



Abstracts Workshop „Interaktion im virtuellen Raum – Raum in der virtuellen Interaktion“

Die Abstracts sind chronologisch nach Vortragszeit geordnet.

Einführung in den Workshop: Medien – Sprache – Interaktionsräume

Christa Dürscheid, Universität Zürich

Im Vortrag erfolgt zunächst eine knappe theoretische Verortung des allgegenwärtigen und inflationär gebrauchten Medienbegriffs, dann wird gefragt, welche Merkmale charakteristisch für computerbasierte Interaktionen sind und welche Interaktionsräume sich hier unterscheiden lassen (z.B. simulierte 3-D-Welten, textbasierte Chaträume). Dabei liegt der Schwerpunkt auf der Frage, wie die Interaktionsbeteiligten auf den virtuellen Raum Bezug nehmen (bzw. diesen in der Interaktion erst herstellen) und wo es Schnittstellen zwischen ihrer Positionierung im realen Raum (z.B. mit dem Smartphone im Tram) und ihren Aktivitäten im virtuellen Raum (z.B. Teilnahme an einem Gruppenchat via Smartphone) gibt. Zum Schluss des Vortrags wird gezeigt, dass die Sprache in virtuellen Wahrnehmungs- und Handlungs-räumen zwar eine wichtige Rolle spielt (und deshalb auch im Titel des Vortrags im Mittelpunkt steht), dass aber auch andere Modalitäten (z.B. Bildzeichen in der schriftbasierten Kommunikation, Gesten im simulierten dreidimensionalen Raum, Gestaltung der Avatare) als Zeichenressourcen genutzt werden und dieses Faktum in der linguistischen Interaktionsforschung mehr noch als bisher Berücksichtigung finden sollte.

Raum und Interaktion in *Second Life*

Andreas H. Jucker, Universität Zürich

Miriam Locher, Universität Basel

Manuel Berger, Universität Zürich

Dieser Beitrag versucht die Erkenntnisse der Interdependenz von Raum und Interaktion im realen Raum auf die Wirklichkeit in virtuellen Räumen zu übertragen. Interaktion im realen Raum spielt sich oft in einer Umgebung ab, die durch Architektur oder Möblierung auf eine besondere Art der Interaktion zugeschnitten ist (Hörsaal, Besprechungszimmer, Klassenzimmer, Sitzecke, Küchentisch). Daneben wird Raum in der Interaktion diskursiv kreiert durch die Verwendung von deiktischen Elementen, aber auch durch Gesten, körperlicher Ausrichtung oder durch die Art der Interaktion selber, wenn zum Beispiel ein Vorlesung einen neutralen Raum vorübergehend in einen Hörsaal verwandelt.

In diesem Beitrag wollen wir diesen vielfältigen Zusammenhängen in der virtuellen 3-D Welt von *Second Life* nachgehen. Bei *Second Life* handelt es sich um eine virtuelle Welt, in der die User mit Hilfe von Avataren in 3-D Nachbildungen der realen Welt interagieren, wobei die Interdependenz von Raum und Interaktion eine zusätzliche Komplexität erhält. Unsere Untersuchung basiert auf der Interaktion von Newbies, die an einem (sowohl realen als auch virtuellen) Workshop teilnehmen, um die Computer basierte Interaktion in virtuellen Welten zu reflektieren. Im Rahmen des (virtuellen) Workshops nahmen die Avatare der KursteilnehmerInnen an Klassenaktivitäten und Gruppenarbeiten teil. Für die Interaktion bedienen sie sich verschiedener Kommunikationsformen (voice-over, chat, instant messaging, Gesten, Positionierung der Avatare, etc.) und sie bedienen sich zahlreicher Verhaltensmuster, die vom räumlichen Verhalten im wirklichen Leben übernommen sind, während sie in der virtuellen Realität eigentlich nicht nötig wären (Ausrichtung der Avatare, Distanzen, Hinsetzen im „Hörsaal“, usw.). Unsere illustrativen Fallstudien zeigen die Komplexität des Zusammenspiels von Raum und Interaktion in der virtuellen Welt und was wir dabei über diese Zusammenhänge in der realen Welt lernen können.

