

Helmut Schanze, Manfred Kammer (Hg.): Interaktive Medien und ihre Nutzer (Bd. 1). Voraussetzungen, Anwendungen, Perspektiven
Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft 1998, 200 S.,
ISBN 3-7890-5231-0, DM 58,–

Die Interaktivität der Medien beflügelt die Theoriebildung der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Nutzung und Rezeption gelten zunehmend weniger als passive Prozesse der Informationsaufnahme sondern vielmehr als aktive und selektive Handlungen, die theoretisch und empirisch zu beschreiben und zu beobachten sind. Diese Herausforderung stiftet aber per se nicht die Einheit einer Disziplin Medienwissenschaft.

Der Mitherausgeber, der Siegener Literatur- und Medienwissenschaftler Helmut Schanze, behauptet jedenfalls etwas unvermittelt im Vorwort, Medienwissenschaft sei als „Querschnittswissenschaft zu verstehen, an der eine Vielzahl von Medienwissenschaften beteiligt ist“, wobei die einzelnen Ansätze „projektorientiert integriert“ werden müßten. Tatsächlich versammelt der Band wirtschaftswissenschaftliche, soziologische, kommunikationswissenschaftliche und psychologische Beiträge anlässlich einer Jahrestagung des Siegener Sonderforschungsbereiches über „Nutzerrollen in den Interaktiven Medien“.

Der Wiener Ökonom Hanns Abele fragt zunächst, welche Rolle dem *homo oeconomicus* in Netzwerken zugewiesen ist. Zumindest die ökonomischen Standardtheorien von Arrow über Debreu, Pareto und Walras – so der Verfasser – seien der Herausforderung durch die Netzwerke derzeit noch nicht gewachsen. Der Soziologie Klaus Schrape, Vizedirektor der renommierten *Prognos AG* in Basel, zeigt für den Bereich Multimedia ambivalente Entwicklungsperspektiven. Konstruktivismus und Systemtheorie wären für den Prognostiker und Berater eine „hochgeeignete Basis“, um die Grundbegriffe, Paradoxien, konkrete Ambivalenzen und empirischen Evidenzen in diesem neuen Feld, oder sagen wir besser: Marktsegment, theoretisch zu durchdringen und für Vorhersagen zu operationalisieren. Der gut lesbare Beitrag bietet einen umfassenden Überblick zur Multimedia-Marktentwicklung mit zahlreichen instruktiven Tabellen und Schaubildern. Die Kommunikationstechniker Firoz Kaderal und Markus Schneider beleuchten in ihrem Kurzbeitrag die Nutzerrolle als rekursives System von Nutzerbedarf und Technikentwicklung. Der Siegener Medienwirt Kai-Peter Keusen problematisiert in seinem Aufsatz den Urheberrechtsschutz im Internet, dessen wichtigste Aspekte kenntnisreich erörtert werden. Keusen spricht in vergleichender Perspektive auch internationale Rechtsauffassungen und -erfahrungen sowie den Werk- und Rundfunkbegriff an.

Alexander Felsenberg, geschäftsführendes Mitglied des deutschen Multimediaverbandes, zeichnet die historische Abfolge und Entwicklung technischer und nutzenbezogener Standards und 'interaktiver' Medien nach. Fernsehen und Computer bzw. die Vernetzung haben jeweils eine technische sowie anwendungs- und inhaltsbezogene Konvergenz gezeigt. Das 'interaktive' Fernsehen wird durch die Digitalisierung zum 'individualisierten' Fernsehen. Interaktivität wird bereits bei bzw. mit Online-Medien eingeübt.

Die Redakteurin Sahinanz Emine Akalin thematisiert das Verhältnis von Frauen und Internet. Behandelt werden einige typische Klischees zu einer angeblichen weiblichen Überforderung, zu Hemmschwellen, zu Interaktionsformen und Motiven der Frauen. Akalin sieht keine wesentlichen Qualitätsveränderungen im kommunikativen Handeln von Frauen im Netz. Die Hannoveraner Kommunikationswissenschaftler Lutz Goertz und Romy Fröhlich fragen am Beispiel der Kommunikation zwischen Männern und Frauen, ob Nutzer im Usenet als Diskussionspartner oder als Selbstdarsteller aufzufassen sind. Dort, wo Frauen die Inhalte des Mediums selbst aktiv gestalten, fallen die Themen weniger geschlechtsstereotyp und vor allem weniger diskriminierend aus.

Philipp Heidkamp, künstlerisch-wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Kunsthochschule für Medien in Köln untersucht Anforderungen an die Gestaltung interaktiver Medien und stellt eine in der experimentellen Auseinandersetzung mit seinen Fragen produzierte CD-ROM *Einbildungskräfte* vor.

Peter Vorderer und Silvia Knobloch, Medienpsychologen am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung an der Hochschule für Musik und Theater, Hannover, skizzieren ein Forschungsprojekt zum Erleben interaktiver Fernsehfilme. Analysiert werden verschiedene sozio-emotionale Dimensionen, wobei jeweils der Einfluß des Interaktivitätsgrades auf die Identifizierung, parasoziale Beziehungen zum dargestellten Protagonisten und Spannung geprüft werden.

Thomas Beutelschmidt schließlich stellt die Umsetzung interaktiver Medien im Kontext der mediengeschichtlichen Fernsehausstellung „Der Traum vom Sehen“ im Gasometer Oberhausen vor und läßt die wichtigsten Stationen der Fernsehentwicklung Revue passieren.

Der Band bietet eine brauchbare Bestandsaufnahme zur Nutzung interaktiver Medien. Zu kurz kommt allerdings die Einbindung der Befunde in größere kognitions-, kommunikations- und medientheoretische Ansätze, die das Phänomen individualisierter Mediennutzung und -rezeption erklären könnten.

Georg Ruhrmann (Jena)