

# Eine Forschungsarbeit zu parasozialen Beziehungen

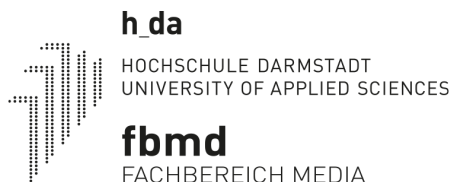
*Die Neuen Sozialen Medien begünstigen parasoziale Beziehungen, weshalb der hohe Gebrauch der Digital Natives zu unbefriedigten sozialen Grundbedürfnissen und einer sozialen Isolation führt.*

Elina Faber

750649

Domenika Tomasovic

752135



Betreut durch Prof. Andrea Krajewski

# Inhaltsverzeichnis

<b>Eigenständigkeitserklärung</b>	<b>4</b>
<b>Konventionen</b>	<b>5</b>
0.1 Kürzel	5
0.2 Gender-Hinweis	5
0.3 Zitierstil	5
0.4 Abbildungsverzeichnis	5
<b>Glossar</b>	<b>6</b>
<b>Akronyme</b>	<b>6</b>
<b>Abstract</b>	<b>7</b>
<b>1 Einleitung</b>	<b>9</b>
1.1 Motivation	9
1.2 Methode und Umfang	10
<b>2 Hauptteil</b>	<b>11</b>
2.1 Die Neuen Sozialen Medien	11
2.1.1 Die Klassifikation der Neuen Sozialen Medien	12
2.2 Die Generation der Digital Natives	14
2.2.1 Das Internet, der beste Freund?	15
2.2.2 Wofür nutzen sie die NSM?	15
2.3 Die sozialen Grundbedürfnisse - Theorien und empirische Befunde	16
2.3.1 Sigmund Freud und das Lustprinzip	16
2.3.2 Maslow und die Bedürfnispyramide	16
2.3.3 Klaus Grawe und die vier Grundbedürfnisse	17
2.3.4 Entwicklungsaufgaben und Bedürfnisse der Jugend	22
2.4 Die soziale Isolation	24
2.4.1 Die objektive und subjektive soziale Isolation	24
2.4.2 Soziale Isolation in Zeiten von den NSM	25
2.4.3 Die Auswirkungen der sozialen Isolation	27
2.5 Aus Interaktionen entstehen Beziehungen	28
2.5.1 Von ortho-sozialen zu parasozialen Beziehungen	29
2.5.2 Parasoziale Interaktionen & Parasoziale Beziehungen	29
2.5.3 PSI Prozesse und ihre Intensität	31
2.5.4 Das Absorption-Addiction Modell	32
2.5.5 Intensitätsbestimmende Faktoren von PSI-Prozessen	33
2.6 Das Spektrum parasozialer Beziehungen	35
2.7 Warum gerade die Digital Natives so viele parasoziale Beziehungen haben	39
2.7.1 Darum ist ihr Konsumverhalten so hoch	39
2.7.2 Die NSM sind für PSI und PSB designed	40
2.7.3 Die Neuen Sozialen Medien im Vergleich	44
2.8 Beziehungsaufbau vor und in Zeiten von Neuen Sozialen Medien	46
2.8.1 Was unterscheidet PSB von ortho-sozialen Beziehungen?	48
2.8.2 Warum pflegen die Digital Natives parasoziale Beziehungen?	50

2.8.3	Sind Digital Natives reale Freundschaften und der ortho-soziale Kontakt wichtig? . . . . .	53
2.8.4	Wie versucht wird fehlende Komponenten zu kompensieren . . . . .	55
2.9	Soziale Isolation als Folge . . . . .	59
2.9.1	Ein Bild sagt mehr als tausend Worte . . . . .	62
2.9.2	Digitale Bindungen erfordern Zeit und Bemühung . . . . .	62
2.9.3	Mehr NSM, mehr soziale Isolation? . . . . .	62
2.9.4	Was macht das mit uns? . . . . .	63
<b>3</b>	<b>Diskussion</b>	<b>73</b>
3.1	Ergebnis . . . . .	80
3.2	Kritische Reflektion . . . . .	80
3.3	Ausblick . . . . .	81
	<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>82</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>83</b>



## **Eigenständigkeitserklärung**

Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die im Literaturverzeichnis angegebenen Quellen benutzt habe.

Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus veröffentlichten oder noch nicht veröffentlichten Quellen entnommen sind, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Zeichnungen oder Abbildungen in dieser Arbeit sind von mir selbst erstellt worden oder mit einem entsprechenden Quellennachweis versehen.

Diese Arbeit ist in gleicher oder ähnlicher Form noch bei keiner anderen Prüfungsbehörde eingereicht worden.

## **Erklärung zur Archivierung**

Mit der Archivierung der gedruckten Abschlussarbeit in der Bibliothek bin ich einverstanden.

*Darmstadt, 07.05.2020*



Elina Faber



Domenika Tomasovic

## Konventionen

### 0.1 Kürzel

Der jeweilige Autor wird anhand ihres Kürzels unter dem Text markiert. Steht unter dem Text kein Kürzel, dann wurde er gemeinschaftlich verfasst.

DT Domenika Tomasovic

EF Elina Faber

### 0.2 Gender-Hinweis

Die gesamte Forschungsarbeit verwendet eine neutrale Form der Worte und ordnet diese somit keinem Geschlecht zu. Sollte das nicht möglich sein, wurde darauf geachtet sowohl das Maskulinum als auch Femininum zu verwenden.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei dem Begriff *Rezipient* eine Ausnahme gemacht und die Sprachform des generischen Maskulinums angewandt. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form dieses Wortes geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

### 0.3 Zitierstil

Zitiert wird nach den Richtlinien der [American Psychological Association \(APA\)](#).

Im Text wird entweder indirekt oder direkt zitiert. Die verwendeten Zitate werden in runden Klammern mit dem Nachnamen des Autors/ der Autorin, der Jahreszahl und ggf. der Seitenzahl gekennzeichnet.

Indirektes Zitieren: Bei indirekten Zitaten fasst man die gelesenen Inhalte mit eigenen Worten zusammen. Man zitiert die Quelle mit der Angabe des Nachnamens der Autor/inn/en und der Jahreszahl.

z. B.: Horton Wohl, 1956

Direktes Zitieren: Wenn man direkt zitiert – also Textteile wortwörtlich aus der Quelle entnimmt – muss neben der Angabe des Nachnamens und der Quelle zusätzlich auch die Seite angegeben werden, auf der sich die zitierte Textstelle befindet.

z. B.: Horton Wohl, 1956, S. 215

Das Literaturverzeichnis ist alphabetisch nach den Nachnamen der Autoren/ Autorinnen geordnet.

z. B.: Horton, D. & Wohl, R. R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.

### 0.4 Abbildungsverzeichnis

Die Abbildungsquellen stehen direkt unter den Abbildungen in Verbindung mit einer kurzen Beschreibung. Abbildungen ohne Quellenangabe stammen von den Autoren. Das Abbildungsverzeichnis ist nach den Seitenzahlen auf denen sich diese befinden geordnet.

## Glossar

**affektive** Affektion ist die gefühlsmäßige Einschätzung von etwas (Poth, 2013, S. 11). 31, 32

**konative** Das Wort konativ steht für handlungsbezogen (Berwanger, n. d.). 31, 32

**On demand** On demand ist ein „*Programm-Konzept, bei dem der Kunde Zeitpunkt und Inhalt seiner TV-Nutzung frei bestimmen kann [...] (Lackes, n. d.).*“ . 37

**ortho-soziale Interaktion** Als ortho-soziale Interaktion wird die echte Face-to-Face Interaktion bezeichnet (Rafaeli, 1990, S. 174). 45, 57, 64, 81

**perzeptiv-kognitive** Mit perzeptiv-kognitiv ist die zentrale Wahrnehmungsverarbeitung gemeint (Schipper, 2011, S. 327). 31, 32

## Akronyme

**APA** American Psychological Association. 5

**FOMO** fear of missing out. 53, 73

**NSM** Neue Soziale Medien. 9–12, 14, 15, 25, 36, 39, 40, 42–49, 51, 52, 54, 55, 59, 61, 62, 64, 66, 70, 71, 73–75, 80, 81

**PSB** Parasoziale Beziehung. 29, 30, 32, 35–37, 39, 48, 49, 51, 52, 55, 70, 73–76, 80, 81

**PSI** Parasoziale Interaktion. 29–33, 38, 42–45, 51, 52, 70, 74, 81

## **Abstract**

**DE** Parasoziale Beziehungen werden mit den Neuen Sozialen Medien, vor allen bei den Digital Natives, immer präsenter. Die möglichen Folgen dessen, wie unbefriedigte soziale Grundbedürfnisse oder soziale Isolation, sind jedoch kaum erforscht.

Ziel dieser Forschungsarbeit ist es zu bestimmen, inwiefern parasoziale Beziehungen in den Neuen Sozialen Medien die Grundbedürfnisse der Digital Natives unerfüllt lassen und ob eine Korrelation mit einer sozialen Isolation besteht. Um die Forschungsfrage zu beantworten, wurden die einzelnen Themenbereiche mit vorhandener wissenschaftlicher Literatur aufgearbeitet. Um die soziale Extremsituation der Covid-19-Pandemie und deren Auswirkungen auf die Nutzung der Neuen Sozialen Medien und einer gefühlten sozialen Isolation miteinzubeziehen, wurde eine Umfrage mit über 300 Teilnehmenden durchgeführt. Die Antworten zeigen, dass die Neuen Sozialen Medien für die Teilnehmenden den ortho-sozialen Kontakt nicht ersetzen können und sich die Mehrheit sozial isoliert fühlt.

Die Ergebnisse der Forschung entsprachen weitgehend der Hypothese, obwohl die These nicht eindeutig verifiziert oder falsifiziert werden kann. Es zeigt sich, dass die Neuen Sozialen Medien in einer Weise designed sind, die das Entstehen von parasozialen Beziehungen begünstigt. Zum heutigen Stand kann außerdem gesagt werden, dass die Grundbedürfnisse der Digital Natives weder über die Neuen Sozialen Medien noch mit parasozialen Beziehungen befriedigt werden können. Der Rezipient sollte ein gesundes Maß finden und parasoziale Beziehungen nicht als Ersatz für soziale Beziehungen verstehen.

Auf dieser Grundlage ist es empfehlenswert, ein Experiment durchzuführen, das die direkte Korrelation zwischen den Neuen Sozialen Medien, den Grundbedürfnissen der Digital Natives und einer möglichen sozialen Isolation als Auswirkung unbefriedigter Grundbedürfnisse untersucht.

### **Forschungsthese**

Die Neuen Sozialen Medien begünstigen parasoziale Beziehungen, weshalb der hohe Gebrauch der Digital Natives zu unbefriedigten sozialen Grundbedürfnissen und einer sozialen Isolation führt.

### **Schlagwörter**

Parasoziale Interaktion, Parasoziale Beziehung, Digital Natives, Grundbedürfnisse, Soziale Isolation, Coronavirus



**EN** Parasocial relationships are becoming increasingly present with the New Social Media, especially among the digital natives. However, the possible consequences of this, such as unsatisfied basic social needs or social isolation, have hardly been researched. The aim of this research project is to determine the extent to which parasocial relationships in the New Social Media leave the basic needs of the digital natives unfulfilled and whether there is a correlation with social isolation.

In order to answer the research question, the individual subject areas were reviewed using existing scientific literature. In order to include the extreme social situation of the Covid-19-pandemic and its effects on the use of New Social Media and a perceived social isolation, a survey with over 300 participants was conducted. The answers show that the New Social Media cannot replace ortho-social contact for the participants and that the majority does feel socially isolated.

The results of the research largely corresponded to the hypothesis, although the thesis can not be clearly verified or falsified. It turns out that the New Social Media are designed in a way that encourages the development of parasocial relationships. Based on the current situation, it can also be said that the basic needs of the digital natives can not be satisfied either through the New Social Media or through parasocial relationships. The recipient has to find a healthy balance and should not attempt to see parasocial relationships as a replacement for social relationships.

On this basis, it is recommended to conduct an experiment that investigates the direct correlation between the New Social Media, the basic needs of the digital natives and possible social isolation as an effect of unsatisfied basic needs.

### **Research thesis**

The new social media encourages parasocial relationships, which is why the high use of digital natives leads to unfulfilled basic social needs and a feeling of social isolation.

### **Keywords**

Parasocial interaction, parasocial relationship, digital natives, basic needs, social isolation, coronavirus

# 1 Einleitung

## 1.1 Motivation

Gerade jetzt, während der Covid-19-Pandemie, wird durch eine soziale Isolation und dem fehlenden Kontakt zu Freunden und Familie aufgezeigt, wie wichtig die **Neue Soziale Medien (NSM)** geworden sind. Das Thema trifft den Nerv der Zeit. Netzbetreiber wie die Telekom schenken Kunden jeden Monat 10 GB Datenvolumen zu ihren laufenden Verträgen.

*„Nachdem o2, Blau und Aldi Talk auf die Coronavirus-Pandemie reagiert und die Drosselung nach Verbrauch des schnellen LTE-Datenvolumens gelockert haben, folgt nun die Telekom. [...] Alle Kunden erhalten mit sofortiger Wirkung 10 GB LTE-Datenvolumen geschenkt (Hryciuk, 2020).“*

Das Internet gilt als wichtiges Gut. Die NSM scheinen eine einfache Art zu sein, Menschen unter diesen Umständen bei Laune zu halten. Unabhängig von dem momentanen Zustand ist es interessant, wie sich die Grenze zwischen Beziehungen in der *echten* Welt im Gegensatz zu Beziehungen über die NSM verändert hat.

Daher beschäftigt sich dieses Research Paper mit der Leitfrage, ob die NSM parasoziale Beziehungen begünstigen, weshalb der hohe Gebrauch dieser zu unbefriedigten sozialen Grundbedürfnissen und einer sozialen Isolation führt. Um die Untersuchung einzugrenzen, bezieht sich das Paper auf die Generation der Digital Natives.

Die jetzige Zeit ohne Tiktok, Instagram, Snapchat, YouTube und weitere NSM zu überstehen, kann sich diese Generation nicht vorstellen. Indizien dafür liefert ein neuer Weltrekord, den Frankfurt am DE-CIX (Deutscher Commercial Internet Exchange) am 11. März 2020 mit über 9,1 Terabit geknackt hat. 9 Terabit pro Sekunde entsprechen einer Übertragung von über 2 Millionen Videos in HD-Qualität gleichzeitig. Noch nie wurden an einem Internetknoten zu Spitzenzeiten so viele Daten ausgetauscht („CIX mit neuem Weltrekord: Mehr als 9 Terabit pro Sekunde Datendurchsatz am Frankfurter Internetknoten“, n. d.).

Aber auch ohne die vorherrschende Situation, sind NSM nicht wegzudenken, da die Zielgruppe der Digital Natives das soziale Leben nie ohne den Faktor der sozialen Netzwerke kennengelernt hat. Gerade deshalb soll sich diese Arbeit mit der Frage beschäftigen, ob diese Medien beidseitige Beziehungen in den Schatten stellen, beziehungsweise einseitige Beziehungen fördern und somit dafür sorgen, dass Isolation, auch ohne ein weltweit verbreitetes Virus, kein Fremdwort für manche Menschen ist.

## 1.2 Methode und Umfang

Schon Monate bevor die Covid-19-Pandemie und deren Folgen zum Alltag wurden, stand fest, dass das Thema der vorliegenden Forschungsarbeit die **Neue Soziale Medien (NSM)** und deren Einfluss auf die Grundbedürfnisse des Menschen sein soll. Als durch weitere Nachforschungen die Begriffe parasoziale Interaktion und parasoziale Beziehung auftraten, wurde die These gezielter.

Die vorliegende Forschungsarbeit setzt sich mit der vorhandenen wissenschaftlichen Literatur auseinander, um zunächst ein Grundverständnis zu den einzelnen Themengebieten aufzeigen zu können. Anschließend werden sie in Relation zueinander gesetzt und geben Aufschluss zur Beantwortung folgender These:

**Die sozialen Medien begünstigen parasoziale Beziehungen, weshalb der hohe Gebrauch der Digital Natives zu unbefriedigten sozialen Grundbedürfnissen und einer sozialen Isolation führt.**

Zu Beginn dieser Arbeit werden die NSM historisch, bis hin zu den heutigen Trends und deren Bedeutung, vorgestellt. Da die Digital Natives im Fokus der Forschungsarbeit stehen, wird der Begriff, sowie tiefgreifende Informationen zu dieser Zielgruppe erläutert.

Um die Grundbedürfnisse des Menschen im Allgemeinen, sowie einen Überblick über weitere Entwicklungsaufgaben und Bedürfnisse im Kindes- und Jugendalter darzustellen, wurden mehrere Theorien in historischer Reihenfolge zusammengefasst und durch neue Erkenntnisse und empirische Forschungen erweitert.

Über das Bedürfnis nach Bindung, sowie Beziehungen und die Entstehung dieser, werden die Begriffe parasoziale Interaktion und parasoziale Beziehung vorgestellt. Quellen und Arbeiten zu diesem Thema bilden ein Grundwissen, auf dem die restlichen Bezüge zu NSM und sozialer Isolation der Digital Natives aufbauen.

Ein Spektrum parasozialer Beziehungen folgt, ebenso Vergleiche zu Face-to-Face (orthozozialen) Beziehungen und Beziehungen über NSM.

Zudem wird das Thema der sozialen Isolation aufgearbeitet und sowohl alleinstehend, als auch im Bezug auf NSM und am Fallbeispiel von Corona ausgearbeitet.

Des Weiteren wurde eine Umfrage durchgeführt, welche 304 Menschen erreicht hat und den Bezug zwischen dem Konsum von NSM und der momentanen Situation durch Covid-19 erforscht. Um sich hierbei nur mit der Zielgruppe zu beschäftigen, wurden die Ergebnisse anhand des Alters der teilnehmenden Personen gefiltert.

*// Technology reshapes the landscape of our emotional lives, but is it offering us the lives we want to lead?  
(Turkle, 2017, S. 17)*

— Turkle

## 2 Hauptteil

### 2.1 Die Neuen Sozialen Medien

Soziale Netzwerke sind kein neues Phänomen. Ganz im Gegenteil, im größten Teil der Menschheitsgeschichte waren soziale Netzwerke das vorherrschende Mittel, um neue Ideen und Informationen entweder in gesprochener oder geschriebener Form zu verbreiten (Standage, 2013, S. 3).

Ein anschauliches Beispiel für ein historisches soziales Netzwerk ist das des Marcus Tullius Cicero, das auch als „Ciceros web“ bekannt ist. Der römische Staatsmann und Redner musste 51 v. Chr. Rom verlassen, um in der Türkei ein politisches Amt einzunehmen. Aus Sorge um die politische Situation in Rom wollte er jedoch unbedingt in engem Kontakt zu seiner Heimat bleiben. Über ein ausgeklügeltes System zur Informationsverbreitung, entwickelt von der römische Elite, konnte Cicero mittels Papyrusrollen in Kontakt mit seinen Freunden bleiben (Standage, 2013, S. 2).

*„Letters were often copied, shared, and quoted in other letters. Some letters were addressed to several people and were written to be read aloud, or to be posted in public for general consumption (Standage, 2013, S. 2).“*

Mithilfe dieser informellen Informationsverteilung konnten innerhalb von wenigen Wochen Papyrusrollen von Boten, Freunden, Händlern oder Reisenden ans Ziel gelangen (Standage, 2013, S. 2). Im Laufe der Jahrhunderte nahm die Wichtigkeit, Reichweite und Inklusivität dieser sozialen Netzwerke stetig zu (Standage, 2013, S. 3).

Das soziale Netzwerk des Cicero unterscheidet sich nicht fundamental von den heutigen sozialen Netzwerken, die im folgenden die Neuen Sozialen Medien genannt und mit NSM abgekürzt werden. Was sich verändert hat, ist das Werkzeug auf dem das Netzwerk basiert, sowie die Geschwindigkeit und die Einfachheit der Informationsverbreitung. Beide Formen der sozialen Netzwerke, die historische und die heutigen NSM, teilen sich eine gemeinsame Struktur und Dynamik: *„[...] they are two-way, conversational environments in which information passes horizontally from one person to another along social networks, rather than being delivered vertically from an impersonal central source (Standage, 2013, S. 3).“*

Ein Umbruch der alten sozialen Netzwerke kam mit dem Aufkommen der Massenmedien Mitte des neunzehnten Jahrhunderts. Durch Zeitungen, dem Fernseher und dem Radio konnten zwar sehr viele Menschen gleichzeitig erreicht werden, jedoch entwickelte sich aus der gewohnten horizontalen eine zentrale Wissensverteilung. Um Kosten zu sparen, wurden die publizierten Informationen immer mehr von einigen wenigen Menschen kontrolliert und kuratiert. Es entstanden riesige Medienimperien, die es unter anderem leichter als jemals zuvor ermöglichten, Propaganda zu verbreiten (Standage, 2013, S. 4).

Durch das Aufkommen der internetbasierten NSM kehrt jedoch die soziale Natur der sozialen Netzwerke zurück. Durch die Bereitstellung von leicht zu benutzenden Anwendungen von Anbietern wie Facebook oder YouTube können die Nutzenden wieder horizontal und direkt Inhalte miteinander teilen (Standage, 2013, S. 4).

*„In many respects, NSM appear closer to traditional media than to mass media in the sense that they are used as personal communication platforms. Whereas people seem to use mass media, like television, primarily for the sake of personal gratification, engagement in NSM is often driven by the desire for interpersonal relationships (Parigi & Henson, 2014, S. 161).“*

NSM, so wie sie im Internet entstanden sind, sind „[...] a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content (Kaplan & Haenlein, 2010, S. 61).“

Als eines der ersten NSM gilt das 1979 von Tom Truscott und Jim Ellis entwickelte Netzwerk mit dem Namen *Usenet*. Usenet war eine globale Diskussionsplattform mit der Funktion öffentlich Nachrichten zu posten. Es folgten immer mehr Netzwerke, darunter 2003 MySpace und Facebook im Jahr 2004 (Kaplan & Haenlein, 2010, S. 60).

Angetrieben von einem Bedürfnis nach Verbundenheit, verwächst heute die Online- und Offline-Welt immer mehr miteinander. Die menschliche Interaktion wird dabei auf individueller und gemeinschaftlicher Ebene sowie auf einer größeren gesellschaftlichen Ebene von der Nutzung der NSM Plattformen beeinflusst (Dijck, 2013, S. 4). Eine Statistik von 2020 zeigt, dass bereits 49 % der Weltbevölkerung NSM nutzt, die Zahlen wachsen stetig. So gab es ein Wachstum um fast 10 % von Januar 2019 bis Januar 2020. Auf Platz eins der meistgenutzten Plattformen weltweit ist Facebook, gefolgt von YouTube, WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat, Instagram und auf Platz sieben TikTok (Kemp, 2020, S. 7).

Die Beliebtheit der NSM ist auf zahlreiche Vorteile zurückzuführen, die im Folgenden erläutert werden. Die Plattformen dienen den Nutzenden als Werkzeug, um ausdrucksstarke und kommunikative Inhalte untereinander zu teilen und unterhalten zu werden. Sie haben zusätzlich die Möglichkeit, sich auf einer Plattform wie beispielsweise LinkedIn ein professionelles Profil zu erstellen um damit ihre Karriere zu unterstützen (Dijck, 2013, S. 4).

EF

### **2.1.1 Die Klassifikation der Neuen Sozialen Medien**

Inzwischen gibt es ein breites Feld an unterschiedlichen NSM, die nur schwer kategorisierbar sind. Aus diesem Grund haben die beiden Wissenschaftler Kaplan und Haenlein ein Klassifikationsschema (siehe [Abbildung 1](#)) entwickelt, das auf den Theorien der Medienforschung (soziale Präsenz, Medienreichtum) und der sozialen Prozesse (Selbstdarstellung, Selbstoffenlegung) aufbaut (Kaplan & Haenlein, 2010, S. 61).