Fläche als Raum – Zur 3-D-Metaphorik im WWW

Ulrich Schmitz, Universität Duisburg-Essen

Über die kleine Bildschirmfläche eines Computers oder Smartphones sind im WWW große Teile des gesamten Wissens der Menschheit zugänglich. Um das drastische Missverhältnis zwischen Informationsfülle und Präsentationsenge zu mildern, konzipiert das Bildschirm-design die Fläche als Raum. Vor der Internet-Ära waren Computerbildschirme (etwa zwecks Textverarbeitung) nach dem Vorbild von Schreib-Papier gestaltet,

heute hingegen nach der Idee theatralischer Räume mit vielen Kulissen. Der Übergang erfolgte im letzten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts und ähnelt der Entdeckung der Zentralperspektive in der Renaissance. Die durch Hyperlinks und Screen Design erzeugten virtuellen Räume sind soziale Konstrukte in ähnlicher Weise wie die von der Sozialgeographie (Benno Werlen) beschriebenen materiellen Räume unseres Alltagslebens. Im Gegensatz zu jenen existieren sie allerdings nur als Fiktion: Während materielle Räume durch Zeichen strukturiert und lesbar gemacht werden, werden virtuelle Räume allein durch Zeichen erzeugt. Das geschieht durch ein mehr oder weniger raffiniertes Zusammenspiel der drei Subklassen des Peirceschen Ikons, nämlich Bild-Ikon, Diagramm und Metapher. Im Vortrag werden diese Thesen erläutert und mit zahlreichen Beispielen illustriert.

Virtueller Raum auf YouTube als Ressource für Kohärenz und ‚sense-making‘

Maximiliane Frobenius, Universität des Saarlandes

Die Website YouTube ermöglicht ihren Nutzern die Kommunikation über audiovisuelle Medien (Video) und geschriebene Sprache, insbesondere Zuschauerkommentare, die unter die Videos gesetzt werden können. Im Vortrag werde ich zeigen, dass die Nutzer der Website sich an dem Raum orientieren, der durch das spezifische Design und die Funktionen von YouTube geprägt ist, um miteinander kohärent Interaktionen zu führen. Hierbei tauschen sich die Nutzer der Website über mehrere Modalitäten hinweg aus. Diese beinhalten gesprochene Sprache, (Zeige-) Gesten, geschriebene Sprache sowie die Antwortfunktion und ‚deep link‘, die YouTube zur Verfügung stellt.

Methodologisch basiert der Vortrag auf der amerikanischen Konversationsanalyse (CA), deren Konzepte der temporalen Sequentialität und Adjazenz hier zur Anwendung kommen beziehungsweise erweitert werden. Die Präferenz für das direkte Aufeinanderfolgen zweier Redebeiträge in gesprochener Sprache (‚no gap, no overlap‘) ist unmittelbar an die zeitliche Dimension gebunden, was in asynchroner, geschriebener Kommunikation in Kommentaren zu Videos nicht der Fall ist. Hier zeigt es sich, dass Adjazenz stärker an die räumliche Dimension gebunden ist. Dies lässt sich an ‚tying practices‘, also an Verbindungssignalen erkennen, durch die Interaktanten die Kohärenz ihres Beitrags zu einem anderen Beitrag signalisieren. Es wird in diesem Vortrag also vorgeschlagen, das Konzept der Adjazenz als Konstrukt aus mehreren Komponenten zu verstehen, in dem neben der zeitlichen Dimension insbesondere die räumliche Dimension als Organisationsprinzip hervortritt. Die Daten für die Studie stammen aus einem Korpus von über 40 englischsprachigen Video Blogs, die zwischen 2010 und 2012 auf YouTube hochgeladen wurden (inkl. der dazugehörigen Zuschauerkommentare).

Le droit à Ludic! – Sprache und Raum aus der Game-Design-Perspektive

Margarete Jahrmann, Zürcher Hochschule der Künste

MUDs und MOOS, die Multiuser Dungeons früher (Game Design-) Jahre und erste grafische Avatar-Spiele wie Habitat (1984, c64) thematisieren Raum über Text. Hier fallen Code und Konversation über den Raum zusammen, jede Beschreibung eines Raumes wird über die räumliche Beschreibung hinaus (/You enter a black closet) selbst zur Programmierung. Indem man den Raum (computer-)sprachlich beschreibt, wird er auch gleichzeitig programmiert. Diese Worldbuilder-Effekte setzen sich in den aktuellen Games fort, etwa wenn in 3D Shootern der Raum im Editor über ein ‚Carve-Out‘ Kommando ausgehöhlt und auf diese Art und Weise während des Spielens neu geschaffen wird. Ich möchte diese Praxis anhand einer Pionier Game Art Arbeit, ‚Nybble Engine-Tool‘, analysieren [<http://www.climax.at/nybble-engine-tool/shooter.html>]. (Prix Ars Electronica 2003, Transmediale software Art award 2004, Arco Electronico Madrid 2006)

