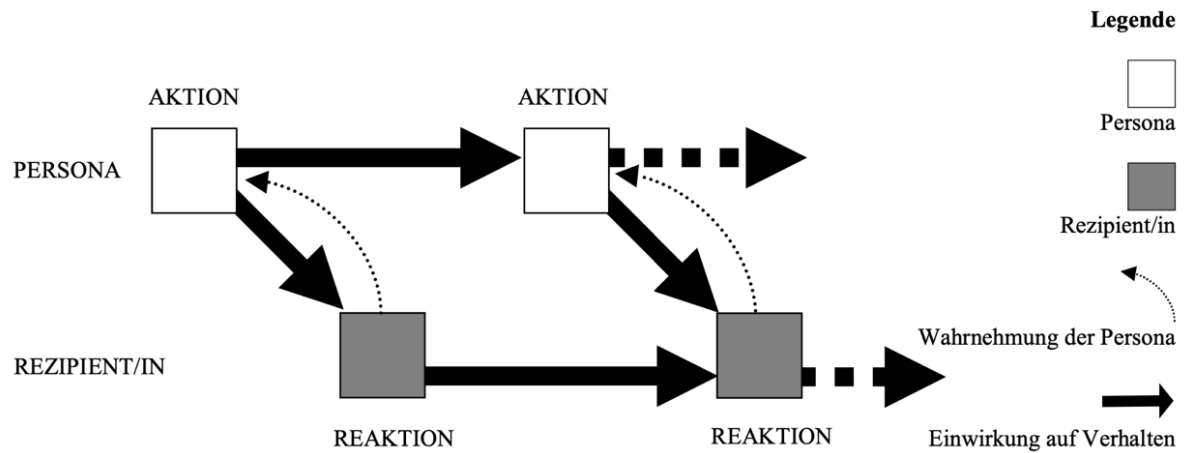
Encounter	Location	Constraints		Potential relationship	
		Formal	Informal	Formal	Informal
SOCIAL					
Dyadic	Proximate	Interview	Conversation	Work colleague	Close friend
	Distant	e-mail message	e-mail message	Future associate	Cyberfriend
Small Group	Proximate	Working group	Friendship group	Colleague	Friend (within group?)
Large Group	Proximate	Board meeting	Party	Future colleague	Future friend
	Distant*	Lecture (re. lecturer)	Lecture (re. fellow student)	Semi-parasocial	Future friend/ colleague
Encounter with Media Figure	Proximate	Fan club convention	Chance meeting	Dyadic, but role bound	As normal dyad?
	Distant	Phone-in show	"Personal" letter	Dyadic, but role bound	Semi-parasocial
First-order PSI	Distant	News broadcast	-	Parasocial, but chance of contact	-
Second-order PSI	Distant	Soap character	-	Parasocial, can only make contact at representative level (i.e., with actor)	-
Third-order PSI	Distant	Cartoon figure	-	Purely parasocial, no chance of contact	-
PARASOCIAL					

Note. *Without formally distinguishing distant from proximate, this may seem a strange example, but I have included audience membership as a distant experience—you breathe the same air as the lecturer but, for various reasons, you may never "meet" him or her.

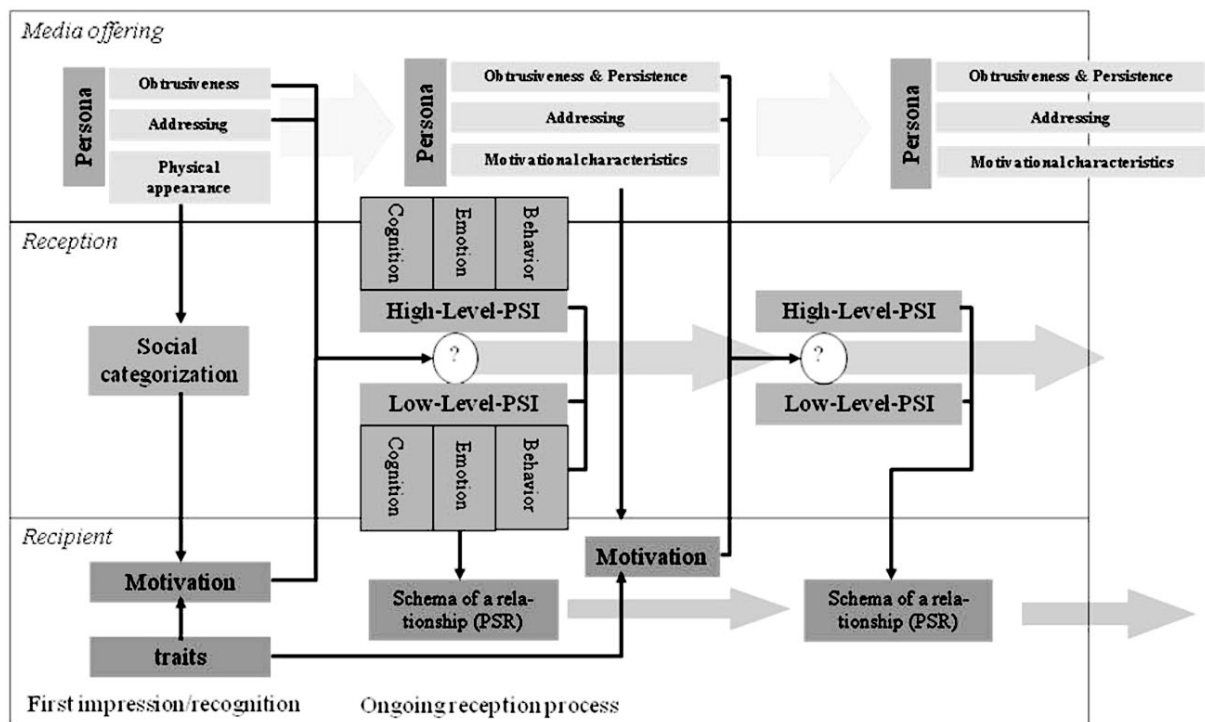
A.1 Continuum of Social-Parasocial Interaction nach Giles 2002, 295.