		Social presence/ Media richness		
		Low	Medium	High
Self-presentation/ Self-disclosure	High	Blogs	Social networking sites (e.g., Facebook)	Virtual social worlds (e.g., Second Life)
	Low	Collaborative projects (e.g., Wikipedia)	Content communities (e.g., YouTube)	Virtual game worlds (e.g., World of Warcraft)

Abbildung 1: Klassifikationsschema von NSM

Quelle: (Kaplan & Haenlein, 2010, S. 62)

Die Theorie der sozialen Präsenz beschreibt das Maß an sozialer Präsenz, die durch akustischen, visuellen und physischen Kontakt zwischen zwei Kommunizierenden entstehen kann. Die soziale Präsenz wird von der Intimität (Telefongespräch versus persönliches Gespräch) und der Unmittelbarkeit (E-Mail versus Live-Chat) des Mediums beeinflusst. Demnach ist der soziale Einfluss, den die Kommunizierenden auf das Verhalten der jeweils anderen haben, stärker, je höher die soziale Präsenz ist (Short, Williams & Christie, zitiert nach Kaplan & Haenlein, 2010, S. 62).

Der Medienreichtum basiert auf der Annahme, dass das Ziel jeder Kommunikation darin besteht, Unklarheiten zu beseitigen und Unsicherheiten zu verringern. Die Wirksamkeit des Mediums lässt sich also an der Menge an Informationen messen, die es in einem bestimmten Zeitintervall übermittelt (Daft & Lengel, 1986, S. 559-560).

Die Selbstdarstellung beschreibt den Wunsch der Nutzenden, die Eindrücke, die andere Menschen von ihnen haben, zu kontrollieren (Goffman, 1978, S. 109). Es besteht der Wunsch, ein Bild zu erschaffen, welches die persönliche Identität wiederspiegelt (Kaplan & Haenlein, 2010, S. 62).

Ein wichtiger Aspekt bei dem Aufbau von engen Beziehungen ist außerdem die Selbstoffenlegung. Bewusst oder unbewusst teilen Menschen persönliche Informationen, Gefühle und Gedanken mit anderen, die dem Bild entsprechen, das sie gerne vermitteln wollen (Kaplan & Haenlein, 2010, S. 62).

*„With respect to social presence and media richness, applications such as collaborative projects (e.g., Wikipedia) and blogs score lowest, as they are often text-based and hence only allow for a relatively simple exchange. On the next level are content communities (e.g., YouTube) and social networking sites (e.g., Facebook) which, in addition to text-based communication, enable the sharing of pictures, videos, and other forms of media. On the highest level are virtual game and social worlds (e.g., World of Warcraft, Second Life), which try to replicate all dimensions of face-to-face interactions in a virtual environment (Kaplan & Haenlein, 2010, S. 62).“*

EF

## 2.2 Die Generation der Digital Natives

Die Zielgruppe, auf die sich diese Forschungsarbeit fokussiert, sind die Digital Natives. Die Begründung liegt darin, dass die Generation der Digital Natives den höchsten Gebrauch von NSM vermerkt. Eine Studie zur Nutzung von Onlinecommunitys aus dem Jahr 2019 zeigt, dass die 14-29-jährigen in Deutschland die stärkste tägliche Nutzung von NSM wie WhatsApp, Facebook, Instagram, Snapchat und viele mehr haben (ARD/ZDF-Forschungskommission, n. d.). Bei der Zielgruppe der Digital Natives geht es weniger darum eine feste Altersgruppe zu nennen und mehr darum, einen Stellvertreter einer Generation zu nennen, die in einer digitalen Welt aufgewachsen ist.

Der Begriff *Digital Natives* wurde 2001 von dem Autor Marc Prensky geprägt, der sich in dem Artikel „Digital Natives, Digital Immigrants“ mit den Unterschieden der Digital Natives und den Digital Immigrants im Bildungskontext auseinandergesetzt hat. Die Digital Natives sind laut Prensky die erste Generation, die mit den neuen Technologien der Digitalisierung aufgewachsen sind (Prensky, 2001, S. 1).

*„They have spent their entire lives surrounded by and using computers, video-games, digital music players, video cams, cell phones, and all the other toys and tools of the digital age (Prensky, 2001, S. 1).“*

Das Antonym zu dem Begriff Digital Native ist der Begriff des *Digital Immigrants*. Es beschreibt diejenigen, die nicht in einer digitalisierten Welt aufgewachsen sind und die neue Sprache der digitalen Medien erst noch erlernen müssen. Geprägt von dem Aufwachsen in einer analogen Welt, wenden sie sich für Information erst in einem zweiten Anlauf an das Internet (Prensky, 2001, S. 1-2).

*„You are terrified of your own children, since they are natives in a world where you will always be immigrants (Barlow, 1996, S. 2).“*

Acht Jahre später hat Prensky die Notwendigkeit gesehen, mit einem zweiten Artikel den Begriff des *Digital Wisdom* einzuführen. Er argumentierte, dass zwar viele die Begrifflichkeit des Digital Natives hilfreich fanden, jedoch die Unterscheidung zwischen Digital Native und Digital Immigrant mit der Zeit an Relevanz verliert. Digital Wisdom beschreibt nun nicht mehr eine Generation, sondern einen „digitally enhanced person“. Er ist der Überzeugung, dass die digitalen Medien die Menschen nicht nur smarter, sondern auch weiser machen können (Prensky, 2009, S. 1-2).

*„Digital wisdom is a twofold concept, referring both to wisdom arising from the use of digital technology to access cognitive power beyond our innate capacity and to wisdom in the prudent use of technology to enhance our capabilities (Prensky, 2009, S. 1).“*

EF

### 2.2.1 Das Internet, der beste Freund?

Die U25-Studie von dem Deutschen Institut (DIVSI) hat in einer Befragung von 2018 der 14 bis 24-jährigen Deutschen ergeben, dass es in der genannten Altersgruppe keine *Offliner* mehr zu bemerken gibt. Sie schätzen den erleichterten Zugang zu Informationen und die Beschleunigung von schleppenden Vorgängen. Vor allem der Chat Messenger WhatsApp ist beliebt. Die Partizipation am Networking Dienst Facebook nimmt dafür ab („DIVSI U25-Studie: Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt“, n. d., S. 12-13).

Während 69 % der Jugend zwar aussagt, dass sie das Internet glücklich macht, geben 64 % zu, dass sie das Gefühl haben, im Internet ihre Zeit zu verschwenden. Das Bedürfnis nach Selbstpräsentation im Netz wird von Datenschutzbedenken überdeckt. Den Befragten ist es wichtig, andere beobachten zu können, aber gleichzeitig so wenig Daten wie möglich von sich preisgeben zu müssen. Aber nicht nur Datenschutzbedenken hemmen das Posten von eigenen Inhalten, ein Drittel gibt an aufgrund der Beleidigungskultur im Internet darauf zu verzichten („DIVSI U25-Studie: Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt“, n. d., S. 12-13). „*Wer sich dort äußert, müsse damit rechnen, beleidigt oder beschimpft zu werden*“ („DIVSI U25-Studie: Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt“, n. d., S. 13).“

EF

### 2.2.2 Wofür nutzen sie die NSM?

Eine Befragung aus dem Jahr 2018 von deutschen Jugendlichen im Alter von 14 bis 24 Jahren zeigt die Gründe auf, die Jugendliche dazu bewegen, NSM wie Facebook, Instagram, Twitter und YouTube zu nutzen. 58 % der circa 660 Befragten gibt *um mit meinen Freunden und / oder meiner Familie in Kontakt zu bleiben* als Motivation an. Ebenfalls 58 % möchten auf diesem Wege erfahren, *was die Freunde machen*. Platz drei, mit 52 %, belegt das *Folgen von wichtigen/interessanten Persönlichkeiten*. Das *Teilen der eigenen Aktivität* belegt lediglich Platz sechs mit 26 % Zustimmung von den Befragten („Engagiert aber allein“, 2018, S. 16).

EF



## 2.3 Die sozialen Grundbedürfnisse - Theorien und empirische Befunde

### 2.3.1 Sigmund Freud und das Lustprinzip

Es gab in der Vergangenheit einige Theorien zu den menschlichen Grundbedürfnissen. Manche davon mit einer Fülle an Evidenz und wissenschaftlichen Belegen, andere mit der Zeit verworfen und nur als historische Ideen verblieben. Freud begann schon 1904 mit den „Drei Abhandlungen zur Sexualtheorie“, in denen er Eros, den sexuellen Lustgewinn, als Grundbedürfnis vorstellte (Borg-Laufs, 2012, S. 6). In den folgenden Theorien geht es, egal wie verschieden die Interpretation der Grundbedürfnisse ist, immer darum, diese zu erfüllen. Daher passt einer der ersten Sätze aus Freuds Werk „Jenseits des Lustprinzips“, immer noch zu den restlichen Theorien und beschreibt einen der wichtigsten Punkte der Bedürfnisse: die Erfüllung dieser.

*„In der psychoanalytischen Theorie nehmen wir unbedenklich an, daß der Ablauf der seelischen Vorgänge automatisch durch das Lustprinzip reguliert wird, das heißt, wir glauben, daß er jedesmal durch eine unlustvolle Spannung angeregt wird und dann eine solche Richtung einschlägt, daß sein Endergebnis mit einer Herabsetzung dieser Spannung, also mit einer Vermeidung von Unlust oder Erzeugung von Lust zusammenfällt (Freud & Bonaparte, 1999, S. 3).“*

DT

### 2.3.2 Maslow und die Bedürfnispyramide

Eine weitere Theorie stammt von Maslow (1954). Eine zum Teil umstrittene, jedoch oft zitierte und wichtige Quelle (Taormina & Gao, 2013, S. 155).

*„[...] but it has always been a controversial theory, because the literature includes both criticism and support. [...] Nonetheless, given that the theory recurs in the literature and that it continues to draw interest from both theorists and researchers, it should be regarded as deserving research attention (Taormina & Gao, 2013, S. 155).“*

Maslows Bedürfnispyramide stellt ein hierarchisches Modell dar, welches beschreibt, dass die fünf von ihm ausgearbeiteten Grundbedürfnisse aufeinander aufbauen. Damit sind die unteren Bedürfnisse von Maslow *Lower Needs* genannt und die höheren, *Higher Needs* in ihrer Relevanz unterschiedlich bewertet.

*„The basic needs arrange themselves in a fairly definite hierarchy [...] In this sense, the psychological needs [...] are stronger than the safety needs, which are stronger than the love needs, which in turn are stronger than the esteem needs, which are stronger than those idiosyncratic needs we have called the need for self-actualization (Maslow, 1981, S. 97-98).“*

Zur ersten und untersten Schicht gehören körperliche Bedürfnisse wie die Luft zum Atmen, Essen, Trinken, Unterkunft, Wärme, Sex, Schlaf und weitere sogenannte biologische und physiologische Bedürfnisse. Je länger ein Mensch ohne Nahrung bleibt, desto hungrier wird er. So wird das Verlangen biologische Bedürfnisse zu erfüllen immer stärker, wenn man diese vernachlässigt.

Die Sicherheitsbedürfnisse, damit sind Ordnung, Grenzen, Stabilität, Sicherheit und Ähnliche gemeint, bildet *die zweite Schicht*. Zugehörigkeit, Zuneigung und Liebe sind Beispiele für die sozialen Bedürfnisse, diese bilden *die dritte Schicht*. Es ist hierbei nicht wichtig, ob diese Sehnsüchte von Freunden, Familie oder romantischen Beziehungen erfüllt werden. Wichtig ist auch die Wertschätzung dieser Menschen. Diese findet sich in *der vierten Ebene* wieder. Der Status, aber auch die Selbstachtung gehören zu den Wertschätzungsbedürfnissen. Außerdem zählen Leistung, Unabhängigkeit, Dominanz und Prestige zu diesen. *Die fünfte Ebene*, die man nach Maslow nur erreichen kann, wenn man alle Grundbedürfnisse der niedrigeren Niveaus befriedigt hat, ist das Bedürfnis nach Selbstverwirklichung. Hierbei geht es um die Verwirklichung des persönlichen Potenzials, und die Suche nach persönlichem Wachstum und Spitzenerfahrungen (McLeod, 2007).

DT

### 2.3.3 Klaus Grawe und die vier Grundbedürfnisse

Der Theorie von Maslow fehlt es jedoch an Studien und Untermauerungen. Weshalb es in der vorliegenden Arbeit um die vier Grundbedürfnisse von Klaus Grawe geht. Diese sind, anders als die von Maslow beschriebenen, umfangreich erforscht. Zu jedem Einzelnen der Bedürfnisse liegt eine Fülle an empirischer Evidenz vor, da sie durch in der Vergangenheit gesammelte Daten beziehungsweise Erfahrungen belegt sind.

*„Grawe (2004) trägt in seiner Metastudie viele neurowissenschaftliche Befunde zusammen und verknüpft sie mit eigenen Forschungsergebnissen. Die neurobiologische Forschung hat die biologische Relevanz der Grundbedürfnisse im Gehirn ausreichend bestätigt und es besteht kaum mehr ein Zweifel an der Bedeutsamkeit für den Menschen (Hoffmann, 2019, S. 87-88).“*

Nach Grawe sind psychologische Grundbedürfnisse, *„[...] Bedürfnisse, die bei allen Menschen vorhanden sind und deren Verletzung oder dauerhafte Nichtbefriedigung zu Schädigungen der psychischen Gesundheit und des Wohlbefindens führen (Grawe, 2004, S. 185).“* Der Mensch möchte all diese Grundbedürfnisse im besten Fall zur vollsten Zufriedenheit erfüllen. Dieses Streben beschreibt er als das Streben nach Konsistenz, *„[...] einem Zustand, bei dem die neuronalen und psychologischen Prozesse eines Menschen miteinander in Einklang stehen und übereinstimmen (Ghadiri, n. d.).“*

Anders ausgedrückt spricht Grawe bei Konsistenz *„[...] von einem Grundprinzip des psychischen Funktionierens [...]. Sie ist die Anforderung oder Bedingung für ein gutes psychisches Funktionieren und damit auch eine Bedingung für eine gute Befriedigung der Grundbedürfnisse (Grawe, 2004, S. 187).“* Werden die Bedürfnisse über einen längeren Zeitraum nicht erfüllt, führt das zu sowohl physischen als auch psychischen gesundheitlichen Folgen (Grawe, 2004, S. 187).

Als psychologische Grundbedürfnisse gelten nach Grawe die Bedürfnisse nach Orientierung und Kontrolle, Selbstwertschutz beziehungsweise Selbstwerterhöhung, Lustgewinn sowie Unlustvermeidung und das Bedürfnis nach Bindung (Grawe, 2004, S. 187-232).

Im Folgenden werden die einzelnen Grundbedürfnisse allgemein erläutert und im näch-

sten Schritt jeweils auf das Kindesalter bezogen, da die Digital Natives, die Zielgruppe dieser Arbeit, im Kindes- beziehungsweise Jugendalter sind.

## **Orientierung und Kontrolle**

*„Nach Epstein (1990) ist das Bedürfnis nach Orientierung und Kontrolle das grundlegendste Bedürfnis des Menschen (Grawe, 2004, S. 230).“*

Damit ist nicht die Kontrolle über einzelne Momente gemeint, sondern die Möglichkeit, Ziele zu verfolgen und einen möglichst großen Handlungsspielraum für sich und seine Ziele zu erhalten. Ein Beispiel hierfür sind Menschen, die sparen. Das Gefühl immer genug Geld für Anschaffungen zu haben, sowie diese frei wählen zu können, gibt ihnen das Gefühl selbstbestimmt zu sein und damit auch das Gefühl von Kontrolle (Grawe, 2004, S. 230).

*„Es geht darum, das Handeln (...) so zu lenken, dass eine Vielfalt von unterschiedlichen Handlungsmöglichkeiten (Aktivitätsmöglichkeiten) erhalten bleibt. Aus der Notwendigkeit, dass Lebewesen das Bestreben nach Überleben haben, kann (...) die Annahme abgeleitet werden, dass höherentwickelte Lebewesen ein Kontrollstreben haben. Es besteht darin, das Verhalten so einzurichten, dass die Regulierbarkeit im Lebensraum erhalten bleibt (Oesterreich, zitiert nach Grawe, 2004, S. 232).“*

Um das Bedürfnis nach Orientierung und Kontrolle im Kindes und Jugendalter bestmöglich erfüllen zu können, darf die Umgebung nicht überfordernd sein. Herausforderungen sind wichtig, sollten aber positiv empfunden werden und nicht zu Verzweiflung führen. Eine inkonsistente und unverständliche, wechselnde Umgebung kann Verwirrung und Orientierungslosigkeit auslösen. Kinder brauchen klare Regeln und nachvollziehbares gleichbleibendes Handeln ihrer Umwelt. Sie sollten den Freiraum haben mitzuentcheiden oder eigene Entscheidungen zu treffen. So können sie dem Bedürfnis nach Orientierung und Kontrolle nachkommen (Borg-Laufs, 2012, S. 14-15).

## **Selbstwertschutz/Selbstwerterhöhung**

Menschen schützen und erhöhen ihren Selbstwert, indem sie sich selbst als gut oder sogar etwas besser, als sie es objektiv bewertet sind, einschätzen. Solange diese Einschätzung nicht allzu viel besser ist, als es eine realistische Einschätzung von außen ist, gehört dies zum Selbstwertschutz und zur Erhöhung des Selbstwertes und ist damit eine Befriedigung der Grundbedürfnisse. Gefährlich für die Psyche wird es dann, wenn die Einschätzungen ins Negative gehen, aber auch, wenn Personen sich selbst überschätzen. Sich selbst als gut und in Ordnung zu empfinden, ist ein Grundbedürfnis und sollte erfüllt werden um das Streben nach Konsistenz zu erfüllen. Wichtig hierbei ist das richtige Maß (Grawe, 2004, S. 230-231).

Kinder brauchen Wertschätzung ihrer Bezugspersonen. Beschimpfungen und ständige Kritik verletzen das Bedürfnis nach Selbstwerterhöhung und Schutz. Kinder die ent-

scheiden müssen, ob sie ihre Eltern als schlecht einschätzen oder sich als Ursache für das Verhalten der Eltern empfinden, stehen in einem Konflikt und der Selbstwert leidet. Dieses Bedürfnis spiegelt sich auch im Bezug auf den Freundeskreis wieder. Man verbringt Zeit mit Menschen, die den Selbstwert heben und damit das Grundbedürfnis befriedigen. Eine Gruppe, die verunsichert und negative Auswirkungen hat, wird im Normalfall vermieden (Borg-Laufs, 2012, S. 13-14).

## **Lustgewinn/Unlustvermeidung**

Wie schon in der zuerst genannten Theorie nach Freud, ist das Bedürfnis von Lustgewinn und Unlustvermeidung auch in Grawes Theorie zu finden. Das Bestreben, unangenehme Situationen zu vermeiden und angenehme Situationen aufzusuchen, steckt in jedem Menschen. Die Entscheidung, ob etwas, einfach gesagt, gut oder schlecht ist, wird bewusst sowie unbewusst durch bereits gesammelte Erfahrungen getroffen. Je nach Entscheidung folgt eine Annäherung (Lustgewinn) oder eine Vermeidung (Unlustvermeidung) (Borg-Laufs, 2012, S. 15).

Die Bewertung, ob Situationen Lust oder Unlust auslösen, geschieht wie schon erwähnt, durch Reize und bereits gesammelte Erfahrungen. Dinge die man im Kindesalter noch nicht lecker fand wie zum Beispiel Kaffee, schmecken auf einmal. Die Empfindung, ob etwas Lust oder Unlust auslöst, kann sich also ändern und ist damit abhängig vom Aufwachsen und den Eindrücken, die Jugendliche machen (Grawe, 2004, S. 230-231).

## **Bindung**

*„Heute kann das Bindungsbedürfnis als das empirisch am besten abgesicherte Grundbedürfnis angesehen werden, gerade auch aus einer neurobiologischen Sicht. Noch immer aber spielt es in den vorherrschenden Theorien über die Entstehung psychischer Störungen bei Weitem nicht die Rolle, die ihm auf Grund der Faktenlage zukommt (Grawe, 2004, S. 192).“*

Daher und weil die „[...] Erforschung zwischenmenschlicher Interaktionen und Beziehungen [...] seit nunmehr sechs Jahrzehnten von der Bindungstheorie dominiert (Ahnert & Spangler, 2014, S. 404)“ wird, wird diesem Bedürfnis in der vorliegenden Arbeit eine genauere Beschreibung zuteil.

Der Großteil an Theorien und Untersuchungen zu diesem Bedürfnis geht auf Bowlby zurück, weshalb im Folgenden zunächst drei zentrale Postulate, in denen von ihm das Wichtigste zusammengefasst wird, aufgeführt werden.

*„1. Wenn ein Individuum darauf vertraut, dass eine Bindungsfigur verfügbar ist, wann immer es das wünscht, dann neigt dieses Individuum weniger zu intensiver oder chronischer Furcht als eine andere Person, die dieses Vertrauen aus irgendwelchen Gründen nicht besitzt (Bowlby, 1976, zitiert nach Grawe, 2004, S. 192).“*

„2. Vertrauen in die Verfügbarkeit einer Bindungsperson oder das Fehlen desselben entwickeln sich nach und nach in den Jahren der Unreife- Kleinkindzeit, Kindheit und Jugend-, und was immer sich an Erwartungen in diesen Jahren entwickelt, bleibt für den Rest des Lebens relativ unverändert bestehen (Bowlby, 1976, zitiert nach Grawe, 2004, S. 193).“

„3. Die mannigfaltigen Erfahrungen in Bezug auf die Zugänglichkeit und Reaktionsbereitschaft von Bindungsfiguren, die unterschiedliche Individuen in den Jahren der Unreife entwickeln, sind ziemlich genaue Reflexionen der Erfahrungen, die diese Individuen tatsächlich bereits gemacht haben (Bowlby, 1976, zitiert nach Grawe, 2004, S. 193).“

Bindung ist demnach die Entwicklung von besonderen Beziehungen eines Kindes zu Personen, die es ständig betreuen. Das muss, auch nach Ahnert, nicht nur die primäre Bindung zur Mutter des Kindes sein. Bindung kann auch zu anderen Personen entstehen, die engen Kontakt zu dem Kind haben. Hierbei spricht man von sekundären Bindungsbeziehungen, wie beispielsweise die Beziehung zum Vater, Babysittern, Großeltern oder Geschwistern (Ahnert & Spangler, 2014, S. 413-415).

„Whilst especially evident during early childhood, attachment behavior is held to characterize human beings from the cradle to the grave (Bowlby, 1979, zitiert nach Ahnert & Spangler, 2014, S. 404).“

Bindung ist ein Bedürfnis, das schon in unseren Genen verankert ist. Wie Menschen zu Beziehungen und Bindungen stehen, wird durch gesammelte Erfahrungen bestimmt. Je nachdem wie diese ausfallen, hat ein Individuum andere Vorstellungen von Bindung und vielleicht sogar Ängste oder falsche Erwartungen (Grawe, 2004, S. 192-193).

Man unterscheidet bei der Beschreibung dieser Vorstellungen zwischen vier verschiedenen Kategorien, die auch als Bindungsmuster bezeichnet werden. Bindung kann *sicher*, *unsicher-vermeidend*, *unsicher-ambivalent* oder *unsicher-desorganisiert* sein (Grawe, 2004, S. 194). Um zu erläutern, wie die verschiedenen Bindungsverhalten sich im Alltag widerspiegeln, werden die vier Kategorien mit einem einfachen Beispiel beschrieben: Was geschieht wenn die Bezugsperson, in diesem Fall die eigene Mutter, ihr Kind alleine lässt und nach kurzer Zeit wieder zurückkehrt?

Typ A: Bei einem *sicheren Bindungsverhalten* ist das Kind beunruhigt und sucht bei der Rückkehr der Mutter nach Nähe. So der gewünschte beziehungsweise gesunde Fall eines Annäherungsschemas (Grawe, 2004, S. 194).

Typ B: Der *unsicher-vermeidende* Typ versucht, Emotionen zu vermeiden. Er bleibt vermeintlich cool und ist nicht beunruhigt über das Fehlen der Mutter. Erscheint diese wieder, sucht das Kind keine Nähe. Keine Nähe heißt auch, keine Enttäuschung sollte die Mutter wieder gehen. Trotzdem, oder gerade deswegen leidet das Bindungsbedürfnis sehr unter solch einer Einstellung (Grawe, 2004, S. 194).