Das künstlerische Konzept des Schaffens von Raum über Spiel soll im Vergleich zur technologischen Entwicklung der Games zur Diskussion gestellt und als philosophisches Konzept angedacht und angeregt werden. Inwieweit bewegen sich die selbstermächtigt beschreibenden Spieler vom *perceived* über den *conceived* zum *lived space*? Inwiefern sind im *creative game* sowohl das Erleben eines Spiels als auch das Game Design räumlich bedingt? Das aktivistische revolutionäre Potential der Raumkonzeption von Henri Lefebvre (1968), ausgeführt in ‚Le droit à la ville‘, kann hier noch immer oder wieder aktualisiert als Rahmung der Analyse der Games, im simulierten 3D Raum und realen urbanen Spielfeld, Sinn schaffen. Die künstlerische Praxis der performativen Raum-Erschließung als aktuelle Rhetorik des Spiels ebnet das Feld für Theorien der Rückeroberung der Städte. Gegenwärtige Bürgerinitiativen in Hamburg, Istanbul, Wien und wohl auch Zürich

(?) besprechen ebenso wie Lefebvre Raum und Aktion, in verschiedenen Kategorien, als *conceived*, *perceived* und *received space*, als Räume, die wahrgenommen, erkannt und rhetorisch erfunden werden. Diese Welterfindung wird in der Mechanik Urbaner Spiele deutlich.

In Urban Games, die Game-Rhetoriken ins Alltägliche übertragen (Gamification), streichen die Spieler durch die Städte, nehmen ihre Topographie im Parcours und manifestieren sich im physischen Dialog mit Sprachen der Gamer und politischer Aktivisten. Die Raumwahrnehmung im Spiel hat einen neuen Inhalt bekommen: das von Datenanalyse und Totalüberwachung geprägte technoide Leben.

Vom Eintauchen in medial vermittelte Welten

David Weibel, Universität Bern

Welche Prozesse laufen bei jemandem ab, der alles um sich herum vergisst und von einem Medium völlig in Bann gezogen wird? Solche sogenannten Immersionserfahrungen können sowohl mit *Presence* als auch mit *Flow* und *Enjoyment* erklärt werden. *Presence* wird als Illusion der Nicht-Medialität beschrieben (Lombard & Ditton, 1997) und bezieht sich darauf, in welchem Ausmass sich ein Rezipient perzeptuell in der medialen Wirklichkeit anwesend und in der „realen“ Welt abwesend fühlt. *Enjoyment* als Gefallensurteil wird in Studien zu Medienrezeption immer wieder als Schlüsselvariable bezeichnet und gilt als eine emotionale Reaktion auf mediale Stimuli (vgl. Oliver, 2003). *Flow* wiederum kann als Aufgehen in einer Tätigkeit beschrieben werden und ist insbesondere bei Computerspielen ein relevanter Aspekt (vgl. Weibel & Wissmath, 2011). Empirische Befunde legen nahe, dass Interaktion und Kompetition einerseits das Eintauchen in eine mediale Welt fördern können (Weibel et al. 2008) und andererseits kognitive Prozesse eine wichtige Rolle spielen: So konnte gezeigt werden, dass Personen eher in eine Filmwelt eintauchen, wenn sie glauben, dass diese sie physiologisch erregt, und dass *Presence*-Empfinden emotionale Reaktionen sowie *Enjoyment* intensiviert (Weibel et al., 2012). Eine Reihe von Untersuchungen zeigt weiter, dass Immersions-Erfahrungen stark von individuellen Charakteristika der RezipientInnen abhängig sind: So hängen beispielsweise Extraversion und Neurotizismus sowie Offenheit für Erfahrung positiv mit der Tendenz zusammen, in mediale Welten einzutauchen (Weibel et al., 2010; Weibel et al., 2011b). Diese Befunde sollen im Rahmen des Vortrages erläutert und diskutiert werden.

Literatur

- Lombard, M., & Ditton, T. (1997). At the heart of it all: The concept of presence. *Journal of Computer-mediated communication*, 3(2). Available: <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue2/lombard.html>
- Oliver, M. B. (2003). Mood management and selective exposure. In J. Bryant, J. Cantor, & D. Roskos-Ewoldsen (Eds.), *Communication and emotions: Essays in honor of Dolf Zillmann* (pp. 85–06). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Weibel, D., & Wissmath, B. (2011). Immersion in computer games – the role of spatial presence and flow. *International Journal of Computer Games Technology*. Article ID 282345, 1–14, doi:10.1155/2011/282345
- Weibel, D., Wissmath, B., Habegger, S. Steiner, Y., & Groner, R. (2008). Playing online games against computer versus human controlled opponents: effects on presence, flow, and enjoyment. *Computers in Human Behaviour*, 24, 2274–2291.
- Weibel, D., Wissmath, B. & Mast, F. W. (2010). Immersion in mediated environments – the role of personality traits. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(3), 251–256.
- Weibel, D., Wissmath, B., & Mast, F. W. (2011). The Role of Cognitive Appraisal in Media-Induced Presence and Emotions. *Cognition and Emotion*, 25(7), 1291–1298.