A.2 Ablauf einer Interaktion nach Hartmann, Schramm und Klimmt 2004, 7.

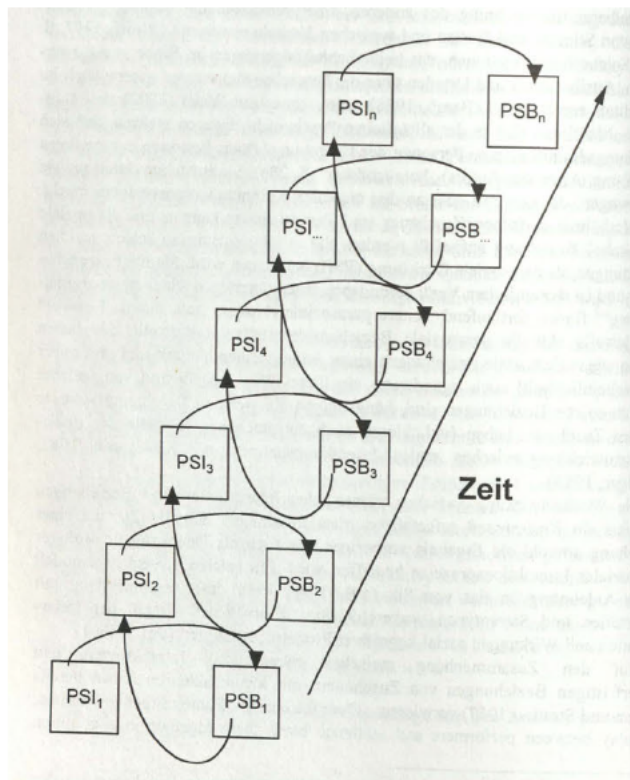


A.3 Ablauf einer parasozialen Interaktion nach Hartmann, Schramm und Klimmt 2004, 10.