Typ C: Ist der Bindungsstil *unsicher-ambivalent*, dann weiß das Kind nicht wirklich wie es mit der Situation umgehen soll. Es steht im Konflikt zwischen der Befürchtung von Verlust und der Angst alleine zu sein. Wird es von der Mutter verlassen, dann dramatisiert

es die Situation und versucht mit allen Mitteln Aufmerksamkeit zu erlangen. Kehrt die Mutter dann zurück, ist das Kind, wie bereits beschrieben, unentschlossen und sucht zum Teil Nähe und zum Teil Abstand (Grawe, 2004, S. 194).

Typ D: Der *unsicher-desorganisierte* Bindungsstil geht auf eine unsichere Bindung zurück. Es ist schwer zu beschreiben, wie das Kind in diesem Fall reagiert. Solch eine Bindung entsteht meist durch Missbrauch oder fehlende Beziehungen am Anfang des Lebens. Widersprüchliches Verhalten, unterbrochene Bewegungen, Desorientierungen oder Furchtreaktionen können mögliche Verhaltensweisen sein. Dieses Bindungsverhalten wird auch als unsicher-desorientiert bezeichnet (Grawe, 2004, S. 194). Das Bedürfnis nach Orientierung und Kontrolle scheint, den Namen nach, direkt durch den unsicheren Bindungsstil betroffen zu sein.

Wichtig ist, dass Kinder nicht immer aufgrund des Bindungsverhaltens nach Nähe suchend sind. Nicht jedes Mal, wenn sie spielen wollen oder einen anderen Wunsch haben, geht es um Bindung. Das Bindungsverhalten setzt dann ein, wenn eine emotionale Überforderung oder eine andere Extremsituation besteht. Deshalb auch das Beispiel der Mutter, die für einen Moment nicht erreichbar ist und damit eine Extremsituation für das Kind entstehen lässt. Das Kind kann sich nicht mehr selbst beruhigen und braucht deshalb die Nähe und Bindung zur Bezugsperson (Zimmermann & Iwanski, 2014, S. 12-13).

Nun wurde überwiegend über die Kindheit und Bindung gesprochen. Bowlby selbst bestätigt jedoch, dass das Bindungsverhaltenssystem immer wieder aktiviert werden kann. Beispielsweise während einer Krankheit oder einer emotionalen Phase. In Situationen, in denen Menschen Unterstützung brauchen, greift das Bindungsbedürfnis.

// „Von der Wiege bis zur Bahre (Bowlby, 1979, zitiert nach Brisch, 2014, S. 13).“

— Bowlby

DT

### 2.3.4 Entwicklungsaufgaben und Bedürfnisse der Jugend

*„Identität wird in den meisten heutigen Lehrbüchern der Entwicklungspsychologie zum zentralen Thema des Jugendalters erklärt. Sie ist die besondere Persönlichkeit des einzelnen [sic], das eigene Verständnis von sich selbst und das Bild, das andere vom Jugendlichen haben (Grossmann & Grossmann, 2004, S. 455).“* Ein Teil dieser Identität ist, dass Jugendliche eine Vorstellung davon brauchen, wie sie sich in verschiedenen, im späteren Leben, aber auch bereits in ihrem jetzigen Lebensstadium Rollen zu verhalten haben (Grossmann & Grossmann, 2004, S. 454-455).

Dies zu wissen zeugt von sozialer Kompetenz, einer weiteren Entwicklungsaufgabe. Um diese zu erlernen, ist ein *„[...] sich gegenseitig unterstützender Umgang mit Gleichaltrigen und Freunden sowie Beziehungen zu besonderen Personen des anderen Geschlechts [...]“* (Grossmann & Grossmann, 2004, S. 455) enorm wichtig.

Die Eltern, welche vor allem in jungen Jahren, wie im vorhergehenden Abschnitt bereits beschrieben, fundamental daran beteiligt sind, wie diese Beziehungen und Bindungen ablaufen, verlieren auch im Jugendalter nicht an Wichtigkeit. Sie sind jedoch nicht mehr die einzigen Bezugspersonen und damit seltener gefragt, da im Jugendalter andere potenzielle Bindungspersonen hinzukommen (Bowlby, 1979, zitiert nach Brisch, 2014, S. 18).

Das Bindungsverhalten gegenüber den Eltern wird seltener beobachtet, da die Entwicklung enger emotionaler Beziehungen zu Gleichaltrigen und die zunehmende Kompetenz von Jugendlichen, sich alleine mit ihren Emotionen auseinanderzusetzen, zunimmt (Zimmermann und Iwanski, 2003, zitiert nach Brisch, 2014, S. 18).

Soziale Beziehungen zu Gleichaltrigen haben in der Jugend eine entscheidende Bedeutung, nicht nur hinsichtlich der Freizeitgestaltung, sondern darüber hinaus auch bezogen auf die Lebensführung und soziale Orientierung. Jugendgruppen, auch Peer Groups genannt, lösen in vielen Bereichen die Familie als wichtigsten Rückzugsort ab (Harring, 2010, S. 412-414).

Egal ob Eltern, Ältere, Gleichaltrige, Jüngere, Mädchen oder Jungen, *„Identitätsarbeit, also das Bemühen, das eigene Selbst zu interpretieren und zu formen, vollzieht sich dabei maßgeblich über kommunikatives Handeln, also über den symbolischen Austausch mit anderen Menschen (Krotz, 2004, zitiert nach Schramm & Hartmann, 2010, S. 201).“*

Zudem können in engen Freundschaftsbeziehungen eigene Ansichten und Erfahrungen neu bewertet und verglichen werden, ohne dass man gleich den elterlichen Bewertungsmaßstäben ausgesetzt ist (Shulman, 1995, zitiert nach Brisch, 2014, S. 18).

Verhaltensforscher Konrad Lorenz schrieb: *„Junge Leute übernehmen Traditionen nur von einer Person oder von Personen der älteren Generation, die sie respektieren und lieben. So einfach ist das (Lorenz, 1970, zitiert nach Grossmann & Grossmann, 2004, S. 462).“*

So einfach war das, denn die *„[...] Beziehung zu einem Computer kann die Vorstellungen der Menschen von sich selbst, von ihrer Arbeit, von ihren Beziehungen zu anderen Menschen*



sowie ihr Nachdenken über gesellschaftliche Prozesse beeinflussen. Sie kann die Grundlage für neue ästhetische Wertsysteme, für neue Rituale, neue Philosophien und neue kulturelle Formen bilden (Tukle, 1986, zitiert nach Gentzel et al., 2019, S. 74).“

Sind Grundbedürfnisse anpassungsfähig? Verändern sich die Bedürfnisse der Jugendlichen, oder entstehen neue Möglichkeiten, diese einfacher oder sogar im Gegenteil, schwerer zu befriedigen?

*„Moreover, basic needs need not necessarily be fixed in time: In fact, from a dynamic perspective, they can change across years and incorporate new emerging needs in addition to the existing ones, or following their fulfillment (Chiappero-Martinetti, 1970).“*

Es ist naheliegend, dass durch die sich schnell entwickelnden Mediatisierungsprozesse ein neuer Typus von Sozialcharakter entstehen könnte. Es fehlt hierzu jedoch an Quellen und empirischer Forschung. Durch Ergebnisse von Turkle (1998), Überlegungen von Bainbridge und Yates (2014), sowie Ergebnissen der Mediatisierungsforschung gibt es dennoch mögliche Vermutungen für Veränderungen (Gentzel et al., 2019, S. 29-30).

*„Möglicherweise verändern sich insgesamt Orientierungsmuster, insofern die Organisation des Internet hierarchisierte Followerstrukturen als Normalform kollektiver Orientierungen durchsetzt.*

*Möglicherweise verändern sich Reflexionsprozesse, insofern sie zunehmend über Internetkommunikation und damit in breiteren Kommunikationsverbänden stattfinden als früher.*

*Möglicherweise verändern sich Selbsteinschätzungen, weil sie viel stärker als früher an Vergleiche geknüpft werden, die sich auf narzisstische Praktiken beziehen, wie sie sich im Selfie-Boom und in trainierten Selbstdarstellungsmethoden ausdrücken.*

*Möglicherweise verändern sich Identitätsstrukturen, weil sie an die Repräsentation von Marken gebunden werden.*

*Möglicherweise besitzen die gesellschaftlichen Subjekte heute wesentlich mehr soziale Beziehungen und kommunikativ basierte soziale Kontakte, die aber vermutlich gleichartiger gemanagt werden und so zu weniger konkreten, dafür aber standardisierten empathischen Prozessen veranlassen (Gentzel et al., 2019, S. 29-30).“*

DT



## 2.4 Die soziale Isolation

Als Gegenstück zu einer sozialen Situation wird die soziale Isolation verstanden (Lück, 1985, S. 22). „Isolation [...] bedeutet etwas zur Insel machen, vom Festland abtrennen und im weiteren Sinne den Vorgang des getrennt Haltens von Dingen, Prozessen, Individuen oder Institutionen (Prosetzky, 2009, S. 87).“ Auf einen sozialen Kontext bezogen wird die Isolation einer Person mit einem Zustand des Ausgegrenztseins, der gesellschaftlichen Randständigkeit oder auch der räumlichen Isolation assoziiert (Prosetzky, 2009, S. 87).

Die soziale Isolation setzt sich aus zwei Faktoren zusammen: der Quantität und der Qualität der sozialen Beziehungen. Die Quantität beschreibt die Häufigkeit einer sozialen Interaktion mit anderen Menschen, während die Qualität die Befriedigung der eigenen Ansprüche an die Interaktion und die intrinsische Motivation zur Interaktion beschreibt (Zavaleta et al., 2017, S. 370).

Es zeigt sich, dass Menschen, die ein großes soziales Netzwerk pflegen, es im Leben besser geht als denjenigen, die in sozialer Isolation leben. Nichtsdestotrotz besteht die Annahme, dass in der heutigen Gesellschaft immer mehr Menschen sozial isoliert sind (Hortulanus et al., 2006, S. 18).

EF

### 2.4.1 Die objektive und subjektive soziale Isolation

Es muss zwischen einer objektiven und einer subjektiven sozialen Isolation unterschieden werden. Die objektive soziale Isolation ist die physisch begründete Isolation, ausgelöst durch Distanz oder Behinderung. Im Gegenzug dazu steht die subjektiv beziehungsweise emotional empfundene soziale Isolation. Sie tritt bei instabilen Freundschaften, sozialer Stigmatisierung oder traumatischen Erlebnissen auf (Baecker et al., 2014, S. 27). Die subjektive soziale Isolation steht in enger Korrelation mit der Einsamkeit und wird oft damit gleichgesetzt (Cacioppo & Hawkey, 2009, S. 447).

*„Loneliness can produce social isolation as people withdraw from connections. Alternatively, loneliness can occur as a result of social isolation when people become disconnected from relationships with family, friends, neighbors, co-workers, community organizations, communities of faith, or other sources of social interaction (Williams & Braun, 2019, S. 8).“*

In der vorliegenden Arbeit ist, wenn von sozialer Isolation die Rede ist, die empfundene soziale Isolation oder Einsamkeit gemeint.

EF

### 2.4.2 Soziale Isolation in Zeiten von den NSM

Zahlreiche technische Innovationen, wie beispielsweise das Smartphone oder die NSM, haben die soziale Interaktion aufgrund ihrer Geschwindigkeit, allgemeinen Verfügbarkeit und geringen Kosten grundlegend verändert. Die Technologie-Enthusiasten erkannten darin die Chance, ihre Beziehungen zu vervielfältigen und zu vertiefen. Aus der Sicht der Pessimisten wurden mit den technologischen Fortschritten authentische menschliche Beziehungen aufgebrochen und degradiert (Sennett, 2017, S. 4-5).

Früher hat sich das Individuum der Gesellschaft untergeordnet und sich durch sie definiert (Parigi & Henson, 2014, S. 156). Mit der Zeit hat jedoch die Investition in Interaktionen mit Menschen außerhalb des unmittelbaren Familien- und Freundeskreises abgenommen und wurde durch die Investition in das private Leben ersetzt (Sennett, zitiert nach Parigi & Henson, 2014, S. 154). *„Modernity has been characterized as the weakening of the traditional bonds that used to connect people to their communities and extended kinship groups (Tönnis, zitiert nach Parigi & Henson, 2014, S. 156).“*

Während es früher einen beträchtlichen Zeitaufwand gefordert hat soziale Beziehungen zu pflegen, ermöglicht es die heutige Welt jederzeit schnell und kostengünstig in Kontakt mit anderen zu treten (Parigi & Henson, 2014, S. 155). Die Moderne hat die zwischenmenschlichen Verbindungen verändert und die soziale Isolation wird dabei als unerwünschtes Nebenprodukt angesehen (Useem, zitiert nach Parigi & Henson, 2014, S. 156).

Die Soziologin Turkle thematisiert in ihrem Buch „alone together“, dass Technologie für den Menschen so verführerisch ist, weil das, was sie bietet, auf unsere menschlichen Schwachstellen trifft. Wir fühlen uns zwar einsam, aber haben Angst vor Intimität. Und hier setzt die Verführung der Moderne ein: Wir können Online-Verbindungen herstellen, die uns die Illusion einer Gemeinschaft vermitteln, ohne die Verpflichtung einer tiefen Freundschaft (Turkle, 2017, S. 1). Wir können kommunizieren, wann immer wir wollen und uns jederzeit nach Belieben zurückziehen. *„[...] we look to the network to defend us against loneliness even as we use it to control the intensity of our connections (Turkle, 2017, S. 13).“* Turkle spricht von einer Art Desorientierung der Leute und einer Unsicherheit, ob wir heute (offline oder online) näher zusammen gekommen sind oder uns voneinander entfremdet haben (Turkle, 2017, S. 14).

Nach ihrem ersten „alone together“-Moment, in dem sie eine Konferenz besuchte und die Teilnehmenden mehr mit ihren Smartphones und privaten Belangen beschäftigt waren, als damit den sprechenden Personen zuzuhören, hat sie für sich festgestellt, *„what people mostly want from public space is to be alone with their personal networks. It is good to come together physically, but it is more important to stay tethered to our devices (Turkle, 2017, S. 14).“*

Es ist noch in Diskussion und bleibt abzuwarten, ob die Verlagerung der Kontaktpflege in die NSM die Türen für neue und weitere Arten der Interaktion geöffnet oder oberflächliche Interaktionen geschaffen haben, mit denen wir uns selbst isolieren (Parigi & Henson, 2014, S. 155). Das Bild einer sozial isolierten Person hat sich jedoch bereits verändert: Von einer Person, die keine Freunde hat (objektiv isoliert) zu einer (subjektiv

wahrgenommenen isolierten) Person „with so many friends that her resulting cognitive cost of navigating the social space generates the feeling of loneliness (Parigi & Henson, 2014, S. 155).“

EF

### 2.4.3 Die Auswirkungen der sozialen Isolation

#### **Einfluss auf den Körper**

Die soziale Isolation hat negative Auswirkungen auf den Körper des Menschen.

*„Social isolation was associated with slower posttask recovery of systolic blood pressure in men and women, a higher cholesterol response to stress in men only, and also with larger cortisol awakening responses and greater cortisol output over the day in both men and women (Grant et al., 2009, S. 29).“*

#### **Einfluss auf die Wahrnehmung**

Es zeigt sich, dass die subjektive soziale Isolation oder Einsamkeit einen Einfluss auf zahlreiche Wahrnehmungsprozesse des Menschen hat. So ist sie ein Risikofaktor oder eine Begünstigung für eine schlechtere kognitive Gesamtleistung, erhöhte Negativität und depressive Wahrnehmung, erhöhte Sensibilität gegenüber sozialen Bedrohungen und vielem mehr. All diese kognitiven Unterschiede zu nicht sozial isolierten Menschen können zu einem kognitiven Rückgang und einer Morbidität führen (Cacioppo & Hawkley, 2009, S. 447).

#### **Einfluss auf die Sterblichkeit**

In einer Studie, in der die Korrelation zwischen sozialer Isolation und Mortalität untersucht wurde, wird die soziale Isolation anhand der Faktoren *„Living alone, having few social network ties, and having infrequent social contact [...] (Holt-Lunstad et al., 2015, S. 227)“* bemessen. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Einsamkeit die Mortalität um 26 %, die soziale Isolation um 29 % und das alleine leben um 32 % steigert. Ob die soziale Isolation objektiv oder subjektiv war, hat keinen Unterschied bei den Ergebnissen gemacht. Auch das Geschlecht, die Weltreligion oder die Dauer der Nachuntersuchung hatte keinen Einfluss (Holt-Lunstad et al., 2015, S. 227).

Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass eine ungewollte soziale Isolation einen negativen Einfluss auf den Körper, die Psyche und Wahrnehmung hat und sogar zu einer erhöhten Mortalität führt.

EF

## 2.5 Aus Interaktionen entstehen Beziehungen

Wie schon im Kapitel [Grundbedürfnisse](#) zu lesen war, ist das Eingebundensein in soziale Interaktionen und Beziehungen eines der wichtigsten Bedürfnisse der Menschen. Was genau unterscheidet jedoch Interaktionen von Beziehungen? Um im Folgenden differenzieren zu können, wann welche Art von zwischenmenschlicher Bindung gemeint ist, soll dargestellt werden, was den Unterschied macht.

*„Eine Interaktion ist eine wechselseitige Beziehung, die sich über unmittelbare oder mittelbare Kontakte zwischen zwei oder mehreren Personen ergibt, d.h. die Summe dessen, was zwischen Personen in Aktion und Reaktion geschieht (Sche-we, n. d.).“*

In der Definition des Gabler Lexikons wird das Wort Beziehung verwendet, um Interaktionen zu erklären. Auch eine Interaktion ist letztendlich eine Art von Beziehung. Diese ist jedoch unverbindlich und von vorübergehender Form. Es ist somit keine enge Beziehung. Sich mit anderen Menschen zu umgeben und mit diesen zu interagieren wird auch Affiliation genannt.

*„Affiliation is the act of associating or interacting with one or more other people. The concept of affiliation carries no indication of the quality, affective tone, or length of the social encounter or the nature of the relationship between the people (Fiske et al., 2010, S. 865).“*

Bei wiederholten gemeinsamen Interaktionen entstehen sogenannte Interaktionsmuster. Interaktionen bilden die Grundstruktur für Beziehungen. Je länger die wechselseitige Beziehung besteht, je häufiger sich die Personen beeinflussen und je stärker dieser Einfluss ist, lässt darauf schließen, wie eng diese Beziehung ist (Schäfter, 2010, S. 26).

Enge Beziehungen werden gemäß Clark und Lemay (2010) darüber charakterisiert, dass eine gegenseitige Abhängigkeit besteht, die von gewisser Dauer ist. Die Gefühle, Gedanken und das Verhalten des einen beeinflussen den anderen. Intimität und die Selbstverständlichkeit sich gegenseitig zu unterstützen ohne eine Wiedergutmachung zu erwarten, weisen zudem auf die Stärke der Bindung hin (Kessler & Fritsche, 2018, S. 59).

Wenn die Verhaltensweisen, Emotionen und Gedanken zweier Menschen beidseitig miteinander verbunden sind, sind die Menschen voneinander abhängig und es besteht eine Beziehung. So Kelly et al:

*„[I]f two people's behaviors, emotions, and thoughts are mutually and causally interconnected, the people are interdependent and a relationship exists. A relationship is defined as close to the extent that it endures and involves strong, frequent, and diverse causal interconnections (Kelley et al, zitiert nach Clark & Reis, 1988, S. 611).“*

DT

### 2.5.1 Von ortho-sozialen zu parasozialen Beziehungen

Beim Einkaufen, Spazieren durch die Stadt, oder sogar vor der Haustür trifft man auf Menschen und unterhält sich beispielsweise mit diesen. Man interagiert ortho-sozial, also von Angesicht zu Angesicht miteinander. An der Kasse, beim Warten auf den Zug und in ähnlichen Situationen, ist es unausweichlich Menschen zu begegnen, die man noch nicht kennt.

Wie wäre es jedoch schon vor der ersten Begegnung, Menschen in die eigenen vier Wände zu lassen, um sie dort erst kennenzulernen? Das Fernsehen, welches eben solche unbekannte Menschen als Akteure zeigt, ist zumindest heute kaum mehr aus dem eigenen Heim wegzudenken. So wird es seit 1950 sogar als Massenmedium bezeichnet (Bildung, 2017).

Passend dazu veröffentlichten nur sechs Jahre später, also 1956 zwei amerikanische Soziologen, Horton und Wohl, einen im weiteren Verlauf verwendeten Aufsatz. Darin beschreiben die Autoren, wie die Zuschauer die Illusion einer realen Situation von Angesicht zu Angesicht eingehen und wie so ein scheinbar persönlicher Kontakt zwischen Medienfigur und Zuschauer entsteht (Horton & Wohl, 1956).

DT

### 2.5.2 Parasoziale Interaktionen & Parasoziale Beziehungen

Diese Illusion beschreiben sie mit den Begriffen parasoziale Interaktion sowie parasoziale Beziehung. Das folgende Konzept geht wie bereits erwähnt auf Donald Horton und Richard Wohls Aufsatz „Mass Communication and Parasocial Interaction. Observations on Intimacy at a Distance“ zurück. Im Folgenden werden die Begriffe parasoziale Interaktion und parasoziale Beziehung mit **PSI** und **PSB** abgekürzt (Horton & Wohl, 1956).

Auf der einen Seite steht eine reale Person, auch *Rezipient* genannt, die das Gefühl hat, mit einer zweiten, fiktiven Person, im folgenden *Persona* genannt – z. B. einem Charakter in einer Fernsehserie oder dem Medienbild einer „celebrity“ – sozial zu interagieren. Sie verfolgt das Leben der fiktiven Person, fiebert mit, lernt ihn oder sie kennen. So baut die reale Person über die Zeit eine emotionale, dennoch einseitige Bindung zur fiktiven Person auf (Horton & Wohl, 1956).

Zusammengefasst beschreiben die Begriffe PSI und PSB das Phänomen einer partnerschaftlichen Auseinandersetzung. Es findet jedoch keine wechselseitige Auseinandersetzung (Reziprozität) zwischen Rezipient und Persona statt. Diese Einseitigkeit der Beziehung ist nach Horton und Wohl der ausschlaggebende Punkt (Horton & Wohl, 1956).

Deshalb auch parasozial wie *scheinbar sozial*. Die Vorsilbe „para-“ kommt aus dem Griechischen und bedeutet „von seiten“, „bei“, „entlang“, „neben“, als Präfix gebraucht „nahe stehend“, „ähnlich“ oder „von der Norm abweichend“, „fehlerhaft“ (AG, Bibliographisches Institut F. A. Brockhaus, 2001).

Man könnte anhand des Begriffs parasozial herleiten, dass PSB zum einen „nahe stehend“, beziehungsweise „ähnlich“ zu Beziehungen im Allgemeinen sind, andererseits aber „fehlerhaft“ sind, da sie eben doch „von der Norm abweichen“. Sie sind einseitig

und damit nicht mit wechselseitigen sozialen Beziehungen gleichzusetzen.

Es handelt sich, so auch die These von Horton und Wohl, nur um eine Illusion von Face-to-Face Beziehungen zwischen Rezipient und Persona.

*„One of the striking characteristics of the new mass media – radio, television, and the movies – is that they give the illusion of face-to-face relationship with the performer (Horton & Wohl, 1956).“*

Man begegnet den entferntesten und berühmtesten Personen so, als befände man sich im Kreis der Gleichgesinnten. Im aufgeführten Zitat sprechen Horton und Wohl bemerkenswerterweise von der Illusion einer Beziehung, nicht der Illusion einer Interaktion. Trotzdem unterscheiden zumindest die ersten Quellen nicht strikt zwischen PSI und PSB. Dennoch gibt es Quellen, die passend zum vorhergehenden Kapitel [Aus Interaktionen entstehen Beziehungen](#) PSB als die Weiterentwicklung von PSI verstehen.

*„Während die parasoziale Interaktion auf die unmittelbare, während der Rezeption stattfindende „Begegnung“ zwischen Rezipient und Persona beschränkt ist, wird die über die einzelne „Begegnung“ hinausgehende Bindung des Rezipienten an eine Persona als parasoziale Beziehung (PSB) bezeichnet (Krämer et al., 2016, Vorderer 1998, zitiert nach).“*

In der vorliegenden Forschungsarbeit wird daher zwischen den beiden Begriffen unterschieden. Eine PSB ist demnach eine sich längerfristig entwickelnde Bindung des Rezipienten an die Persona. Wiederholte Begegnungen beziehungsweise PSI mit der Persona tragen zur Entwicklung einer Bindung bei und intensivieren damit die PSB. Wenn die Anzahl und Qualität der PSI zunimmt, kann eine Person also das Gefühl haben, dass sie eine Bindung (PSB) zu der vermittelten Persona entwickelt (Schramm & Hartmann, 2010, S. 209).