Raum in der schriftlichen internetbasierten Kommunikation: Lokaldeixis in Chats und Wikipedia-Diskussionen

Michael Beißwenger, TU Dortmund

Im Gegensatz zu den „Nennwörtern“ einer Sprache (Bühler 1934), deren Bedeutung im Gebrauch auf der Grundlage symbolischer Zuordnungen erschlossen werden kann, ist die Bedeutung von „Zeigwörtern“ (*Deixis* oder *Deiktika*) wie „ich“, „du“, „hier“, „dort“, „jetzt“ *subjektiv* und *situationsabhängig*: Ihre Semantisierung ist untrennbar an den Ausgangspunkt (*Origo*) eines Koordinatensystems geknüpft, das vom jeweiligen Sprecher/Schreiber gesetzt wird und das von den Adressaten notwendigerweise als Ausgangspunkt des sprachlichen Zeigens rekonstruiert werden muss, um die mit der Verwendung einzelner Zeigwörter vorgenommenen Fokussierungen nachzuvollziehen.

Im Fall des *lokalen* sprachlichen Zeigens (im Deutschen anhand der Adverbien „hier“, „da“ und „dort“) muss für den Bezug des Zeigworts auf das vom Sprecher/Schreiber intendierte Verweisziel zunächst der *Verweisraum* erschlossen werden, in dem der Sprecher/Schreiber seine Zeigoperation vollzieht und in dem er situationsabhängig Nah- und Fernbereiche konstituiert. Bereits in der Kommunikation von Angesicht zu



Angesicht muss der Verweisraum nicht notwendigerweise im gemeinsamen Anschauungsraum der Kommunikationsbeteiligten angesiedelt sein; vielmehr können neben dem Raum der Äußerungssituation (*situative Deixis*) auch vorgestellte Räume (*Deixis am Phantasma*) sowie die Abfolge der Redegegenstände im Diskurs (*Diskursdeixis*) als topologische Konzepte fungieren, innerhalb derer mittels lokaler Zeigwörter deiktisch verwiesen wird. Im Falle schriftlicher Kommunikation steht darüber hinaus die Möglichkeit des Zeigens auf Elemente der schriftlichen Verbalisierung zur Verfügung (*Lokutive Textdeixis*).

Der Vortrag beschäftigt sich mit Besonderheiten der lokalen Deixis in dialogischen Formen schriftlicher internetbasierter Kommunikation. Ausgehend von einigen grundlegenden deixistheoretischen Differenzierungen (Bühler 1934, Ehlich 1978, Klein 1979, Hoffmann 1997 und andere) werden u.a. die folgenden Fragen behandelt:

- Welche besonderen Herausforderungen ergeben sich in der schriftlichen internetbasierten Kommunikation bei der sprachlichen Herstellung geteilter Orientierung über deiktische Verweisräume?
- Wie gehen die Kommunikationsbeteiligten mit diesen Herausforderungen um?
- Variiert die präferierte Nutzung bestimmter Arten von Verweisräumen in Abhängigkeit zu Kontextfaktoren?
- Liefert der Umgang mit Lokaldeiktika Indizien darauf, wie die SchreiberInnen ihren kommunikativen Austausch in unterschiedlichen Kommunikationsumgebungen konzipieren?

Um Hinweise zur Beantwortung dieser Fragen zu gewinnen, wird zunächst anhand von Datenbeispielen eine Typologie von Raumkonzepten entwickelt, die in schriftlicher internetbasierter Kommunikation als deiktische Verweisräume genutzt werden. Anschließend wird für die Verwendung von „hier“ und „dort“ in ausgewählten Kommunikationsformen und Nutzungskontexten empirisch untersucht, welche Verweisraumkonzepte eine prominente Rolle spielen. Die Datenbasis für die vorgestellten Untersuchungen bildet zum einen das Dortmunder Chat-Korpus, eine für linguistische Recherchezwecke aufbereitete Sammlung von Chat-Mitschnitten aus unterschiedlichen sozialen Handlungsbereichen (<http://www.chatkorpus.tu-dortmund.de>), zum anderen eine Stichprobe von Diskussionsseiten aus der deutschsprachigen Wikipedia, auf denen Wikipedia-AutorInnen über Artikel der Online-Enzyklopädie diskutieren und ihren kooperativen Schreibprozess organisieren.

Die Ergebnisse leisten einen Beitrag zur empirischen Beschreibung sprachlicher Mittel für den Zugriff auf Raum und zum besseren Verständnis der Herstellung interpersonalen Orientierung *über* Raum in Formen technisch vermittelter schriftlicher Kommunikation.