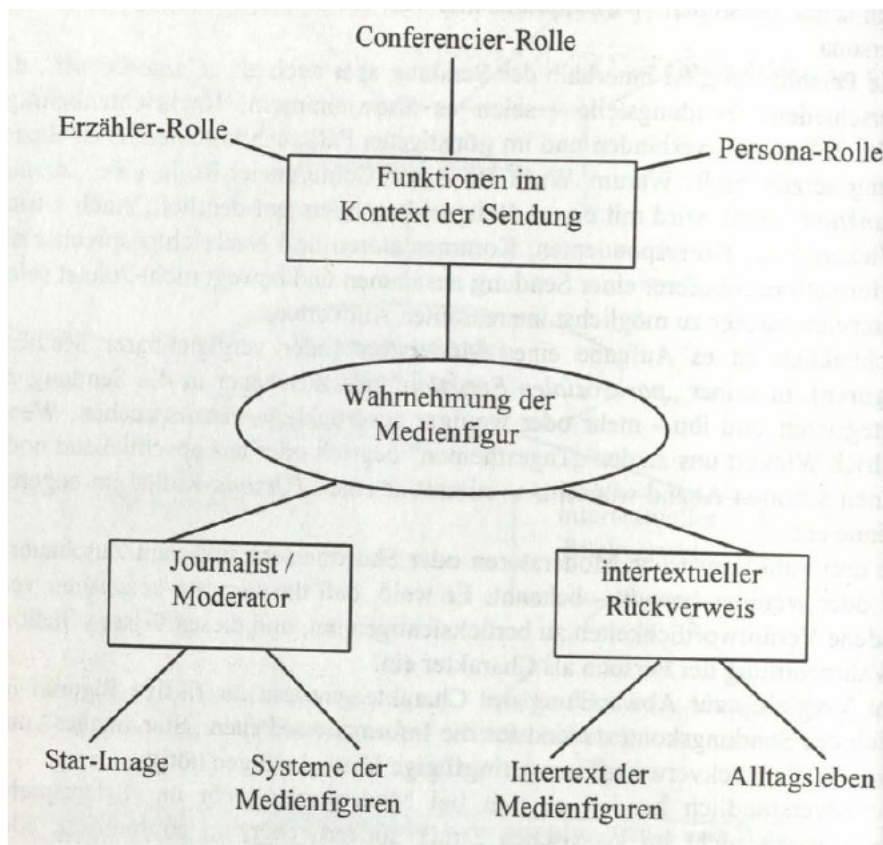


A.4 Zwei-Ebenen-Modell parasozialer Interaktionen nach Hartmann, Schramm und Klimmt, 2004a, 43, zit. n. Schramm/Wirth 2010, 27.¹⁵

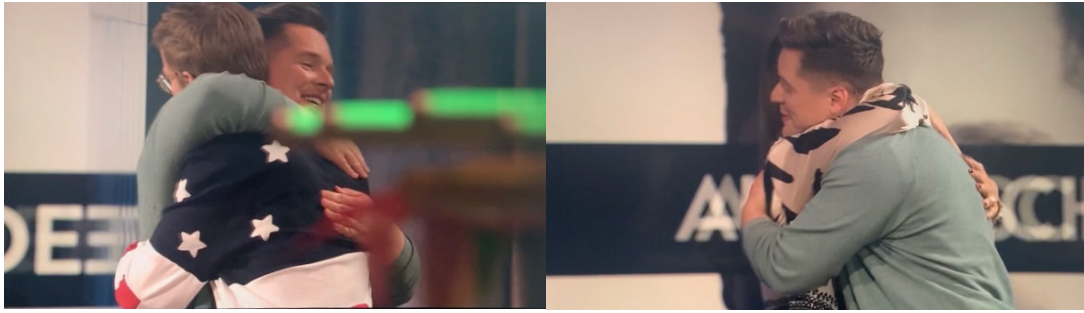
¹⁵ Die Sekundärquelle bietet eine hochwertigere Qualität der Abbildung.



A.5 Kreis-Prozess-Modell parasozialer Beziehungen nach Gleich 1996, 120.



A.6 Charaktersynthese für Medienfiguren in non-fiktionalen Texten nach Knobloch 1996, 52.



A.7 Physische Nähe zwischen Prominenten und Wildcard, S4E5 01:09:26.¹⁶



A.8 Subjektive Kamera, links S4E1 02:06:27 und rechts S4E5 01:33:00.



A.9 Mimik der Personae, links S4E5 01:35:42 und rechts S4E4 01:55:55.

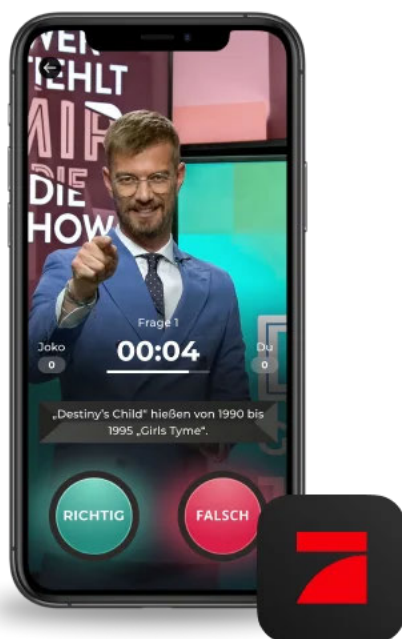
¹⁶ A.7-A.11 stammt aus: Wer stiehlt mir die Show? D 2023. Staffel 4. R: Johannes Spiecker. Erstausstrahlung D: 05.01.2021, *ProSieben*. Aufruf über Joyn: https://www.joyn.de/serien/wer-stiehlt-mir-die-show?gclid=CjwKCAjw-vmkBhBMEiwAlrMeFwzNJRhSqr5l5V0jmzkTpQkhQb8%20uBm84qvhHfD2DI fgN1sB25GZ-hoC0hgQAvD_BwE#clips?utm_source=google_se%20arch&utm_campaign=20069725166 &utm_term=157166437828.



A.10 Montage S4E5 01:50:52.



A.11 Die Studiokulisse als gewohnter PSI-Raum, S4E6 01:44:36.



A.12 Du gegen Joko, <https://www.prosieben.de/serien/wer-stiehlt-mir-die-show/du-gegen-joko>.

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne die Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe.

Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus veröffentlichten und nicht veröffentlichten Schriften entnommen wurden, sind als solche unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

Diese Arbeit ist in gleicher oder ähnlicher Form im Rahmen einer anderen Prüfung noch nicht vorgelegt.

Köln, den 18.07. 2023 Unterschrift: 