Interessant ist auch, dass PSB durch ein geringes oder gar kein Gefühl der Verpflichtung, Anstrengung oder Verantwortung seitens des Rezipienten bestimmt sein können (Horton & Richard Wohl, 1956). In einer echten Beziehung, die auf beidseitiger Bindung beruht, hätte das Ende dieser einen schmerzhaften Einfluss auf beide Personen. Schaut der Rezipient eine Serie nicht weiter, stört das den/die Hauptdarstellende/n nicht, da er/sie dies im Normalfall nicht mitbekommt. Die Beziehung ist einseitig und wird nur vom Rezipienten als solche gesehen, weshalb das Zurückziehen, außer für den Rezipienten, selbst keine Folgen hat. Um die Stärke der PSB herauszufinden beziehungsweise bewerten zu können, werden verschiedene Teilprozesse der PSI/PSB miteinander verglichen.

Im Folgenden geht es deshalb um die Grundstruktur von PSI-Prozessen und die verschiedenen Level auf denen PSI ausgelebt werden können (Hartmann et al., 2004, S. 33).

DT

### 2.5.3 PSI Prozesse und ihre Intensität

PSI-Prozesse werden in **perzeptiv-kognitive**, **affektive** und **konative** Anteile differenziert. Da nicht jede Auseinandersetzung beziehungsweise Interaktion mit einer Persona gleich ist und auch nicht jede Persona die gleiche Aufmerksamkeit oder Bindung erfährt, unterscheidet man zusätzlich zu den Dimensionen von PSI-Prozessen auch in der Intensität dieser. Man spricht von zwei Intensitätsebenen, einer oberflächlich-schwachen, *Low-Level-PSI* und einer intensiv-starken Auseinandersetzung mit einer Persona, *High-Level-PSI* (Hartmann et al., 2004, S. 33).

#### **Perzeptiv-kognitive PSI-Prozesse**

Der **perzeptiv-kognitive** Anteil ist der wichtigste, da er immer besteht. Es geht hierbei um die Gedanken die sich Personen zu den Personae machen. Die Informationen, die aufgenommen werden und die Verarbeitung dieser ist essentiell, um überhaupt von PSI sprechen zu können. Im Folgenden sollen die Teilprozesse dargestellt werden. Dabei wird nicht im Einzelnen auf Low oder High-Level eingegangen, um die Auflistung zu vereinfachen. Je nachdem ob es sich um eine Low oder High-Level PSI handelt, haben die folgenden Teilprozesse eine oberflächlich-schwache oder intensiv-starke Ausprägung (Hartmann et al., 2004, S. 32-33).

Der erste **perzeptiv-kognitive** Teilprozess ist die *Aufmerksamkeitsallokation*. Hierbei geht es um die Aufmerksamkeit, die der Rezipient der Persona zur Verfügung stellt und wie gezielt dadurch die Informationen über die Persona aufgenommen werden.

Bei der *Rekonstruktion* versucht der Rezipient sich in die Lage der Persona einzufühlen und die Gedanken, Ziele und Wünsche dieser zu verstehen. Die *Anknüpfung* ist der dritte Teilprozess. Die Rezipienten verstehen Situationen, in denen sich die Persona befindet, weil sie Ähnliches selbst schon erlebt haben.

Dazu passend geht es im vierten Teilprozess um *antizipierende Beobachtung*. Überlegungen, was die Persona als Nächstes tun kann oder gar was man selbst in der Situation machen würde sind Bestandteil dieses Teilprozesses. Außerdem werden Personae von Rezipienten beurteilt. Diese Bewertungen können moralischer Natur sein oder anderen Normen entsprechen.

Zuletzt gehört noch die *Herstellung eines Bezugs* zwischen der Persona und dem Selbstbild zu den Teilprozessen. Die Rezipienten vergleichen sich mit der Persona. Dies kann sich positiv oder negativ auf den Selbstwert auswirken (Hartmann et al., 2004, S. 32-33).

#### **Affektive PSI-Prozesse**

Alle emotionalen Reaktionen werden unter den **affektiven** Teilprozessen zusammengefasst. Es geht also um das Mitfühlen, die Empathie, die eine Person zur Persona aufbauen kann. Wichtig ist hierbei die Unterscheidung zwischen dem Mitfühlen und der wirklich emotionalen Verbundenheit, sowie Empathie für die Situation, in der sich die Persona befindet.

Ein Beispiel hierfür ist im Fußball die echte Trauer über eine Niederlage der Persona, die man anfeuert. Es schade zu finden, dass die Mannschaft verloren hat oder am Boden zerstört zu sein und es nicht ertragen zu können, wie sehr es die bewunderte Persona schmerzt, wäre ein überspitztes Beispiel von **affektive** PSI. Das ist jedoch selten so leicht differenzierbar und damit schwer zu bewerten (Hartmann et al., 2004, S. 34-35).



### Konaktive PSI-Prozesse

Es gibt drei Kategorien in die **konative** Teilprozesse unterteilt werden. *Motorische* und *gestische* Verhaltensweisen sowie *verbale Äußerungen*.

Mit *motorischen Verhaltensweisen* ist zum Beispiel das Drehen des Kopfes gemeint, um weiterhin die Persona im Blick zu behalten. *Gestische Verhaltensweisen* könnten zum Beispiel ein Zwinkern oder ein Erwidern eines Lächelns sein.

*Verbale Äußerungen* sind Zurufe oder vielleicht auch Tipps, die man laut ausspricht, um sie der Persona mitzuteilen. Befindet sich eine Persona im Horrorfilm gerade dabei die dunkle Treppe in den Keller zu nehmen, könnte der Rezipient versuchen sie durch einen Zuruf zu warnen. Auch bei dieser Art von Teilprozess ist es schwer, exakt abzugrenzen, wann ein Rezipient Verhaltensweisen wirklich an die Persona richtet und wann es ein Ausruf ist, der für die anderen Zuschauer gedacht ist (Hartmann et al., 2004, S. 35-36).

Im Allgemeinen spricht man von High-Level-PSI, wenn auch nur in einer der drei Dimensionen (**perzeptiv-kognitive**, **affektive**, **konative**) Teilprozesse auftreten, die als intensiv eingestuft werden. Nur wenn alle Anteile der Binnendifferenzierung als oberflächlich betrachtet werden geht man von einer Low-Level-PSI aus. Eine klare Festlegung, wann welcher Fall vorliegt, ist komplex und hängt von vielen Faktoren ab (Hartmann et al., 2004, S. 31).

Bei einer High-Level-PSI, kann es dazu kommen, dass die **PSB** zu einem Ersatz für autonome gesellschaftliche Teilhabe wird. Für die große Mehrheit des Publikums ist das Parasoziale eine Ergänzung zum normalen sozialen Leben. Es bietet ein soziales Milieu, in dem die alltäglichen Annahmen und Verständnisse von primärer Gruppeninteraktion und Geselligkeit demonstriert und bekräftigt werden. Wenn die PSB jedoch unter absoluter Missachtung der objektiven Realität verläuft, kann sie als pathologisch/krankhaft angesehen werden (Horton & Wohl, 1956).

DT

#### 2.5.4 Das Absorption-Addiction Modell

McCutcheon, Lange und Houran schlugen ein Modell vor, um solche krankhaften **PSB** zu erklären. Sie bezogen sich dabei auf die Verehrung von Prominenten. Nach diesem Modell kann die Sucht (Addiction) zu einer Berühmtheit mit einer Sucht nach Drogen verglichen werden. Die Rezipienten versuchen eine Identität und ein Gefühl der Erfüllung herzustellen, indem sie alles über die Persona herausfinden wollen und sogar versuchen Kontakt zu dieser aufzubauen. Dieses Absorbieren von Informationen jeglicher Quellen ist mit Absorption gemeint (Mccutcheon et al., 2003, S. 310).

Zusätzlich zum Absorption-Addiction Modell haben McCutcheon, Lange und Houran obsessive PSB zu Prominenten nochmals in drei Level eingeteilt. Das höchste Level findet sich, wie im vorherigen Abschnitt bereits erwähnt, schon bei Horton und Wohl. Eine krankhafte, psychopathische Bindung zur Persona. Ein nicht ganz so extremes Level haben *intensiv persönlichen* PSB. Der Rezipient sieht die Persona als beispielsweise einen Seelenverwandten und beschäftigt sich sehr intensiv und zwanghaft mit dieser.

Die unterhaltsam soziale PSB beschreibt das erste Level. Man unterhält sich mit anderen über die Persona, da sie einen zur Zufriedenheit unterhalten hat und damit die Aufmerksamkeit verdient (Mccutcheon et al., 2003, S. 310-312).

DT

## 2.5.5 Intensitätsbestimmende Faktoren von PSI-Prozessen

„Freilich ließen sich unzählige Faktoren herleiten, die einen Einfluss darauf haben können, ob ein Betrachter nun elaborierte Überlegungen über die Medienfigur anstellt, starke Gefühle zu ihr entwickelt und ausladende körperliche Reaktionen zeigt, oder ob er im Gegensatz dazu nur oberflächliche Gedanken und schwache Gefühle entwickelt, sowie körperlich kaum auf die Medienfigur reagiert (Hartmann et al., 2004, S. 37).“

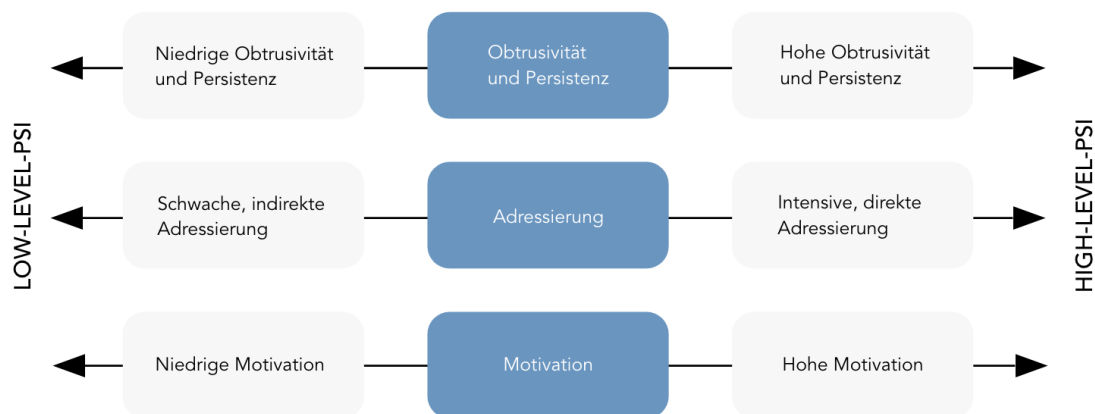


Abbildung 2: Faktoren der Intensität von PSI-Prozessen  
Quelle: Eigene Darstellung, nach (Hartmann et al., 2004, S. 62)

Die Bildschirmpräsenz wird in zwei Faktoren unterteilt, die *Obtrusivität* und die *Persistenz*. Ersteres beschreibt die Aufdringlichkeit, mit welcher die Persona dem Rezipienten begegnet. Zweiteres sagt aus, wie lange die Persona im Fokus steht. Also die Dauer der Präsenz. Wie intensiv, also aufdringlich und wie lange der erste Auftritt der Persona ist, entscheidet maßgeblich über die Motivation sich weiterhin mit ihr zu beschäftigen (siehe [Abbildung 2](#)) (Hartmann et al., 2004, S. 37-38).

Eine weitere Determinante ist die *Adressierung*. Ein Beispiel hierfür sind Talkshows, in denen der Moderator (die im Fokus stehende Persona) dem Rezipienten zum Teil zugeneigt ist, jedoch im weiteren Verlauf der Show mit anderen Personen spricht. Die Adressierung zum Rezipienten ist also nur teilweise vorhanden. Es ist wahrscheinlicher eine High-Level-PSI zu erreichen, wenn der Rezipient direkt adressiert wird (siehe [Abbildung 2](#)) (Hartmann et al., 2004, S. 38-39).

Der Faktor *Motivation* ist abhängig von physischer Attraktivität und der Fiktionalität einer Persona (siehe [Abbildung 2](#)).

„Wirkt eine Medienfigur physisch attraktiv, ist der sie umgebende Kontext in irgendeiner Weise attraktiv und wird sie als menschlich und natürlich wahrgenommen, so dürfte die Motivation für eine intensivere Auseinandersetzung mit ihr

*höher sein, als wenn die gegenteilige Eigenschaften auf sie zutreffen. Jedoch markieren die sozialen Kategorien des ersten Eindrucks nur das anfängliche Niveau der PSI (Hartmann et al., 2004, S. 39)“.*

DT

## 2.6 Das Spektrum parasozialer Beziehungen

*„Die Medien halten eine große Vielfalt unterschiedlicher Personae bereit, die potenziell PSI-Prozesse eröffnen können: Von den klassischen Personae im Hörfunk (z. B. Moderatoren), im Fernsehen oder Kino (z. B. Schauspieler und Filmrollen, Musikstars, Nachrichtensprecher, Sportler etc.) über, bis hin zu Personae, die in Printmedien abgebildet und thematisiert werden (z. B. Politiker, Helden aus Romanen, Comic-Figuren) (Schramm & Hartmann, 2010, S. 202).“*

Die Definition von PSB wurde von Horton und Wohl auf das Medium des Fernsehs aufbauend verfasst, lässt jedoch Spielraum um weitere Szenarien für PSB herzuleiten. Außerdem sind die im zuvor genannten Kapitel aufgeführten Faktoren zur Intensitätsbestimmung von PSB bedacht worden. Bildschirmpräsenz kann demnach auch auf einem Smartphone stattfinden. Ebenso Adressierung und die Motivation als Faktor zur Intensivierung von PSB. Es wird davon ausgegangen, dass PSB, da es zu keinem Zeitpunkt festgelegt wurde, auch ganz ohne Medien/Geräte entstehen können, oder zumindest ihren Anfang im echten Leben haben. Um das ausgearbeitete Spektrum übersichtlicher

darzustellen, wurden die Möglichkeiten beziehungsweise Beispielszenarien für PSB in Unterkategorien eingeteilt.

DT

### (Prominente) Reale Personen

**Alltags-Personen** Um eine Persona zu sein und mit der Rezipienten eine PSB aufzubauen, muss man weder berühmt noch fiktiv sein. Deshalb beschäftigt sich die erste Kategorie mit realen Personen, die zum Alltag gehören und sich in den Medien präsentieren. Beispiele hierfür sind Fitnesstrainer/innen, Studierende, Professoren und andere Spezialisten/Spezialistinnen auf YouTube. Selbst wenn diese unbekannt sind (eine geringe Reichweite haben) kann es theoretisch passieren, dass sich Menschen ihre Videos ansehen und gefallen an der Persona finden. Tanzvideos, Erklärungen in bestimmten Gebieten durch jemanden, der sich auskennt oder Präsentationen können Beispiele hierfür sein. Daraufhin schauen Rezipienten weitere Videos und/oder suchen die Persona auf sozialen Medien um vielleicht im weiteren Verlauf (unbewusst) eine PSB aufzubauen.

PSB können ihren Anfang auch im echten Leben haben. Beispielsweise könnte ein Rezipient eine/n eher unbekannt/n Straßenkünstler/in entdecken und diese/n später im Internet suchen. Manche Künstler/innen haben Schilder mit ihrem Instagram-Namen aufgestellt. So wäre keine beidseitige Interaktion nötig, um mehr über diese Person zu erfahren. Künstler/innen könnten vom Rezipienten mit dem Handy aufgenommen werden, ohne es überhaupt zu merken. Man nehme an es wäre recht viel los auf der Straße und Persona und Rezipient hätten keine wechselseitige Interaktion, nicht einmal ein Lächeln wäre ausgetauscht worden. Trotzdem beschäftigt sich der Rezipient mit dem Geschehenen, findet weitere Informationen, und versucht wieder einen Auftritt zu sehen. Nun könnte man per Definition von einer Low-Level (Typ *unterhaltsam sozial*) PSB sprechen.

Ein weiteres Szenario sind reale Personen, die prinzipiell eine Stadt weiter oder gar in der gleichen Stadt leben, dem Rezipienten selbst aber noch nie über den Weg gelaufen sind. Instagram oder Facebook schlagen den Nutzenden neue Freundschaften, beziehungsweise Menschen die den Nutzenden bekannt sein könnten vor. In der Theorie spricht nichts dagegen, dass der Rezipient zu dieser Persona, ohne je wirklich mit ihr oder ihm zu chatten eine PSB aufbauen könnte. Bilder und regelmäßige Storys, die über das Leben der Person Auskunft geben, könnten zur Folge haben, dass Rezipienten sich ähnlich wie von Personae im Fernsehen angesprochen fühlen und eine einseitige Bindung aufbauen.

Je nachdem wie berühmt beziehungsweise bekannt diese Person ist, kann der Rezipient über NSM und andere Kanäle mehr Informationen über die Persona herausfinden und damit die PSB stärken. Wie im Kapitel [perzeptiv-kognitive PSI-Prozesse](#) bereits beschrieben, handelt es sich hierbei um den ersten Teilprozess, die Aufmerksamkeitsallokation. Je nachdem wie stark die PSB ist, werden weitere Informationen gezielt aufgenommen und die Aufmerksamkeit, die die Persona erfährt, wächst. Je prominenter, beziehungsweise bekannter die Persona ist, desto einfacher wird es oft weitere Informationen zu dieser zu bekommen.

**Die neuen Prominenten** Die zweite Kategorie bilden eben diese realen Personen, die über die NSM prominent geworden sind. YouTuber/innen, Sänger/innen, Tänzer/innen, andere Künstler/innen, die durch Fernsehshows oder NSM wie YouTube bekannt wurden, TikTok Stars und weitere Arten von berühmten Menschen, die Neue Medien hervorgebracht haben, sollen unter neue Prominente zusammengefasst werden. Sie scheinen, anders als Seriencharaktere, leicht erreichbar, sind es jedoch nicht unbedingt. Sie sind Menschen 'wie du und ich', und trotzdem beweist ein Like oder eine kurze Antwort auf ein Kommentar keine wechselseitige Interaktion oder Beziehung. Hier fehlt es momentan noch an Quellen und Definitionen, ab wann eine PSI zu einer sozialen Interaktion wird. Rezipienten könnten vermuten, dass die Persona selbst antwortet, obwohl nur ein Bot oder ein Angestellter der Persona eine vorgefertigte Antwort abgeschickt hat. Ob und wann dies als sozial gilt, ist mit dem stetigen Wachstum der Auswahl an Medien und Interaktionsmöglichkeiten eine sehr komplexe Frage, die in diesem Paper zunächst offengelassen werden muss.

Anzeichen dafür, dass heutige Medien dazu prädestiniert sind, dass PSB entstehen können, lässt sich genauer im Kapitel [Neue Soziale Medien sind für PSI/PSB designed](#) nachvollziehen.

**Die klassischen Prominenten** Die nächste Kategorie führt zum Anfang von PSB, dem Fernsehen. Moderatoren/ Moderatorinnen, Reporter/innen, Sänger/innen, Models, Tänzer/innen, Sportler/innen, Politiker/innen, Schauspieler/innen und andere berühmte Menschen, die vor allem durch das Fernsehen bekannt sind, besuchen Rezipienten mehr oder weniger „[...] tagtäglich zur gewohnten Zeit auf dem Fernsehschirm im Wohnzimmer und sind als Dauergäste oder Quasi-Familienmitglieder im eigenen Heim präsent (Gleich und Burst, 1996, zitiert nach Schweiger & Fahr, 2013, S. 304).“

Eine besondere Rolle bei dieser Kategorie, spielt die direkte Adressierung des Publikums. Die passive Rolle eines eigentlich nur zusehenden Rezipienten wird überlagert,

indem er in das Beziehungsgefüge hineingezogen wird, das das Programm anbietet. Anders ausgedrückt, der Rezipient wird selbst Teil des Beziehungsgefüges, so Hippel und Klemens (Hippel, 1992, S. 38-39). Indem ein Talkshow Moderator/inenn sich den Zuschauenden zu Hause zuwendet, diese also direkt adressiert, steigt die Chance für den Aufbau einer PSB (Hartmann et al., 2004, S. 38-39).

DT

## **Fiktive Charaktere**

**(Hör-)Bücher und Comics** Zur ersten Kategorie zählen hierbei fiktive Charaktere wie Helden/Heldinnen oder andere Charaktere aus Büchern und Comics. Diese können in Printmedien aber auch in Hörbücher angetroffen werden. Per Definition sind PSB einseitige Beziehungen zu einer Persona. Diese kann den Rezipienten auch ohne Bildschirm adressieren. Über das Buch als Medium oder eben durch eine ähnliche Vorstellungskraft beim Hören eines Buches. Der Rezipient kann sich mit der Persona beschäftigen, sich in ihre Lage fühlen, überlegen welchen Schritt die Persona als Nächstes gehen könnte, mitfiebern und Empathie zeigen. Alles Punkte die PSB beschreiben. Hierbei ist interessant, dass den Rezipienten mehr Raum für Fantasie zur Verfügung steht. Wenn die Persona in einer Serie oder einen Film auftritt ist, das Aussehen bereits vorgegeben. Das Aussehen kann bei Romanen sozusagen nach eigenem Ermessen, natürlich passend zur Beschreibung, aber dennoch mit einem gewissen Freiraum angepasst werden. Da Attraktivität nach Hartmann, Schramm und Klimmt (2004) die Motivation zur Auseinandersetzung mit einer Persona und damit die Intensität der PSB beeinflusst, könnten Studien hierzu spannend sein (Hartmann et al., 2004, S. 39).

**Computerspielfiguren und Avatare** Computerspielfiguren und Avatare, also Figuren aus interaktiven Kontexten, gehören zur zweiten Kategorie. Auch wenn es sich prinzipiell um reale Personen, die in Spielen nachempfunden werden handeln kann, wird dieser Bereich zu den fiktiven Charakteren gezählt. Ein Beispiel für solche Fälle ist das Spiel FIFA. Hier spielt man im Namen von bekannten Fußballern. Ein Teilprozess parasozialer Beziehungen, sich in die Lage der Persona hineinversetzen, bekommt aufgrund von Spielekonsolen eine ganz neue Dimension.

Ob es sich hierbei tatsächlich um eine PSB handelt, lässt sich nicht mit Sicherheit sagen. Indizien dafür sind jedoch, dass sich der Rezipient mit der Persona ohne eine wechselseitige Beziehung beschäftigt. Der Rezipient kann Geschichten durchspielen, ein/e Bösewicht/Bösewichtin oder Held/in sein und sich dem Charakter verbunden fühlen, also gewissermaßen eine Bindung mit dem Avatar eingehen.

**Serien und Film Personae** Zur letzten Kategorie gehören die auch schon von Horton und Wohl beschriebenen PSB zu fiktiven Charakteren aus Serien und Filmen, die über das Massenmedium Fernsehen zu den Rezipienten gelangen. Durch Netflix, Amazon Prime, Disney+ und viele weitere Streaming Dienste sind Filme und Serien, anders als früher, immer und überall verfügbar. **On demand** ist Standard geworden und der Aufbau von PSB damit leichter denn je.

Zu Zeiten von Horton und wohl mussten Rezipienten beispielsweise eine Woche warten, bis die Persona wieder im Fernsehen zu sehen war. Es gab die Abhängigkeit von Sendezeiten und Rezipienten warteten darauf, bis die nächste Folge im Fernsehen zu sehen war. Verpasste der Rezipient diese, verpasste er/sie auch die PSI mit der Persona. Auch heutzutage wartet man darauf, dass es Fortsetzungen von Serien gibt. Es bieten sich jedoch neue Möglichkeiten an. Beispielsweise lassen sich verpasste Folgen im Internet in Mediatheken nachschauen und das prinzipiell so oft man möchte.

Das Spektrum beziehungsweise die Bandbreite, in denen PSI und daraus resultierende PSB möglich sind, hat sich mit der Entstehung neuer Medienformate rapide vergrößert. Als Rezipient kann man nun selbst entscheiden wie viele Informationen man aufnehmen möchte, sowie wann und wo. Die ausschlaggebende Veränderung ist, dass Rezipienten nicht mehr nur im Fernsehen oder auf dem Computer, Smartphone und Ähnlichem mit Personas interagieren können. Die PSB kann nun auch plattformübergreifend gestaltet werden. Dabei ist egal ob Sportler/innen, Schauspieler/innen, Musiker/innen oder fiktive Charaktere. Das Level an Distanz variiert, da es wahrscheinlicher ist, einen Sportler/innen im Stadion live zu sehen, als einem/einer Schauspieler/in über den Weg zu laufen. Außerdem scheinen YouTuber/innen genauso, wenn nicht sogar mehr Aufmerksamkeit zu bekommen als manche Schauspieler/innen. Die Grenzen verschwimmen, da alle Arten von Personae durch ihre Profile die Teilhabe an ihrem Leben ermöglichen und den Rezipienten so scheinbar ähnlich nahe sind.

Susan Wojcicki, CEO des Unternehmens YouTube, tätigte eine interessante Aussage zu dieser Vermutung.

*„[She] said the driving force behind YouTube’s growth is its personalized viewing paradigm, in contrast to the programmed lineups of TV nets: “Primetime is now personal,” she said Thursday. She cited a study YouTube conducted with Omnicom that find “passion” about a creator or topic is three times more important to a YouTube users “than whether or not there’s a big Hollywood name attached.” (Spangler, 2019).“*

DT

## 2.7 Warum gerade die Digital Natives so viele parasoziale Beziehungen haben

Der hohe Anteil an PSB von den Digital Natives innerhalb von den NSM kann auf den hohen Konsum zurückgeführt werden. Aber warum ist ihr NSM Konsum so hoch? Im Folgenden werden ihre Beweggründe erläutert, sowie argumentiert, dass das heutige Design der NSM parasoziale Interaktionen begünstigt.

### 2.7.1 Darum ist ihr Konsumverhalten so hoch

Wie bereits erwähnt, vermerken die 14 bis 29-jährigen in Deutschland die stärkste tägliche Nutzung von NSM (ARD/ZDF-Forschungskommission, n. d., S. 22). Die Motivation hinter der Nutzung der Medien führt McQuail auf vier Faktoren zurück: „*Diversion*: escape from routine or problems, emotional release; *Personal relationships*: companionship, social utility; *Personal identity*: self-reference, reality exploration, value reinforcement; *Surveillance*: forms of information seeking (McQuail, 2010, S. 353).“

Wie bereits erklärt, gehört vor allem der Kontakt zu Gleichaltrigen und Freunden (personal relationships), um die eigene Sozialkompetenz zu stärken, zu den Grundbedürfnissen der Jugendlichen. Auch die Identitätsarbeit (personal identity) und die Formung eines eigenen „Ichs“ ist in diesem Alter essenziell.

Zusätzlich hat McQuail eine psychologische Theorie der *audience motivation* aufgestellt, die sich an den Grundbedürfnissen der Menschen orientiert. „*He distinguished first between cognitive and affective needs, then added three further dimensions: 'active' versus 'passive' initiation; 'external' versus 'internal' goal orientation; and orientation to 'growth' or to 'stability'* (McGuire, zitiert nach McQuail, 1997, S. 72).“ Als Beispiel für die Anwendung seiner Theorie, führt der Autor die Aktivität des Zeitungslesens an. Die Motivation dahinter ist eine *kognitive*, die lesende Person möchte sich eine Meinung bilden. Sie hat die Aktivität *aktiv* initiiert, ihr Verhalten ist von *außen* gesteuert und auf die Erhaltung der *Stabilität* ausgerichtet (McQuail, 2010, S. 354).

Ein weiteres Beispiel könnte das Scrollen durch den Instagram-Feed sein. Die nutzende Person geht hier vermutlich eher einem *emotionalen* Bedürfnis nach, da der Fokus von Instagram nicht auf der Bereitstellung von Informationen, sondern auf der Selbstdarstellung und der Kontakterhaltung mit Freunden liegt (Instagram, Inc, 2010, S. 354). Sie hat die Aktivität *aktiv* initiiert und verfolgt ein *intrinsisches* Ziel mit der Orientierung nach *Wachstum*.

Koubek hat die vier von McQuail definieren Motive noch weiterführend auf die Bedürfnisse von Jugendlichen bezogen. So spricht er über eine Bildung des „Ichs“ über Identitätsmanagement (Personal identity). „*Identität ist weitgehend eine narrative Konstruktion. Das zentrale Medium der Identitätsarbeit ist die Selbsterzählung* (Koubek, 2016, S. 2).“ Die Nutzenden von NSM „[...] suchen in den von ihnen konsumierten Formaten nach Verstärkungen für eigene Werte und Überzeugungen, nach Rollenmodellen und Identifikationsmöglichkeiten (Koubek, 2016, S. 2).“ Die Selbstdarstellung habe zumeist eine authentische und eine selektive Seite. Die nutzende Person muss es schaffen ein konstantes und



glaubwürdiges Bild ihrer selbst zu erschaffen, kann Inhalte jedoch auch selektieren und dem Kontext oder der Plattform anpassen (unterschiedliche „Ichs“ auf LinkedIn oder Facebook) (Koubek, 2016, S. 2).

Neben der Pflege mehrerer „Ichs“, werden auch verschiedene „Wirs“ im Zuge des Beziehungsmanagement geschaffen und gepflegt (Personal relationships).

*„Zentraler Bestandteil eines Profils im sozialen Netzwerk sind die Verbindungen zu Freunden und Bekannten. Freundschaftsbekundungen versichern eigene Position im sozialen Gefüge, sie sind die Währung, die den eigenen Status bilanziert (Koubek, 2016, S. 2-3).“*

Die Beweggründe, innerhalb von den NSM Beziehungen zu pflegen, sind „[...] Einsichten in das Leben anderer zu gewinnen, [...] Zugehörigkeit zu sozialen Gruppen [zu bekommen] [...], Grundlagen für Gespräche und soziale Interaktionen [zu sammeln] und bisweilen darum, Ersatz für eine Real-Life-Beziehung zu finden (Koubek, 2016, S. 3).“

Auch Informationen und Wissen (Surveillance) sind für Jugendliche Beweggründe, sich an die Medien zu wenden. Der zugrundeliegende Wunsch ist es, zu wissen, was in der direkten Umwelt passiert. „Diese Informationen können zur Befriedigung der eigenen Neugier, aus allgemeinem Interesse, zum Erlernen neuer Sachverhalte oder als Hilfe bei konkreten Problemen zur Bewältigung des Alltags gesucht werden (Koubek, 2016, S. 3).“

Der vierte Motivationsfaktor ist die Suche nach Unterhaltung (Diversion). „[...] sei es zur kulturellen und ästhetischen Erbauung, zum Zeitvertreib, zur emotionalen Entspannung oder zur Zerstreuung und Ablenkung bis hin zum Eskapismus (Koubek, 2016, S. 4).“

EF

## **2.7.2 Die NSM sind für PSI und PSB designed**

Einer der Beweggründe anzunehmen, dass gerade die Digital Natives einen hohen Anteil an parasozialen Interaktionen und Beziehungen haben ist, wie im vorherigen Absatz beschrieben, der hohe NSM Konsum. Ein weiterer Grund könnte das Design und die Interaktionsmöglichkeiten der NSM sein. Durch die NSM und deren Interaktionsangebote konnten neue oder abgewandelte Formen der Kommunikation und Selbstdarstellung entstehen, von denen einige im Folgenden vorgestellt werden. Zusätzlich wird versucht die Frage zu beantworten, ob sich das Verhalten innerhalb der NSM weg von der Interaktion und immer mehr hinzu einem Konsumverhalten bewegt.

### **Neue Interaktionsmöglichkeiten**

Mit NSM können die Nutzenden nicht nur selbst Inhalte teilen, sie können auch „live“ am Leben von Anderen teilnehmen. Wer ein Smartphone oder Computer und Internet besitzt, kann sich schnell bei einem der Netzwerke anmelden und Bilder, Videos oder Statusupdates von Freunden, Bekannten oder berühmten Personen verfolgen. Das Live-Streaming von Videos über NSM wie Facebook, Instagram oder Twitter hat in den letzten Jahren stetig zugenommen (Young, 2018) und ist mit 52 % die beliebteste Quelle für Livestreams (Sruoginis, 2018).

Auch eine beliebtes und durch NSM entstandenes parasoziales Interaktionsmuster ist das digitale „Liken“ von Inhalten. Es belegt Platz zwei der am meisten genutzten Funktionen, gleich nach dem Versenden von Privatnachrichten (Rohleder, 2018, S. 10).

*„Die sozialen Praktiken des Teilens, Empfehlens und Filterns, die den Social Network Sites wie Facebook zum Durchbruch verholfen haben, sind nicht nur zur Hauptwährung sozialer Medien, sondern gleichsam des gesamten Internets geworden. Als Facebook 2009 den Like-Button einführte, wurde nicht nur eine neue Metrik für Marktteilnehmer, sondern für die gesamte soziale Kommunikation etabliert. Mit diesen Formen des Social Sharing können Nutzer nun von der Selektions- und Filterleistung anderer Nutzer profitieren (Schmidt, zitiert nach Hohlfeld & Godulla, 2015, S. 13)“*

Mit dem Kommentieren und Liken wird ein „Wir“-Gefühl produziert, das zu einer höheren Selbstakzeptanz und geringerer sozialer Isolation führt (Koubek, 2016, S. 3). Auf der Kehrseite geben 6 % der in einer Studie Befragten Nutzenden von sozialen Medien an, mehrmals oder zumindest einmal ihren Beitrag gelöscht zu haben, weil er zu wenig „Likes“ hatte („What the world thinks“, n. d.).

2011 sind die sogenannten Emojis großflächig in die Tastaturen unserer Smartphones eingezogen. Das Wort Emoji kommt aus dem Japanischen und leitet sich von „e“ für Bild und „moji“ für Zeichen ab. *„Emoji is today, incontrovertibly the world's first truly universal form of communication (Evans, 2017, S. 11).“* Im Jahr 2015 haben fast 50 % der Instagram Beiträge Emojis beinhaltet (Evans, 2017, S. 10-12). Eine Studie von 2018 zeigt, dass 79 % der Emoji-Nutzenden Emojis als lustig empfindet, 47 % empfindet sie als hilfreich (Evans, 2017).

Den Trend zur asynchronen Kommunikation macht sich neben dem Chatten, auch in der Nutzung von Sprachnachrichten bemerkbar. 70 % der in einer Studie befragten verwenden Sprachnachrichten, 16 % davon täglich. Die Vorteile werden auf den geringen Aufwand, die Reduktion von Missverständnissen und die zeitliche Unabhängigkeit zurückgeführt. Die Studie zeigt außerdem, dass gerade die jüngere Generation die meisten Sprachnachrichten verschickt und deren Vorteile erkennt.

*„Im Vordergrund [der asynchronen Kommunikation] steht die auch normativ begründete Wechselseitigkeit (Reziprozitätsnorm) als Erwartung, dass Rede und Gegenrede, Frage und Antwort zu einem fortgesetzten Dialog führen (Beck & Jünger, 2019, S. 16).“*

Ein weiteres Phänomen ist die fehlende Grenzziehung von Jugendlichen im Umgang mit den NSM. Gewohnte Sphären der Öffentlichkeit (zum Beispiel gibt es bei Freundschaften eine Gliederung in „[...] enge und entfernte Freunde, Kumpel und flüchtige Bekannte [...]“ (Koubek, 2016, S. 7)“ verschwimmen innerhalb der Medien. So wandern „[...] Informationen, Äußerungen und Mitteilungen, die exklusiv für eine soziale Sphäre reserviert sein sollten, in eine andere [...]. Freundeszahlen haben in sozialen Netzen den Status von Währungen, die den eigenen sozialen Marktwert repräsentieren. Aus diesem Grund werden sie von vielen gesammelt und auch lose Bekanntschaften in das eigene Adressbuch integriert (Koubek, 2016, S. 8).“

Hinzugekommen ist auch eine neue Nähe und Interaktionsmöglichkeit mit Berühmtheiten. Die Nutzenden von NSM haben die Möglichkeit ihren Stars auf sozialen Plattformen zu folgen, ihre Beiträge zu liken und zu kommentieren oder ihnen eine private Nachricht zu schicken.

In den NSM vermischen sich die parasozialen und sozialen Interaktionsmöglichkeiten und damit auch die ortho- und parasozialen Beziehungen. PSI, wie das Liken, Followen oder Kommentieren (ohne Gesprächsstart) von Beiträgen und Personen vermischt sich in einem Kanal mit der wechselseitigen (sozialen) Kommunikation und Interaktion mit Familien und Freunden (Westermayer, 2013 & Hartmann, 2008, zitiert nach Weisweiler, 2018, S. 47).

### **Konsumieren statt interagieren**

Anhand der genutzten Funktionen von den NSM und der Einführung von bestimmten neuen Funktionalitäten kann abgeleitet werden, dass es einen Trend weg von der zwischenmenschlichen Interaktion und hin zu einem Konsum und zu parasozialen Verhalten kommt. Die NSM „enabled people to document the stories of their daily experiences in online, public, or semi-public domains in unprecedented measure (Page, 2013, S. 15).“ Das zeigt, dass die Nutzenden die NSM als Werkzeug für die Erzählung ihrer Lebensgeschichten nutzen.

Mit der Entwicklung von Plattform-Erweiterungen wie Instagram Stories oder Instagram TV (IGTV) bekommen die Nutzenden die Möglichkeit, ihre bebilderten Geschichten noch immersiver zu präsentieren. 2016 hat Instagram das Feature Instagram Stories mit folgenden Worten vorgestellt: „Today, we’re introducing Instagram Stories, a new feature that lets you share all the moments of your day, not just the ones you want to keep on your profile. [...] With Instagram Stories, you don’t have to worry about overposting. Instead, you can share as much as you want throughout the day [...]“ („Introducing Instagram Stories“, n. d.).“ Laut Instagram wächst die Nutzung des Stories Feature stark, im Jahr 2018 wurde die 500 Millionen Marke an geteilten Stories pro Tag geknackt (Facebook, Inc. (FB), 2018, S. 3).

Zwei Jahre später (2018) hat Instagram das nächste immersive Feature Instagram TV (IGTV) vorgestellt. Mit dieser neuen Funktion ist es den Nutzenden möglich, Videos hochzuladen, die länger als 60 Sekunden sind. Videos im IGTV können bis zu einer Stunde lang sein. Man hat die Möglichkeit, Creatoren zu folgen oder selbst Inhalte zu teilen.

„Jeder kann ein Creator sein – du kannst deine eigenen IGTV-Videos in der App oder im Web hochladen und deinen eigenen Kanal ins Leben rufen („Willkommen bei IGTV“, n. d.).“

Der Konsum von Stories und IGTV kann mit dem Konsum von Fernsehen (mit vereinzelten interaktiven Aspekten, wie beispielsweise das Liken und Teilen eines IGTV Videos) verglichen werden. Fernsehen als parasoziale Aktivität ist bereits gut erforscht.

„Fernsehen erweckt demnach beim Zuschauer das Gefühl der Realität als Illusion der persönlichen Nähe und Intimität, was Rollenübernahme erleichtert, obwohl die Zuschauer letztlich immer nur interpretierende und reagierende Beobachter sein können. Trotz fehlendem Rückkanal fühlen sich (jugendliche) Zuschauer aber vielfach von TV-Personen angesprochen und es scheinen sich im Gefolge von habitualisiertem Fernsehen längerfristig parasoziale Beziehungen zwischen Zuschauern und (Serien-)Figuren zu entwickeln (Bonfadelli & Friemel, 2017, S. 117).“

Auch das Ranking der beliebtesten Aktivitäten in den NSM (siehe [Abbildung 3](#)) zeigt, dass PSI auf dem Vormarsch sind. Zwar ist das Verschicken von privaten Nachrichten immer noch auf Platz eins, die restlichen Interaktionen sind jedoch zumeist parasozial. Aktivitäten wie das Liken von Beiträgen (Platz zwei), eigene Fotos hochladen (Platz drei), Fotos, Videos, Texte oder Links teilen (Platz vier), Infos zu Veranstaltungen erhalten (Platz fünf), an Umfragen oder Gewinnspielen teilnehmen (Platz sechs), Video-Livestreams verfolgen (Platz sieben) (Rohleder, 2018, S. 10) und viele mehr können in das Spektrum der PSI gezählt werden.

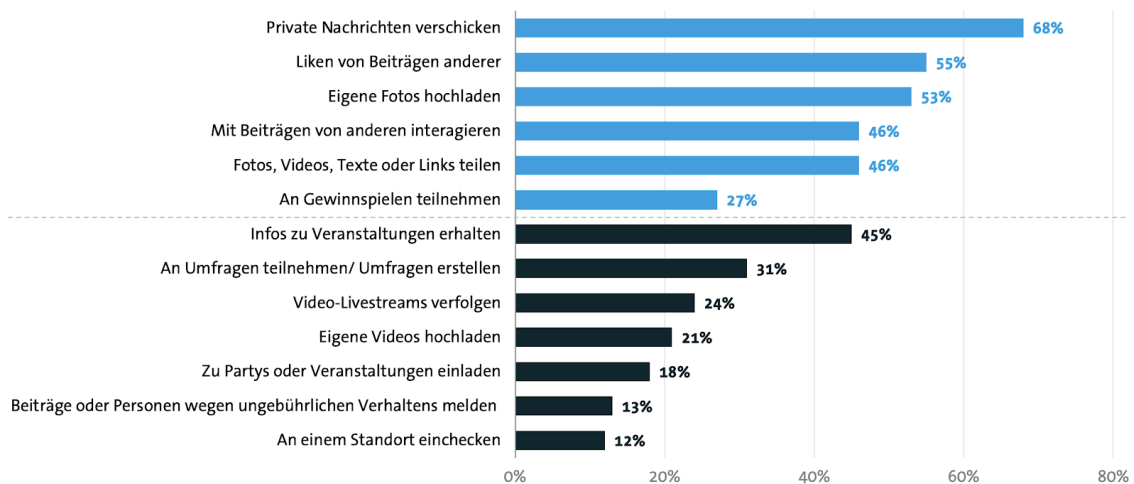


Abbildung 3: Ranking der beliebtesten Aktivitäten in den NSM  
Quelle: (Rohleder, 2018, S. 10)

Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass bestimmte neue Interaktionsmuster durch NSM entstanden sind und einiges darauf hinweist, dass neue Features der Netzwerke parasoziale Interaktionen fördern. Die verschiedenen NSM fordern ihre Nutzenden aktiv auf, ihr Leben zu teilen. So werden auf der Startseite von Facebook die Nutzenden mit den Worten „Was machst du gerade?“ dazu aufgefordert, einen Beitrag zu veröffentlichen. Bei Twitter ist es die gleiche Aufforderung, nur mit den Worten „Was

gibt's Neues?“. Die Menschen haben mit den NSM ein Medium und Werkzeug gefunden, um ihre Geschichten zu erzählen. PSI wie zum Beispiel das Liken eines Beitrags sind sehr beliebt.

EF

### 2.7.3 Die Neuen Sozialen Medien im Vergleich

Soziale Plattformen unterscheiden sich nicht nur am Typ des Inhaltes (Flickr für Bilder, SoundCloud für Musik, YouTube für Videos, Instagram für Bilder, Twitter und Facebook für Texte) und dem Typ der Zielgruppe (LinkedIn für professionelle Verbindungen, Instagram für private Beziehungen), sondern auch an der Form der Kommunikation (persistent oder ephemere). Im folgenden wird die persistente Kommunikationsform anhand des Beispiels von YouTube erörtert, während die ephemere Kommunikation am Beispiel von Snapchat vorgestellt wird. Danach wird anhand der Merkmale dieser Kommunikationsformen und den Eigenschaften, die einer PSI zugrunde liegen, versucht abzuleiten, welche der beiden Formen eher parasozial ist.

#### Die persistente Kommunikation

Bis auf wenige soziale Plattformen oder einzelne Features sind die heutigen NSM persistenter Natur, das heißt geteilte Inhalte „[...] sind raumübergreifend und zeitbeständig rezipier-, zitier- und kopierbar, darüber hinaus können sie gar nicht oder nur mit großem Aufwand zurückgenommen werden. Wer schreibt, bleibt – wer spricht, nicht (Koubek, 2016, S. 8).“ Es geht dabei um das „[...] Festhalten bzw. Festsetzen des Ephemeren, eine Stabilisierung des tendenziell eher Flüssigen. Es ist ein Versuch der Wieder-Einbettung (re-embedding) entgegen den Tendenzen des Verschwindens, entgegen der Raum-Zeit-Kompression bzw. deren Distanzierung (Schmidt & Taddicken, 2017, S. 378).“

Ein gutes Beispiel für eine Plattform, die von dieser persistenten Art der Kommunikation lebt, ist die Video-Sharing-Plattform YouTube. „Unsere Mission ist es, allen eine Stimme zu geben und ihnen die Welt zu zeigen („YouTube“, n. d.).“ Auf YouTube können die Nutzenden selbst produzierte Videos hochladen und teilen oder andere Youtuber abonnieren und deren Beiträge konsumieren (Google LLC, 2012). Die Plattform wurde 2005 gegründet und 2006 von Google übernommen („Zeit Online“, n. d.). Seit dem ist YouTube stetig gewachsen und vor allem bei den deutschen Jugendlichen mit einer täglichen Nutzung von 24 Minuten beliebt (Adler et al., 2018, S. 21).

Ob eine parasoziale Interaktion bei dem Konsum von Youtube-Videos besteht und welche Intensität sie hat, kann von den bereits vorgestellten **intensitätsbestimmenden Faktoren** von PSI-Prozessen abgeleitet werden. Die besondere Ausprägung der beiden Faktoren *Obtrusivität und Fiktionalität* treffen vor allem für das sogenannte Vlog (Videoblog) Format zu. „*The vlog reminds us of the residual character of interpersonal face-to-face communication and provides an important point of difference between online video and television. [...] It seems that, more than any other form in the sample, the vlog as a genre of communication invites critique, debate, and discussion. Direct response, through comment and via video, is central to this mode of engagement (J. Burgess & Green, 2013, S. 54).*“

Die Präsenzdauer der Persona kann die konsumierende Person mit dem wiederholten anschauen des Materials oder dem Konsum von weiteren Videos der Persona selbst bestimmen und damit die Intensität der Persistenz selbst regulieren.

## Die ephemere Kommunikation

Das Gegenstück zu der persistenten Kommunikation ist die ephemere. Ephemere Plattformen sind dafür designed, Kommunikations-Artefakte nach einer kurzen Zeit zu löschen. Eine dieser Plattformen ist Snapchat. Snapchat wurde 2011 unter dem Namen Picaboo gegründet und später zu Snapchat umbenannt (Spalding, 2016, S. 9).

*„Snapchat supports temporally limited sharing by (1) requiring the shared content to be created at (or close to) the time it is shared and (2) deleting the shared content from the Snapchat application for both sender and receiver (Bayer et al., 2016, S. 3).“*

Da keine archivierten Inhalte verschickt werden können, sind die Bilder immer eine Momentaufnahme. Auch die Empfänger der Nachrichten sind von dem Nutzenden bewusst selektiert. *„Snapchat also emphasizes directed communication where the audience of a “snap” is specified and thus known. [...] Snapchat gives the sender explicit control over audience by allowing the user to choose who the snap is sent to and notifying the user when the snap is viewed. Once transmitted, content disappears after a few seconds (Bayer et al., 2016, S. 4).“*

Eine Studie zeigt, dass die Nutzenden von Snapchat die Interaktionen in der App eher als **ortho-soziale Interaktion** ansehen beziehungsweise diese damit vergleichen. Da sie den Nachrichten daher mehr Aufmerksamkeit als persistenten Inhalten schenken, empfinden sie eine größere emotionale Belohnung (Bayer et al., 2016, S. 1).

Aus dem Vergleich der persistenten und ephemeren Kommunikation in den NSM kann abgeleitet werden, dass persistente Plattformen als die klassischen sozialen Plattformen, eher das Entstehen von PSI und begünstigt. Im Beispiel von YouTube steht der Video-Konsums im Vordergrund, Interaktionsangebote wie das Liken, Kommentieren oder Teilen eines Videos garantiert keine soziale Interaktion. Allerdings können auch hier in den Kommentaren soziale Gespräche oder Diskussionen entstehen, oder das Teilen des Videos führt zu einem Gesprächsstart.

Ephemere Plattformen hingegen fördern die direkte Kommunikation zwischen den Nutzenden und sind damit mehr sozial als parasozial. *„Despite its similarity to generalized mobile photo sharing, Snapchat was perceived as a site for direct interaction, not simply a platform for distributing or viewing visual content (Bayer et al., 2016, S. 16).“*

EF

## 2.8 Beziehungsaufbau vor und in Zeiten von Neuen Sozialen Medien

Um über den Beziehungsaufbau zu sprechen ist es wichtig, die Frage zu beantworten, wo Beziehungen ihren Anfang nehmen. Eine vielleicht recht einfache, aber treffende Antwort stammt von Burgess, Huston und Homas.

*„The answer may be: at the point where one person attends to another (R. L. Burgess et al., 1979, S. 35).“*

Argyle und Henderson beschreiben den Beziehungsaufbau bei Freundschaften als dreistufigen Prozess. Bei (1) zufälligen Begegnungen werden *erste Eindrücke* vom Anderen gewonnen, daraufhin folgen (2) *erste Treffen* durch Verabredungen, sowie (3) *regelmäßige Treffen und eine wechselseitige Bindung* (Argyle und Henderson, 1996, zitiert nach Heidbrink et al., 2009, S. 28).

Wagner beschreibt den *ersten Eindruck* damit, dass *„Nacheinander [...] die Kriterien Alter, Geschlecht, ethnische Gruppe und Schichtzugehörigkeit abgeprüft [werden]. Erst wenn alle Kriterien erfüllt sind, kommt es überhaupt zum Kontaktangebot (Wagner, 1991, zitiert nach Heidbrink et al., 2009, S. 28).“* Das geschieht jedoch unterbewusst und recht schnell. Möchte man daraufhin Kontakt zu dieser Person aufbauen, ist der nächste Schritt sie/ihn nach einem Treffen zu fragen.

Als es die **NSM** noch nicht gab, war es wahrscheinlicher, dass sich Freundschaften in der näheren Umgebung von Menschen entwickelten (Heidbrink et al., 2009, S. 29). Die NSM ermöglichen, Kontakt mit Menschen auf der ganzen Welt aufzunehmen. Freundschaften sind damit nicht mehr ortsabhängig. Ein Vorteil der Online-Interaktion besteht also darin, dass NSM die Beziehungen erhalten, die aufgrund der fehlenden geographischen Nähe benachteiligt gewesen wären (Nadaly et al., 2018). Anzumerken ist hierbei, dass nicht genau definiert ist, ob es sich um Beziehungen handelt, die über NSM entstanden sind, oder ob nur vom Pflegen dieser vorhandenen Beziehungen ausgegangen wird.

Die Einladung zu einem Treffen erfolgt entweder über NSM oder von Angesicht zu Angesicht. Bei beiden Methoden ist die Gefahr, eine Absage zu erhalten und damit durch Ablehnung enttäuscht zu werden, vorhanden (Heidbrink et al., 2009, S. 29). Es gibt dennoch Unterschiede. Über NSM kann jederzeit nach einem Treffen gefragt werden. Um die Person persönlich fragen zu können, muss man dieser gegenüberstehen.

Beziehungen oder Freundschaften die über NSM entstehen, können im echten Leben weitergeführt werden. Menschen lernen sich über Dating Plattformen oder NSM kennen und verabreden sich daraufhin. Die soziale Beziehung entwickelt sich zu einer ortho-sozialen. Um in diesem Beispiel die Unterschiede hervorheben zu können, wird weiterhin davon ausgegangen, dass die komplette Beziehung entweder in der *echten Welt* oder über die NSM abläuft.

Über **NSM**, beispielsweise am Abend stundenlang zu chatten oder zu telefonieren, könnte mit einem gemeinsamen Abend in einer Bar oder ähnlichem verglichen werden. Jedoch fehlen viele Komponenten die eine reale Begegnung ausmachen.



*„Die fundamentale Erfahrung des Anderen ist die von Angesicht zu Angesicht. Die face-to-face Situation ist der Prototyp aller sozialen Interaktionen. In der face-to-face Situation habe ich den Anderen in lebendiger Präsenz vor mir, und ich weiß, auch ich bin für ihn lebendig präsent (Abels, 2019, S. 199).“*

Hierzu im Kapitel [Wie versucht wird fehlende Komponenten zu kompensieren](#) mehr.

Beim *ersten Treffen* tauschen sich die Interaktionspartner aus. Dabei finden sich Gemeinsamkeiten und beide Seiten gehen das Risiko ein, Dinge zu entdecken, die das Interesse an der anderen Person verringern und somit zu Enttäuschung und dem Abbruch weiterer Begegnungen führen könnten (Heidbrink et al., 2009, S. 29).

Über [NSM](#) lässt sich jedoch dank parasozialer Interaktionsmöglichkeiten, schon bevor die Person das erste Mal angeschrieben wird, einiges über diese herausfinden. Falls das soziale Profil genug Inhalt aufweist, kann durch parasoziale, also einseitige Interaktion, auch ohne einen gegenseitigen Austausch ein erstes Kennenlernen stattfinden. Aufgrund der gesammelten Informationen und dem bereits entstandenen ersten Eindruck kann sich das vorher genannte Risiko einer Enttäuschung verringern.

Die Theorie der sozialen Durchdringung (Social Penetration Theory) beschreibt die Entwicklung zwischenmenschlicher Beziehungen als einen langsamen Prozess. Pritta Chasombat trifft in ihrem Research "Social networking sites impacts on interpersonal communication skills and relationships" die Aussage, dass dieser Entwicklungsprozess durch NSM beschleunigt wird (Nadaly et al., 2018).

*„People are more likely to disclose more personal information on Social Networking Sites than they would in face to face communication because the level of control is higher (Ledbetter et al., 2011, zitiert nach Nadaly et al., 2018).“*

*Regelmäßige Treffen und eine wechselseitige Bindung* bilden die letzte Prozessstufe beim Aufbau einer freundschaftlichen Beziehung. Wenn beide Interesse zeigen und die gegenüber stehende Person sich geschätzt fühlt, kann es zu weiteren Treffen kommen. Das der/die Andere gerne Zeit mit ihm/ihr verbringt, beziehungsweise Zeit investiert, um die Verbindung zu festigen, lässt die Wahrscheinlichkeit, dass eine Freundschaft entsteht, steigen (Heidbrink et al., 2009, S. 29). Schreiben die Partner stundenlang über NSM, lässt dies auch darauf schließen, dass Zeit investiert wird und ein Interesse vorhanden ist. Der Aufwand eine Unterhaltung über das Smartphone zu führen, gegenüber dem Aufwand ins Auto zu steigen und einen längeren Weg auf sich zu nehmen um sich zu treffen, sind verschieden groß.

*„Erscheint uns der Aufwand für weitere Treffen größer als unser subjektiver Nutzen, wird es hierzu vermutlich nicht mehr kommen [...] (Argyle und Henderson, 1986, zitiert nach Heidbrink et al., 2009, S.29).“*

Es könnte also sein, dass Freundschaften weiterhin eine Chance bekommen, da es über die [NSM](#) einfacher ist, diesen Aufwand zu betreiben. Außerdem ist der eigene Aufwand niedriger. Der Nutzen könnte deshalb niedriger sein, ohne dass es zu einem sofortigen



Abbruch des Beziehungsaufbaus kommt. Mit einem Like oder einer netten Nachricht zeigt man beispielsweise Interesse ohne aus dem Bett aufstehen zu müssen.

Passend dazu ist es einfacher, Interesse vorzutäuschen oder die 'richtige' Antwort auf Fragen zu geben. Die *Face-to-Face Situation* bietet nur einen begrenzten Zeitrahmen, um auf die Aktion der anderen Person zu reagieren. Zudem müssen Emotionen nicht in Echtzeit sein. Ob jemand lächelt, wenn er einen lächelnden Smiley schickt, oder vielleicht sogar währenddessen mit einer anderen Person telefoniert, kann der Gegenüber nicht mit Sicherheit wissen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sowohl über soziale Netzwerke, als auch im echten Leben Beziehungen entstehen und vor allem gepflegt werden müssen. Es gibt bereits genannte Unterschiede, wie die Geschwindigkeit des Kennenlernens, den Aufwand und die Zeit, die investiert wird. Ob nun Freundschaften, die im echten Leben entstanden sind die stärkeren, besseren sind, lässt sich erahnen, wird jedoch subjektiv vom Individuum selbst entschieden werden müssen.

DT

### **2.8.1 Was unterscheidet PSB von ortho-sozialen Beziehungen?**

Im vorangegangenen Kapitel wurde der Unterschied zwischen ortho-sozialer und der Interaktion über [NSM](#) dargestellt. Was aber unterscheidet [PSB](#) von 'echten', also ortho-sozialen Beziehungen?

Der grundsätzliche Unterschied ist, dass PSB einseitig sind. Während ortho-soziale Beziehungen reale und persönliche Interaktionen mit sich bringen, fehlt bei PSB die Wechselseitigkeit. Wenn Menschen miteinander sprechen, dann passen sie sich ihrem Gegenüber unmittelbar an. Das geschieht sowohl verbal als auch nonverbal. Je nachdem was der/die Andere sagt oder wie er/sie sich verhält, wird sich die gegenüberstehende Person anders entscheiden, was sie als Nächstes antwortet (Abels, 2019, S. 199-203).

Eine ortho-soziale Beziehung besteht also darin, dass „[...] ständiger Austausch zwischen seinem und meinem Ausdrucksverhalten (*interchange of expressivity*) stattfindet. Ich sehe ihn lächeln und lächle zurück, er runzelt die Stirn, ich verzögere meine Rede usw. Mein Ausdrucksverhalten orientiert sich an seinem und seines an meinem, und diese ständige Reziprozität öffnet uns beiden gleichermaßen Zugang zueinander (Berger und Luckmann 1966a, zitiert nach Abels, 2019, S. 199).“

Eine weitere Besonderheit ist ein geringer ausgeprägtes Gefühl der Verantwortlichkeit innerhalb von PSB. Der Rezipient kann sich jederzeit aus einer PSB zurückziehen, indem er/sie eine Serie nicht mehr schaut oder einer prominenten Person nicht mehr auf Instagram folgt. Bei einer ortho-sozialen Beziehung könnte der Beziehungspartner Nachfragen stellen und wissen wollen, warum die Beziehung zu Ende ist. Die Persona bekommt das Geschehen im Normalfall nicht mit, da die Beziehung einseitig verläuft und der Star selbst kein oder nur geringes Interesse dafür zeigt, was seine Fans machen (Horton & Richard Wohl, 1956). Der Rezipient folgt der Persona, diese folgt jedoch nicht zurück.

Dadurch dass PSB einseitig sind, hat der Rezipient nur ein geringeres oder gar kein Gefühl von Verantwortlichkeit. Hierbei wird jedoch von einer *Low-Level-PSB* gesprochen. Bei einer *High-Level-PSB* könnte es sein, dass ein Verantwortungsgefühl aufkommt, da der Rezipient krankhaft denkt, eine Beziehung zu dieser Person zu pflegen. Horton und Wohl beschreiben das als *pathologisch/krankhaft* angesehene PSB (*extreme Para-Sociability*). Im Normalfall kommt es jedoch zu einem geringeren Verantwortlichkeitsgefühl als es bei ortho-sozialen Beziehungen der Fall ist (Horton & Richard Wohl, 1956).

Eine Gemeinsamkeit ist, dass je nach Bindungsverhalten des Rezipienten ein *Parasocial Break-up* ähnliche Gefühle auslösen kann wie das Beenden einer 'echten' Beziehung. In diesem Fall beendet nicht der Rezipient die PSB, sondern die Persona, indem die Serie beispielsweise nicht mehr ausgestrahlt wird, der/die Schauspieler/in den Serientod sterben musste oder in den Ruhestand geht.

Darüber hinaus haben, nach Hartmann, Menschen mit einem *ängstlich-ambivalenten* Bindungsstil die größte parasoziale Trennungsangst zu erwarten (Hartmann, 2016, S. 135). Anzumerken ist hierbei, dass dieses Szenario heutzutage, aufgrund der vielen Möglichkeiten online an Filme und Serien zu kommen, nicht so einfach darzustellen ist.

Eine Studie, die die Reaktionen von Fernsehzuschauern auf den potenziellen Verlust ihrer Lieblingscharaktere untersucht, liefert zusätzliche Untermauerung, dass PSB als eine Erweiterung der sozialen Beziehungen der Zuschauenden und nicht als Kompensation für das Fehlen dieser Beziehungen gesehen werden sollten. Wenn PSB einen Mangel an ortho-sozialen Beziehungen kompensieren würden, wäre zu erwarten, dass Rezipienten, die Schwierigkeiten mit Intimität haben, die stärksten PSB haben. Diese PSB scheinen sicherer als soziale Beziehungen zu sein, bauen aber auf simulierter Intimität auf (Cohen, 2004, S. 198).

Diese *simulated intimacy* kommt daher, dass Rezipienten als Publikum zwischen den angebotenen Beziehungen wählen können, die im Fernsehen auftretenden Personae wiederum keine Informationen über diese Wahl oder Reaktionen der Rezipienten haben und deshalb das fehlende Feedback durch Annahmen über das Verhalten dieser ausgleichen müssen (Horton & Richard Wohl, 1956).

Beleuchtet man PSB gegenüber ortho-sozialer Beziehungen im Bereich von NSM, dann ist die Trennung wesentlich komplexer, als sie es damals war. Früher waren Beziehungen real und Fernsehcharaktere waren es nicht. Nun finden Rezipienten Freunde aus dem eigenen Leben und Personae auf den gleichen NSM. Mit Likes, Kommentaren oder sogar Direktnachrichten an Instagram Accounts von Serien Charakteren oder berühmten YouTubern/YouTuberinnen, scheinen soziale Interaktionen möglich. Wann die Persona jedoch wirklich selbst antwortet, ist schwer zu sagen. Wenn die Grenzen zwischen verschiedenen Formen sozialer Beziehungen flüider werden, was heißt das für unser Bindungsbedürfnis??

Zudem nutzen Menschen heutzutage die gleichen Medien, um PSB aufrecht zu erhalten sowie, um die eigenen sozialen Beziehungen zu pflegen. Sollten Rezipienten paranoid sein, ob es wirklich eine echte soziale Beziehung ist – oder einfach die Parasozialität

ausleben, auf die Chance hin, dass aus der parasozialen eine soziale Interaktion wird? Gehören PSB selbstverständlich zur Welt der Digitalen Natives? Und wenn ja, warum?

DT

### 2.8.2 Warum pflegen die Digital Natives parasoziale Beziehungen?

Die Digital Natives wachsen heute mit Medien auf und kommen nicht umhin, sich mit den Personae, die sie in diesen sehen, auseinanderzusetzen. Schon 2007 beschreiben Wagner und Theunert die „[...] konvergente Medienwelt [als] selbstverständlich in den Medienalltag von Kindern und noch mehr von Jugendlichen integriert. Diese Integration beginnt in früher Kindheit, wenn die Produkte crossmedialer Vermarktung als Medienprodukte, Spielzeug oder Gebrauchsgegenstände Eingang in die Kinderzimmer finden (Wagner & Theunert, 2007, S. 1).“

Weiter geht diese Integration mithilfe der Geräte, die Jugendlichen scheinbar selbstverständlich zur Verfügung stehen. „[Das] Smartphone [ist] mit 93 % das am weitesten verbreitete Mediengerät. Zwei von drei Jugendlichen haben einen eigenen Computer oder Laptop, ein Fernsehgerät steht bei der Hälfte im Jugendzimmer („JIM-Studie“, n. d., S. 7)“ (siehe [Abbildung 4](#)).

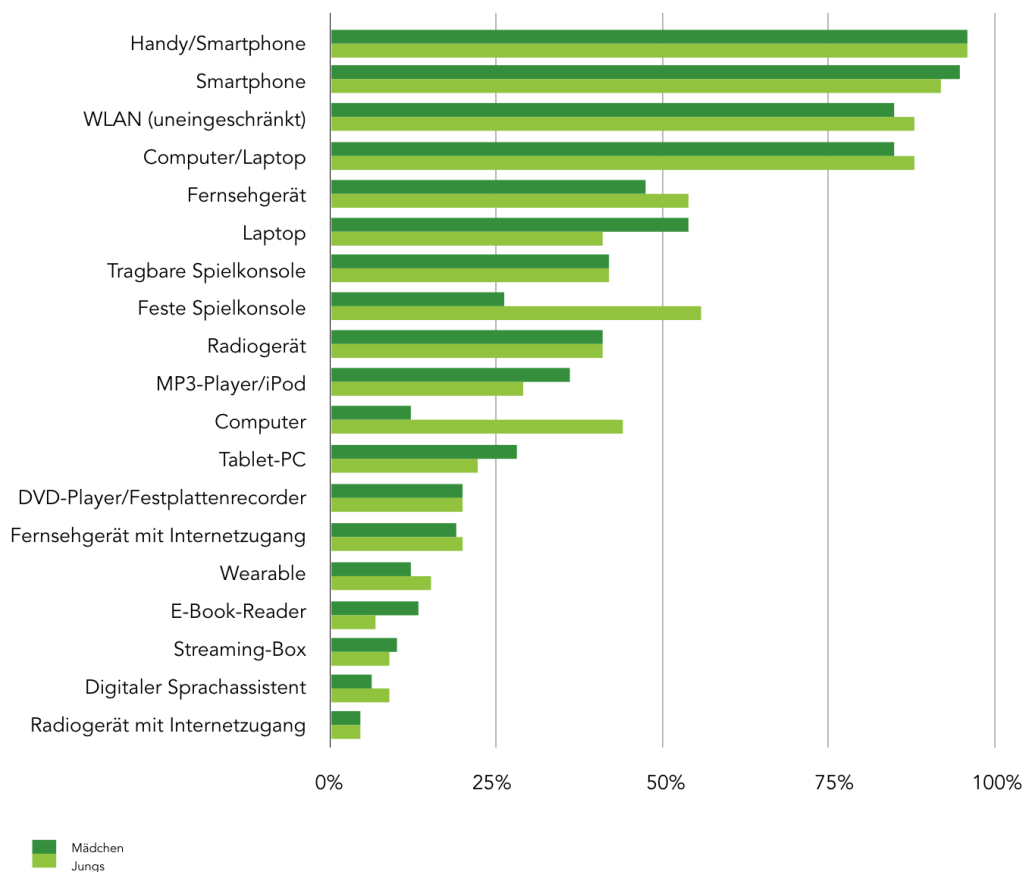


Abbildung 4: Gerätebesitz Jugendlicher 2019  
Quelle: Eigene Darstellung, nach („JIM-Studie“, n. d., S. 7)

Das der Konsum von Medien bei Jugendlichen enorm hoch ist, wird schon im Kapitel [Darum ist ihr Konsum so groß](#) beschrieben. In diesem finden sich auch Erklärungen, zur Motivation [NSM](#) zu nutzen. Die Möglichkeit mit Personae zu interagieren und dadurch [PSB](#) einzugehen ist somit gegeben. Auch das Design dieser Medien führt, nach Kapitel [Konsumieren statt interagieren](#) dazu, dass PSB einfacher entstehen können.

Könnte es sein, das außer dem einfachen und alltäglichen Zugang zu PSB weitere Gründe gegeben sind, die Jugendliche dazu bewegen PSB nicht nur zu haben, sondern aktiv pflegen zu wollen?

Die Motivation PSB einzugehen beschreibt Stever (1991, 1994) mit drei möglichen Gründen. Er führt zunächst *Attraktivität* der Dinge, die die Persona tut auf. Rezipienten mögen demnach das Hobby oder den Sport, die Leidenschaft der Persona, weil sie/er darin die/der Beste zu sein scheint. Des Weiteren können *romantische oder sexuelle Motive* eine Rolle spielen. Die Persona kann als *attraktiv oder sympathisch* empfunden werden und somit die Aufmerksamkeit der Jugendlichen auf sich ziehen. Der dritte Grund ist die Identifikation mit der Persona. Zunächst sieht er/sie sich durch die Persona widerspiegelt. Woraufhin der Rezipient der Persona nacheifert, und so sein möchte wie diese (Stever, 2009, S. 1).

Der Wunsch nach Identifikation beschreibt den psychologischen Wunsch, wie eine Persona zu sein oder das Streben, einer Persona nachzueifern (Feilitzen and Linne, 1975, zitiert nach Tolbert & Drogos, 2019, S. 28). Passend dazu gibt es Berichte von Kindern im Alter von 5 Jahren, die vorgeben, einen eigenen YouTube-Kanal zu haben. Auf diesem erzählen sie von ihrem Leben und ihrer Spielzeit, als würden sie in eine Kamera sprechen (Tolbert & Drogos, 2019, S. 1). In einer weltweiten Stichprobe von zehn bis dreizehnjährigen war es zudem am begehrtesten ein Youtuber zu sein (LEGO Group, 2019, zitiert nach Tolbert & Drogos, 2019, S. 28).

Dadurch, dass sich Rezipienten von der Attraktivität der Persona selbst, oder den Dingen die sie/er tut hingezogen fühlen, sind sie motiviert [PSI](#) und daraus resultierende PSB einzugehen. Dass diese (im Normalfall) mit ihren Beziehungen bzw. Freundschaften im echten Leben nicht gleichgestellt werden können ist, wie bereits häufig in der vorliegenden Arbeit erläutert, Fakt. Trotzdem gehören PSB nach Cohen zum Netzwerk unserer Beziehungen:

*„While most of us would agree that losing a close friend or partner creates more distress than the loss of a favorite soap star or newscaster, there is no doubt that media stars make up a part of our relational network (Cohen, 2004, S. 199).“*

Dieses Beziehungsnetzwerk hat im Laufe der Zeit an Komplexität dazugewonnen. Krotz fasst es zusammen, indem er behauptet, dass

*„[...] die neuen, computervermittelten Medien eine oder mehrere neue, zusätzliche Dimensionen von Kommunikation [anbieten]. Sie beinhalten damit eine Ausdehnung der Menschen, ihres Handlungsspielraums und ihrer möglichen Rollen, damit ihres Selbst und ihrer Identität in den elektronisch mediatisierten Kom-*

*munikationsraum, die nicht ohne Auswirkungen auf die Verhältnisse vor dem Bildschirm bleiben wird (Krotz, 1996, S. 89).“*

Er spricht von Auswirkungen vor dem Bildschirm, also auf das wirkliche Leben des Menschen. Neumann und Chariten beschreiben schon 1988 positive Auswirkungen der PSB für Rezipienten und treffen dabei ähnliche Aussagen. Rezipienten lernen *soziale Spielregeln (patterns of conduct)* und *neue Handlungsmöglichkeiten (role possibilities)* kennen. Sie können stellvertretend mit dem/der Akteur/in an Handlungen teilhaben, die ihnen selbst nicht zugänglich wären (*compensatoric function*). Außerdem verbindet den Rezipienten mit der Persona eine *distanzierte Intimität (intimacy at a distance)*. Diese kommt daher, dass sich der Rezipient beim Zuschauen in das Handlungsgeschehen der Persona integriert (Neumann & Charlton, 1988, S. 9).

Rezipienten haben die Freiheit Verhaltensäußerungen, die sie in wechselseitigen Interaktionen und Gesprächen bewusst kontrollieren oder gar zurückhalten würden, in parasozialen Interaktionen, ohne jegliche Folgen auszusprechen (Vorderer/Knobloch 1996, zitiert nach Schramm & Hartmann, 2010, S.214). Der Rezipient kann mithilfe dieser Integration Handlungen reflektieren oder empfinden, ohne diese selbst durchlebt haben zu müssen. Er/sie kann demnach in Rollen schlüpfen, die sich in der Realität nicht ergeben hätten oder für die er/sie beispielsweise zu schüchtern ist. Außerdem kann durch die hohe Anzahl an Medienangeboten aus einer Vielzahl an Rollen gewählt werden, die in der Realität schwer zugänglich oder überhaupt nicht verfügbar wären (Schramm & Hartmann, 2010, S. 204).

Um noch mal auf Krotz zurückzukommen, könnte man sagen, das PSB ein Produkt der von ihm genannten Dimensionen sind und damit die „[...] *Ausdehnung der Menschen, ihres Handlungsspielraums und ihrer möglichen Rollen [...]* (Krotz, 1996, S. 89)“ beeinflussen.

Eben dieser Spielraum und die verschiedenen Rollen, könnten die Jugendlichen an PSB binden, beziehungsweise dazu bewegen PSI zu haben. Ob dies unterbewusst geschieht, oder die Jugend weiß, welche Möglichkeiten sich ihnen bieten, kann nicht mit Sicherheit gesagt werden. Fakt ist, dass „*Identität [...] in den meisten heutigen Lehrbüchern der Entwicklungspsychologie zum zentralen Thema des Jugendalters erklärt [wird]* (Grossmann & Grossmann, 2004, S. 455).“ Dabei wird die „*Identitätsarbeit, also das Bemühen, das eigene Selbst zu interpretieren und zu formen, [...] maßgeblich über kommunikatives Handeln, also über den symbolischen Austausch mit anderen Menschen [vollzogen]* (Krotz, 2004, zitiert nach Schramm & Hartmann, 2010, S.201).“

Ob diese Menschen nun in der realen Welt, oder über die NSM mit den Jugendlichen agieren wird nicht explizit aufgeführt. Ebenso scheinen PSB genügend Möglichkeiten, zur Identitätsfindung und Persönlichkeitsaufbau zu bieten.

Zusammenfassend erscheint es naheliegend, dass die Mischung aus Langeweile, Zeitvertreib, Konsumverhalten, Zugang zu Geräten und zum Internet, sowie dem nötigen Medienkonsum die Jugend PSB eingehen lassen. Die positiven Nebenwirkungen lassen sie diese pflegen.

Hinzu kommt der Trendfaktor. Unter dem Begriff **FOMO** (fear of missing out) versteht sich, dass Menschen mitreden möchten, und Angst haben etwas zu verpassen („FOMO“, [n. d.](#)). Dieses Gefühl führt durch Internet, Smartphone und soziale Netzwerke vor allem bei Kindern und Jugendlichen letztlich dazu, ständig die sozialen Netzwerke zu überprüfen, damit nichts Wichtiges verpasst wird (Stangl, [n. d.](#)). So bildet sich möglicherweise eine Spirale aus dem Drang, sich immer weiter mit Medien und den darin enthaltenen Personas zu beschäftigen, und der damit immer stärker werdenden Bindung zu Personas.

DT

### 2.8.3 Sind Digital Natives reale Freundschaften und der ortho-soziale Kontakt wichtig?

Diese Frage lässt sich mit verschiedenen Belegen zunächst mit *ja* beantworten. Hierzu sollen zunächst zwei Studien angebracht werden. Das erste Schaubild zeigt Antworten auf die allgemeine Frage nach Freizeitaktivitäten, ohne Abgrenzung von Medien und offline Beschäftigungen (siehe [Abbildung 5](#)). Das zweite zeigt offline Aktivitäten, denen Jugendliche am liebsten nachgehen (siehe [Abbildung 6](#)).

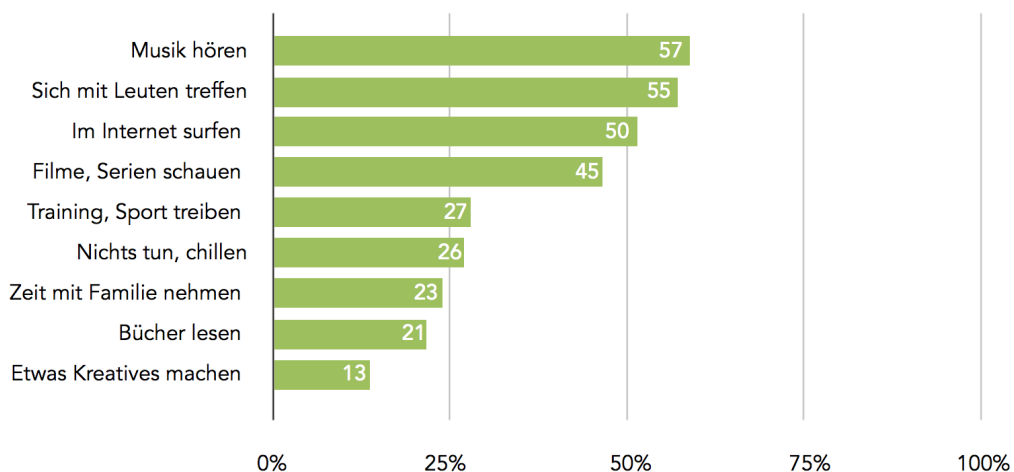


Abbildung 5: Häufigste Freizeitaktivitäten (Shell Jugendstudie 2019)  
Quelle: Eigene Darstellung, nach („Alle Grafiken und Schaubilder“, [n. d.](#))

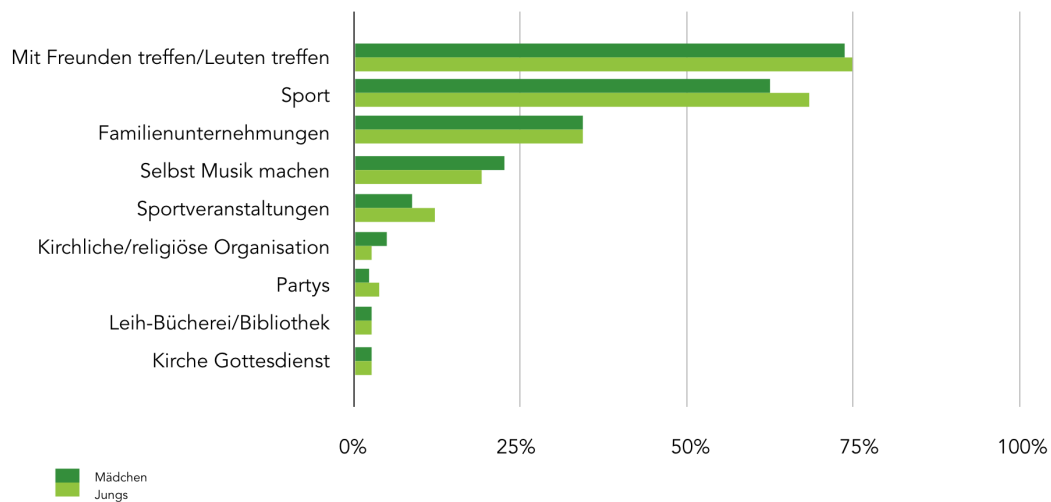


Abbildung 6: Freizeitaktivitäten 2019 (täglich/mehrmals pro Woche)  
 Quelle: Eigene Darstellung, nach („JIM-Studie“, n. d., S. 7)

Mit Freunden treffen steht sowohl beim Schaubild mit Online-Aktivitäten als auch ausgenommen von diesen auf Platz eins bzw. zwei der Freizeitaktivitäten (siehe [Abbildung 5](#) und [Abbildung 6](#)). Auch die [eigens veranstaltete Umfrage](#), gibt Annahme dazu, dass soziale Beziehungen wichtig sind und der persönliche Kontakt den Menschen in Zeiten der NSM und auch der Extremsituation, die durch den Virus Covid-19 besteht, viel bedeutet. Mehr zur genannten Extremsituation folgt zu einem späteren Zeitpunkt im Kapitel [Was macht das mit uns?](#).

Da momentan Beziehungen vor allem über NSM gepflegt werden können, soll trotzdem aufgeführt werden, dass 148 von 152 Jugendlichen zwischen 13-20 Jahren, angegeben haben, NSM dafür zu nutzen Kontakt zu Familie und Freunden zu halten. Dass sie diesen Kontakt jedoch lieber im 'echten' Leben erhalten würden, zeigen Antworten auf die folgende Frage:

Auf was freust du dich am meisten wenn die Ausgangs- und Kontaktbeschränkungen wieder gelockert oder aufgehoben werden?

*„Ich werde es noch mehr genießen, als vorher, mich mit meinen Freunden zu treffen und zusammen Erinnerungen zu schaffen. Ich freue mich darauf, meine Großeltern in den Arm nehmen zu können und ich freue mich darauf in der Öffentlichkeit mit Menschen reden zu können, ohne doof angeschaut zu werden.“*

*„Alle wieder in echt zu sehen“*

*„Auf meine Freunde und schöne Erlebnisse mit ihnen“*

*„meine Freunde zu umarmen“*

*„Umarmungen“*

„Das ich meine Freunde wieder seh“  
„Auf den Kontakt zu Mitmenschen“  
„Auf meine Freunde und schöne Erlebnisse mit ihnen“  
„Soziale kontakte“  
„Wieder ein normales sozial leben zu führen“

Immer wieder wird betont, dass 'echte' Beziehungen, mit einer gewissen emotionalen Bindung, Peer Groups, ein schützendes soziales Umfeld und ein gutes Elternhaus wichtig für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen sind (Grossmann & Grossmann, 2004, S. 455). Die Schaubilder und Antworten der Umfrage geben Aufschluss darüber, dass Jugendliche genanntes ähnlich empfinden. Trotzdem wird zunehmend davon gesprochen, dass die Aufmerksamkeit für NSM und im Allgemeinen das Virtuelle, Folgen für das echte Leben mit sich bringt.

*„Since people spend most of their attention into the virtual life, they often tend to invest less energy in their immediate present. This leads to weakening of social ties, loss of the ability to interact and engage oneself in that interaction, and social alienation (Nadaly et al., 2018).“*

Aufmerksamkeit für etwas verlangt Zeit und Aufwand. Investiert man diese, bleibt weniger Aufmerksamkeit für Dinge, die der/die Jugendliche nicht priorisiert hat. Es ließe sich demnach davon ausgehen, dass der Shift zu immer höherem Medienkonsum, Aufmerksamkeit für andere Dinge gefordert hat.

Kontakt über NSM, als auch PSB können ortho-soziale Beziehungen und den echten Kontakt zu Menschen sowie die Empfindungen und intimen Augenblicke des wahren Lebens nicht wirklich ersetzen. Das lässt sich vermuten, da die Medienbranche schon immer versucht, der Realität näher zu kommen.

#### **2.8.4 Wie versucht wird fehlende Komponenten zu kompensieren**

Wenn ein Mensch einem anderen Menschen gegenüber steht, dann sieht er/sie diesen räumlich, hört die Stimme, nimmt den Geruch, der die Person umgibt auf und kann Berührung empfinden oder die gegenüberstehende Person berühren. Man nimmt die/den Gegenüberstehende/n wahr. Er/sie steht wahrhaftig vor mir. Die Wahrnehmung ist „ein Prozess der Informationsverarbeitung, durch den aufgenommene Umweltreize (Informationsaufnahme) entschlüsselt und gedeutet werden. In Kombination mit anderen Informationen erfolgt die Verarbeitung zu subjektiven, inneren Bildern (Kirchgeorg, n. d.).“

Im Folgenden werden Komponenten der Wahrnehmung, das Sehen (visuell), Hören (auditiv), Fühlen (haptisch), Riechen (olfaktorisch) und die Gesamtheit dieser betrachtet. PSB können von Rezipienten durch verschiedene Medien und Angebote gepflegt werden. Wie die Medienbranche versucht, diese Angebote immer realitätsnäher zu gestalten, soll im Folgenden mit verschiedenen Beispielen beschrieben werden.

DT

#### **Die visuelle Komponente**

Die visuelle Komponente ist beim Konsum von NSM wie YouTube, Instagram und anderen vorhanden. Die Persona ist zu sehen. Beim Schauen eines Videos weiß der Rezipient



jedoch nicht, wie oft diese versucht hat, das Video aufzunehmen oder welche Momente beim Videoschnitt entfernt wurden. Durch Blicke und Körperhaltung können im realen Gespräch Kommunikationsbereitschaft oder -vermeidung angezeigt werden.

Mimik wird beispielsweise als Ausdruck von Emotionen genutzt (Ellgring, 2010, S. 9).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die nonverbale Kommunikation essenziell für eine **reichhaltige Kommunikation** ist. Sie umfasst den Tonfall der Stimme, die Körperhaltung, Gesten und Mimik. Botschaften können, wenn überhaupt, erst mit nonverbaler Kommunikation mit Sicherheit interpretiert werden (Nadaly et al., 2018).

Ein/e Youtuber/in kann sich jedoch „off camera“ vor dem Video überlegen, welche Emotionen er/sie zeigen möchte. Eine direkte reale Interaktion lässt nur einen begrenzten Zeitraum um auf eine Aktion zu reagieren. Die nonverbalen Signale müssen im selben Moment erfolgen (Ellgring, 2010, S. 9).

Mit Live-Videos wird dieses Verhalten imitiert. Die Persona reagiert zum Teil auf Kommentare oder telefoniert per Video live mit einer anderen Person. Der Rezipient kann so die Kommunikationsbereitschaft besser einschätzen, da es sich um ein im Moment stattfindendes Gespräch handelt. Außerdem können Mimik, Gestik und damit verbundene Signale nicht rückgängig gemacht werden und landen **ungefiltert** beim Rezipienten.

Hinzu kommt die räumliche Komponente. Diese wird durch 3-D kompensiert. Im Kino sind Filme in 3-D Qualität bekannt. Neue Soziale Medien wie Snapchat ziehen jedoch nach. Mit einer 3-D Brille, Spectacles genannt, können Bilder und Videos nun in 3-D Format versendet und/oder gespeichert werden („Spectacles von Snap Inc. Fang deine Welt in 3D ein“, n. d.).

Guido Argel, Fotograf und Creative Director von Snapchat beschreibt die Nutzung wie folgt: „Eine Erinnerung genau so festzuhalten, wie man sie erlebt hat, ist atemberaubend ... Wie ein Blick in die Vergangenheit („Spectacles von Snap Inc. Fang deine Welt in 3D ein“, n. d.).“

### **Die auditive Komponente**

Das Hören nicht gleich Hören ist, lässt sich aus den Entwicklungen der Medienbranche in diesem Bereich schließen. Bemerkenswert ist, dass in den Bereichen Musik und Film versucht wird, die Realität so gut wie möglich nachzuahmen. Beispiele hierfür sind die 8-D Technologie oder Surround-Sound Neuheiten, die räumliches Hören, wie es der Mensch in Realität kennt, nachahmen.

*„Wenn ich in einer natürlichen Umgebung stehe, kann ich Dinge unterscheiden: oben, unten, vorne, hinten. Wenn ich nur ein Ohr hätte, würde das nicht gehen, aber ich habe ja zwei Ohren. Denn es gibt Laufzeitunterschiede, wann das Signal am linken und wann das Signal am rechten Ohr ankommt. Das heißt: Das Gehirn hat gelernt, das, was über zwei Ohren reinkommt, irgendwelchen Richtungen zuzuordnen (Dr. Bernhard Grill, Leiter des Fraunhofer Institut in Erlangen, zitiert nach Bayerischer Rundfunk, 2019).“*

Im Kino und auch für das Heimkino soll Dolby Digital, der Nachfolger von Dolby Surround, das räumliche Hören imitieren („Dolby Digital: Der Surround-Standard: Teufel

Blog“, 2020). Eine Audio-Software erstellt einen ‘Remix’, der einen Raum simuliert. Die Musik scheint räumlich angeordnet zu sein. Wichtig hierfür ist jedoch, dass Kopfhörer getragen werden müssen, um die Illusion des räumlichen Hörens zu empfinden. Wenn ein 8-D-Song über Lautsprecher abgespielt wird, dann kommt der Schall unkontrolliert und vermischt an den beiden Ohren an. Der Song hätte nur ein irritierendes Echo und der gewünschte Effekt bleibt aus (Bayerischer Rundfunk, 2019).

*„Ähnlich, wie wenn man einen 3D-Film ohne 3D-Brille anschaut (Bayerischer Rundfunk, 2019).“*

Beide Komponenten, sowohl auditiv als auch visuell, können nachahmen was Menschen aus dem echten Leben kennen. Im Bereich der haptischen und olfaktorischen Wahrnehmung ist es der Technik noch nicht gelungen, die Realität zu imitieren. Einzelne Versuche und Prototypen sind bei dieser Aussage ausgeschlossen. Es geht um Produkte, die es bis zur Marktreife geschafft haben und für die breite Masse zur Verfügung stehen.

### **Die olfaktorische Komponente**

Da der Duft der Persona über das Medium YouTube nicht zum Rezipienten gelangen kann, haben sich diese auch dafür etwas einfallen lassen. Ein Fallbeispiel folgt.

Ein interessanter Begriff den Raab (1998) verwendet ist der, der ‘olfaktorischen Selbstinszenierung’. Der Geruch eines Menschen hat weitreichende Funktionen und Bedeutungen für die [ortho-soziale Interaktion](#) von Individuen. Er gehört zu Menschen dazu, ebenso wie ihr Aussehen oder ihre Stimme (Raab, 1998, S. 269-271).

Der Youtuber Jonas Ems, welcher etwa 2,75 Millionen YouTube Abonnenten besitzt, hat einen eigenen Duft auf den Markt gebracht. Seine Aussage zu diesem lautet wie folgt: *„Die Idee, Parfums in den Markt zu bringen, die die eigene Mood widerspiegeln, war für mich total naheliegend: Ich habe bisher immer Parfums für bestimmte Anlässe gekauft und genutzt“, erklärt Jonas Ems die Strategie. [...] Ich stehe zu 100 Prozent hinter dem Markenkonzzept, da es dem entspricht, wie ich Parfums schon immer verwende (Herrmann, 2019).“*

So könnten Rezipienten nun diesen Duft kaufen und ihn mit der Persona verbinden. Dies könnte sie attraktiver oder auch unattraktiver wirken lassen. All das ist jedoch nicht gleichzusetzen, mit dem Geruch, den man aufnimmt, wenn sich ein Mensch von Angesicht zu Angesicht vor einem Anderen befindet, der Körpergeruch und andere Gerüche, die vom Umfeld abhängig sind, zu dem realen Moment gehören.

Ein bestimmter Geruch kann nämlich zurückliegende Erlebnisse und Gefühle, die in diesem Moment mit diesem Geruch in Zusammenhang standen, wieder ins Gedächtnis rufen (Hummel, n. d.). Es handelt sich aber auch, wie schon bei den zuvor genannten Komponenten, nur um einen Versuch fehlende Sinne zu kompensieren. Ob die Youtuber dies nur aus Verdienst Gründen machen, oder die zuvor beschriebenen Gedanken hatten, bleibt unbeantwortet.

## Die haptische Komponente

*„Touch is a rich medium of social exchange and through it, individuals form strong attachments and cooperative alliances, they negotiate status differences, they soothe and calm, and they express sexual and romantic interest (Hertenstein et al. 2006a, zitiert nach Hertenstein & Keltner, 2010, S. 70).“*

Aber nicht nur körperlicher Kontakt ist für Menschen essenziell. Ohne einen Tastsinn wäre es unmöglich, sich in der Welt zu bewegen. Menschen gehen davon aus, dass es unsere Hände sind, die uns die meisten Tastinformationen geben, weil wir mit ihnen Dinge anfassen. Aber alles, was wir tun, einschließlich Sitzen, Gehen, Küssen und dem Empfinden von Schmerzen, hängt von Berührungen ab. Ohne das Berührungsgefühl wäre das Vergnügen des Haut-zu-Haut-Kontakts, das Gefühl von Samt oder das Streicheln von Tieren nicht möglich (Field, 2003, S. 75).

Mit Personae mitfiebern und sich emotional in ihre Lage zu versetzen, indem man sie im Fernsehen sieht, ist Teil von PSB. Was passiert nun, wenn die Medienbranche es schafft, die oben genannten Faktoren von Berührung beziehungsweise dem Tastsinn mit zu involvieren? Nach dem 3-D Trend in Kinos, ist die Entwicklung einen Schritt weiter gegangen. 4-D soll ein Erlebnis sein, dass „Spaß bis auf die Haut“ bringt (Frankfurter Allgemeine Zeitung, n. d.).

*„Kernstück des Systems sind trickreiche Sitze. Eine Anordnung aus sechs hydraulischen Zylindern kann sie blitzartig in jede Richtung kippen. Hinzu kommen Vibratoren unter der Sitzfläche und in der Rückenlehne: Sie rumoren nach Motor-Art oder knuffen in Stößen, ganz nach den Action-Vorgaben auf der Leinwand. Steht ein Platzregen im Drehbuch, stößt eine Düse in der Lehne des Vordermanns einen Spritzer aus. Der Zuschauer erlebt das feuchte Element dann auch auf seiner Haut. Hält das Leinwand-Wetter einen Windstoß parat, faucht aus einer anderen Düse ein kräftiger Luftstrom – mitten in die Frisur des Betrachters [...] Und wenn es in der Filmhandlung duftet oder pestet, leistet das 4DX-System olfaktorische Unterstützung. Kleine Düsen am Sitz verteilen zu diesem Zweck in sparsamer Dosis möglichst drehbuchnahe Aromen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, n. d.).“*

Schwer wird es dann, wenn es darum geht menschliche Berührungen nachzustellen. Auf die Frage, was den Teilnehmenden der eigens durchgeführten Umfrage im Bezug auf Freundschaften fehle, finden sich Antworten, die für die Wichtigkeit von ortho-sozialen Begegnungen und vor allem 'echte' Berührungen sprechen.

*„der Körperkontakt, wenn es meinen Freunden schlecht geht diese einfach mal in den Arm zu nehmen“*

*„Umarmungen“*

*„Physische Nähe und den echten Klang der Stimmen, sowie generell das Abhängen.“*

*„Das Gefühl sich persönlich zu sehen und nicht virtuell“ „Der persönliche Kontakt (Also die Personen wirklich zu sehen und auch mal umarmen zu können)“*

*„Persönlicher/ Körperlicher Kontakt“*

*„Die persönlichen Gespräche. Eine Umarmung von einer guten Freundin, wenn es einem schlecht geht.“*

„Augenkontakt/ Nähe“  
„Face too face Kontakt“  
„Das Lachen zusammen“  
„Das Treffen bzw das sehen und beieinander sein“

Vielleicht sind eben diese der Grund, warum Menschen Intimität, Emotionen und damit 'echte' Nähe empfinden?

*„What is the role of “pleasantness”—the positive hedonic facet—in these categories of human social touch? First, pleasant touch may serve as a foundation for affiliative behavior. Second, it may provide a mechanism for the formation and maintenance of social bonds. Third, it is a nonverbal means for the communication of emotions (Morrison et al., 2009, S. 306).“*

DT

## 2.9 Soziale Isolation als Folge

Ist es möglich, dass sich die Digital Natives trotz oder vielleicht gerade wegen der starken Nutzung der NSM sozial isoliert fühlen? Eine Umfrage zeigt, dass 88 % der Befragten den NSM Konsum von Kindern und Teenagern beunruhigend finden.

67 % sehen einen Zusammenhang zwischen einem Gefühl von Einsamkeit und sozialer Isolation und der Nutzung von NSM („APA Public Opinion Poll – Annual Meeting 2019“, n. d.).

Eine andere Befragung zeigt, dass die Plattform YouTube von allen Plattformen die positivste Auswirkung auf die Gesundheit und das Wohlbefinden von Jugendlichen hat (siehe [Abbildung 7](#)), während Instagram (siehe [Abbildung 8](#)) am schlechtesten abschneidet. Das zeigt sich auch bei dem Parameter der empfundenen Einsamkeit. YouTube hat eine positive Auswirkung auf Einsamkeit, während Instagram die mit Abstand negativste Auswirkung auf Einsamkeit vermerkt (Royal Society for Public Health, 2017, S. 18-23).

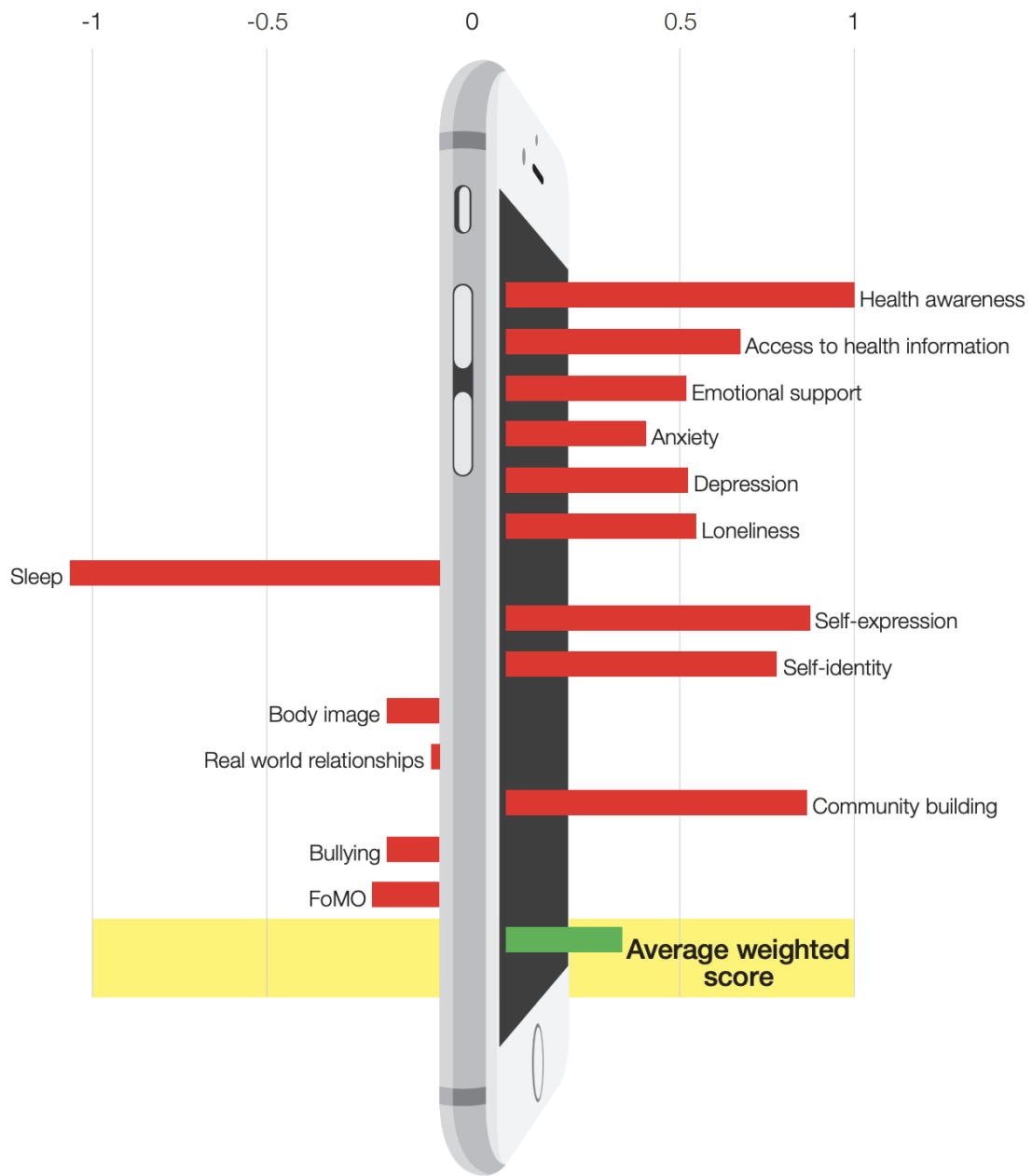


Abbildung 7: Auswirkungen der Plattform YouTube auf die Gesundheit und das Wohlbefinden von Jugendlichen  
 Quelle: (Royal Society for Public Health, 2017, S. 19)

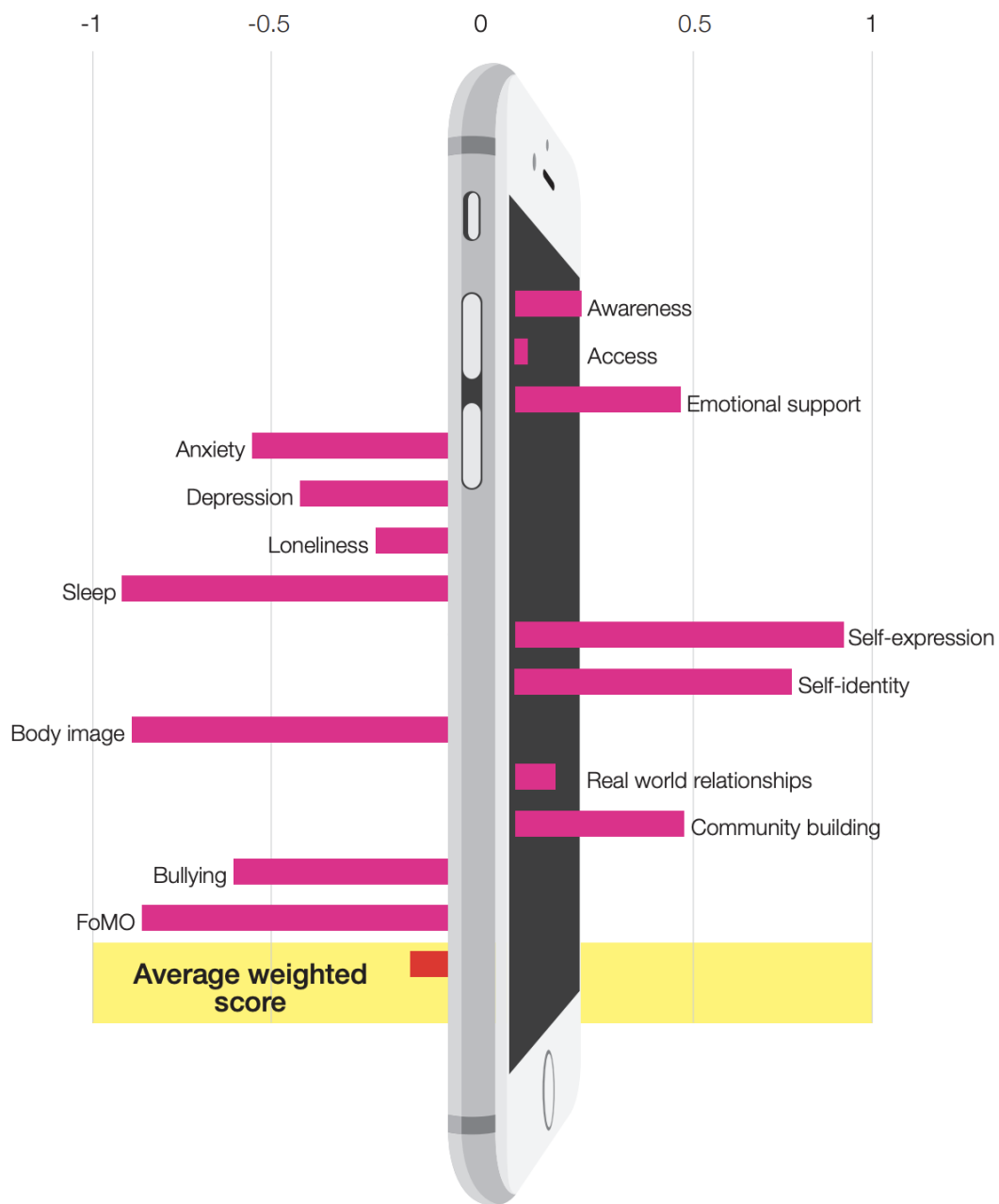


Abbildung 8: Auswirkungen der Plattform Instagram auf die Gesundheit und das Wohlbefinden von Jugendlichen  
 Quelle: (Royal Society for Public Health, 2017, S. 23)

Im Folgenden werden verschiedene Studien vorgestellt, die den Zusammenhang zwischen **NSM** und empfundener Einsamkeit untersucht haben. So argumentiert eine Studie, dass der Medientyp der geteilten Beiträge (Bild oder Text) einen Unterschied macht. Eine andere Studie beweist, dass die Zeit und Intensität, die in die Nutzung der Plattformen gesteckt wird, einen Einfluss auf die empfundene Einsamkeit haben kann.

Eine dritte Studie zeigt eine allgemeine Korrelation zwischen der Zeit, die in NSM verbraucht wird und der empfundenen Einsamkeit.

EF

### 2.9.1 Ein Bild sagt mehr als tausend Worte

In der Studie „Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words“ wurden bild- mit textbasierten NSM und deren Auswirkung auf die empfundene Einsamkeit verglichen. Die These der Autoren war, dass bildbasierte NSM wie Instagram oder Snapchat Einsamkeit durch ihre Intimität verringern können. Im Gegenzug dazu sollen textbasierte Medien wie Twitter oder Facebook diese Funktion nicht erfüllen können, da sie nicht die nötige zwischenmenschliche Intimität dafür bieten (Pittman & Reich, 2016, S. 164).

Die Ergebnisse verifizieren ihre These. Das liegt daran, dass Bilder, aus der Sicht der sozialen Präsenz, Intimität und Unmittelbarkeit suggerieren. „*Real-life conversations occur in real time, so immediacy is important for social presence (Pittman & Reich, 2016, S. 155).*“ Vor allem Videos erzeugen ein authentisches Gefühl der Nähe. „*[...] a photo of one's friend making a silly face or eating at a restaurant even more so if it is a video and his or her voice is audible is more likely to signal the brain that the friend is really there (Pittman & Reich, 2016, S. 164).*“

Textbasierte NSMe wie Twitter bieten den Nutzenden dank der Geschwindigkeit des Datentransfers eine Unmittelbarkeit, aber nicht die Intimität, die notwendig ist, um ortho-soziale Unterhaltung zu ersetzen (Pittman & Reich, 2016, S. 164).

EF

### 2.9.2 Digitale Bindungen erfordern Zeit und Bemühung

In der wissenschaftliche Arbeit „Social Media Indicate Loneliness Among Teenagers“ argumentieren die Autoren, dass, damit NSM Einsamkeit entgegenwirken können, Zeit und Bemühung in die Interaktion gesteckt werden muss.

*„[...] the development of intimate attachment bonds that can reduce loneliness takes time. Similarly, the building of a network of peers requires personal efforts and time investments. This thing was related to the time taken for a teenagers to feel lonely because of social media because it takes time for the effect to be seen. These conditions may not be met when active SNSs use is rather low. As such, low levels of active Facebook use may not decrease one's feelings of loneliness, but rather be associated with high levels of loneliness (Bowlby, 1978, zitiert nach Mohd Yusof et al., 2020, S. 6).“*

EF

### 2.9.3 Mehr NSM, mehr soziale Isolation?

Eine Studie von 2015 untersuchte den Zusammenhang zwischen der Nutzung von NSM und der subjektiv wahrgenommenen sozialen Isolation unter jungen Erwachsenen in den USA. An der Studie teilgenommen haben 1.787 Menschen im Alter von 19 bis 32 (Primmack et al., 2017, S. 2). Die Teilnehmenden wurden unter anderem dazu befragt, wie häufig sie folgende Empfindungen in den letzten 7 Tagen gefühlt haben: „*I feel left out;*

*I feel that people barely know me; I feel isolated from others; and I feel that people are around me but not with me (Primack et al., 2017, S. 2).*“ Bewertet wurden die Aussagen mit der Berücksichtigung der Dauer und der Häufigkeit der Nutzung von NSM (Primack et al., 2017, S. 2).

Die Ergebnisse der Studie zeigen das Gegenteil der im vorherigen Abschnitt beschriebenen Studie „Social Media Indicate Loneliness Among Teenagers“: Junge Erwachsene mit hoher NSM Nutzung fühlen sich sozial stärker isoliert als ihre Altersgenossen mit geringerer Nutzung. Im Vergleich zu denjenigen, die NSM weniger als 30 Minuten pro Tag nutzten, hatten diejenigen, die NSM 121 Minuten oder mehr pro Tag nutzten, etwa eine doppelt so hohe Chance auf eine gefühlte soziale Isolation.

*„It may be that individuals who are already feeling socially isolated tend to subsequently use more social media; those with fewer “in-person” social outlets may turn to online networks as a substitute (Primack et al., 2017, S. 6).*“ Die Autoren der Studie führen die Möglichkeit an, dass diejenigen, die vermehrt NSM nutzen, in der Folge eine verstärkte soziale Isolation entwickeln. Dies mag zwar zuerst widersprüchlich erscheinen, da ja scheinbar soziale Kontakte gepflegt werden. Allerdings gibt es mögliche Wirkmechanismen, die dafür verantwortlich sein könnten.

*„First, increased time spent on social media may displace more authentic social experiences that might truly decrease social isolation. Second, certain characteristics of the online milieu may facilitate feelings of being excluded. For example, an individual may discover pictures or other evidence of events to which they were not invited. Finally, instead of accurately representing reality, social media feeds are in fact highly curated by their owners. Exposure to such highly idealized representations of peers’ lives may elicit feelings of envy and the distorted belief that others lead happier and more successful lives, which may increase PSI (Primack et al., 2017, S. 6-7).*“

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass ein hoher NSM Gebrauch das Gefühl der sozialen Isolation und Einsamkeit begünstigen kann. Jedoch, wenn ausreichend Zeit und Bemühung in die online Interaktionen investiert wird, kann NSM der Einsamkeit auch entgegenwirken. Dabei ist es allerdings von Bedeutung, ob über ein bild- oder textbasiertes Medium interagiert wird, da bildbasierte Netzwerke eher Intimität und Unmittelbarkeit vermitteln können.

EF

#### **2.9.4 Was macht das mit uns?**

Ende 2019 ist in Wuhan, China, das Coronavirus ausgebrochen und hat sich seit dem über die Welt verbreitet (C. Wang et al., 2020, S. 1). Am 28. Januar wurde die erste Infizierung mit dem Virus in Deutschland bestätigt (Bayerisches Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit and Robert Koch-Institut, 2020, S. 1) und knapp einen Monat später, am 22. März, verkündete die deutsche Regierung ein Kontaktverbot, das die Ansammlung von mehr als zwei Menschen verbietet (Kettenbach, 2020).



Was macht das mit uns und unserem NSM Gebrauch, wenn ortho-soziale Interaktionen aufgrund einer sozialen Extremsituation, in diesem Fall einer Pandemie, für mehrere Wochen oder Monate auf ein Minimum begrenzt werden müssen?

Zum Zeitpunkt der Verfassung dieser wissenschaftlichen Arbeit ist das Kontaktverbot in Deutschland schon über einen Monat aktiv und erste Umfragen und Studien bezüglich den Auswirkungen auf das Sozialleben der Menschen wurden erhoben.

So zeigt eine Umfrage, dass in Deutschland seit Beginn der sozialen Isolierung der Smartphonegebrauch, vor allem bei den jüngeren Generationen, stark zugenommen hat. Bei der Generation Z (geboren zwischen 1997 und 2012) sind es ganze 82 %, bei den Millennials (geboren zwischen 1981 und 1996) 72 %. Auch die Zeit, die die Jugendlichen in den NSM verbringen, ist gestiegen (Generation Z 58 %; Millennials 48 %) (GWI, 2020, S. 27-30).

Eine andere deutsche Umfrage, die alle Altersgruppe berücksichtigt, zeigt ebenfalls, dass der Medienkonsum gestiegen ist. So verbringen 35 % mehr Zeit in den NSM, 36 % geben an mehr auf Online-Video-Streaming Dienste wie Netflix zurückzugreifen und ganze 61 % schauen mehr Fernseh. Aber auch soziale Interaktionen wie das Videotelefonieren mit Freunden (27 %) oder das Spielen von Gesellschaftsspielen (13 %) hat zugenommen (Statista, 2020).

Parship hat in einer Studie herausgefunden, dass es 60 % der 18 bis 29-jährigen schwer fällt, auf den persönlichen Kontakt mit Freunden und Familienangehörigen während Corona zu verzichten. 45 % der befragten jungen Singles gibt außerdem an, dass sie befürchten, dass sehr einsame Wochen auf sie zukommen werden (Parship, 2020).

Es zeigt sich auch, dass das Thema Corona in den NSM rege thematisiert wird (siehe [Abbildung 9](#)). Zur Analyse der Thematisierung von Corona oder zusammenhängenden Themen wurden mithilfe eines Algorithmus die NSM Netzwerke Twitter, Instagram, YouTube, Reddit und Gab durchsucht. *„We analyze engagement and interest in the COVID-19 topic and provide a differential assessment on the evolution of the discourse on a global scale for each platform and their users (Cinelli et al., 2020, S. 1).“*

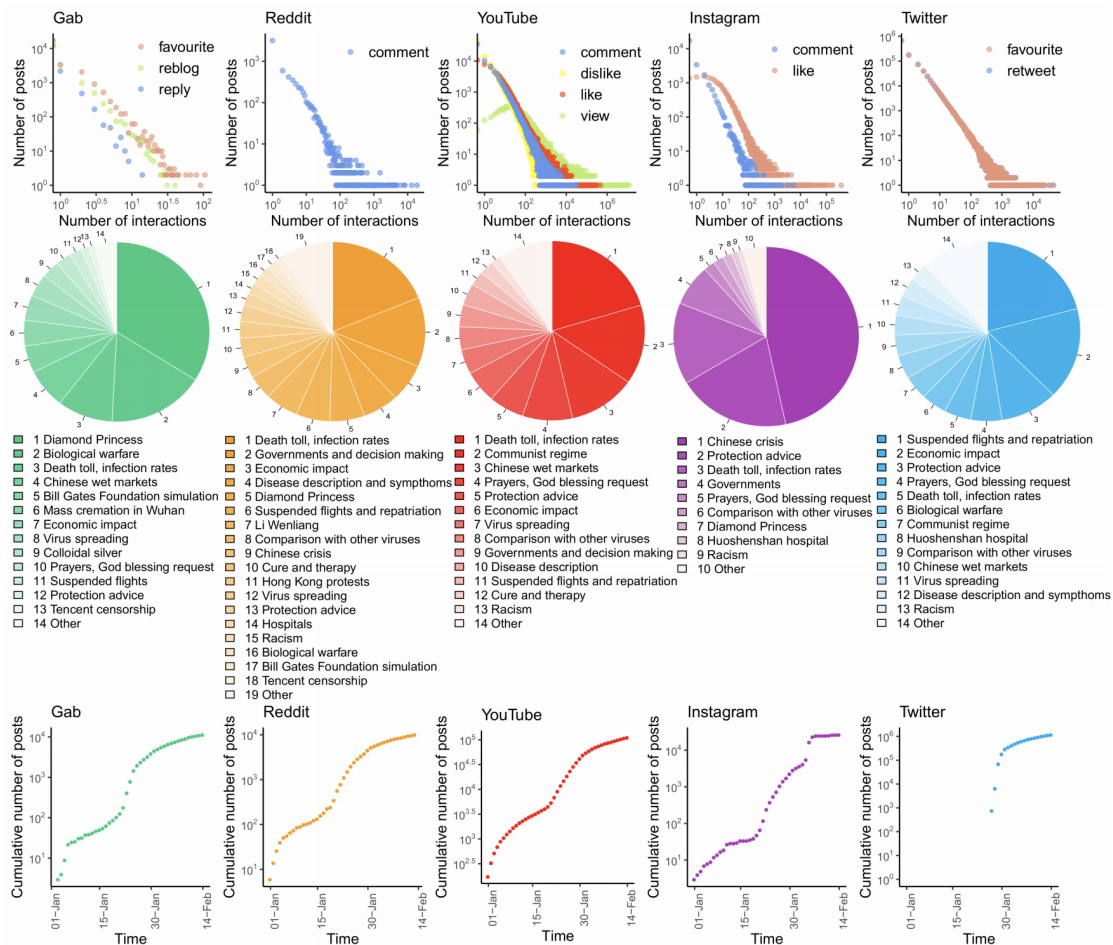


Abbildung 9: Thematisierung von Corona in den NSM  
 Quelle: (Cinelli et al., 2020, S. 5)

Die oberen Graphen zeigen die Anzahl an Interaktionen (Liken, Kommentieren, usw.) innerhalb der einzelnen Plattformen zum Thema Coronavirus. Besonders ausgeprägte Aktivitäten sind hierbei bei den Plattformen YouTube und Twitter zu beobachten (Cinelli et al., 2020, S. 4).

In der Mitte wird die Häufigkeit der Verwendung von bestimmten Wörtern, die in Zusammenhang mit dem Coronavirus thematisiert wurden, visualisiert. Das Ergebnis zeigt, dass die Themen innerhalb der verschiedenen Plattformen relativ ähnlich sind. „Debates range from comparisons to other viruses, requests for God blessing, up to racism, while the largest volume of interaction is related to the lock-down of flights (Cinelli et al., 2020, S. 4).“

Die unteren Graphen visualisieren die Summe der Beiträge für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 14. Februar. „[...] such patterns may depend upon the difference in terms of audience and interaction mechanisms (both social and algorithmic) among platforms (Cinelli et al., 2020, S. 4).“

EF

### Umfrage: Neue Soziale Medien in Zeiten von Corona

Ziel der Umfrage war es, die Gewohnheiten während der Covid-19-Pandemie im Bereich NSM zu untersuchen. Benutzen Menschen ihre Netzwerke eher zum Aufrechterhalten bereits existierender Beziehungen oder präferieren sie das Konsumieren von Inhalten? Hat sich ihr NSM-Verhalten durch Corona geändert?

Zudem galt es einen Einblick in die Gefühlslage der Teilnehmenden zu gewinnen. Was fehlt ihnen in Bezug auf Freundschaften? Fühlen sie sich sozial isoliert?

Insgesamt haben 304 Menschen an der Umfrage teilgenommen (siehe [Abbildung 10](#)). Diese wurde vier Tage lang über gängige NSM (Instagram, Snapchat und Whatsapp) beworben und damit für Jugendliche einfach zugänglich positioniert. Die folgenden Grafiken zeigen demographische Daten wie das Geschlecht und Alter der Teilnehmenden.

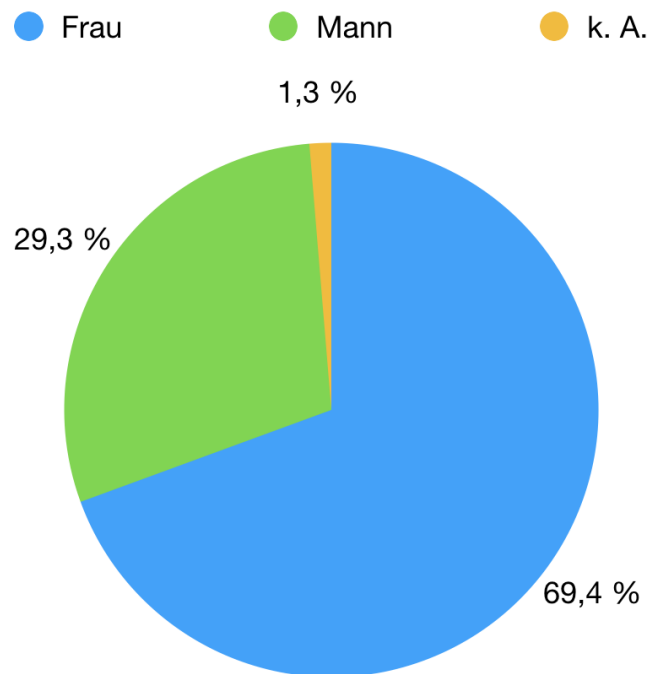


Abbildung 10: Grafik zum Geschlecht der Teilnehmenden

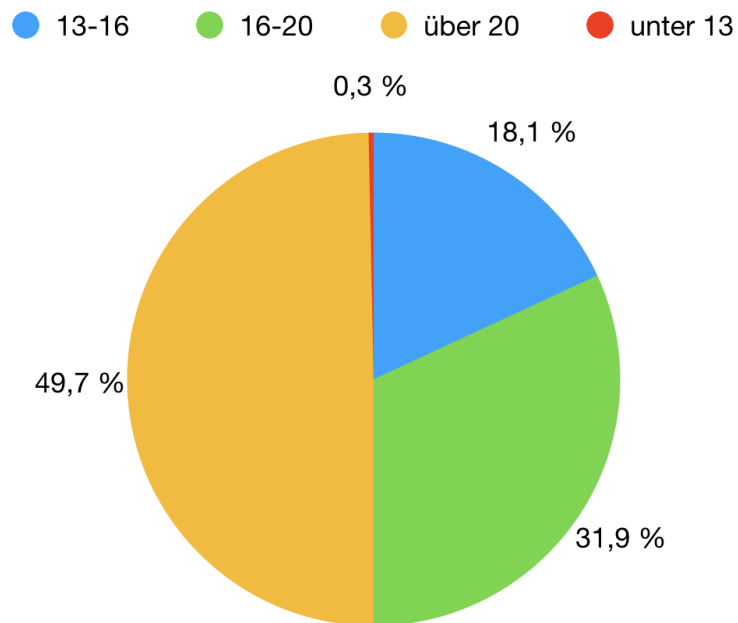


Abbildung 11: Grafik zum Alter der Teilnehmenden

Da die vorliegende Forschungsarbeit die Digital Natives als Zielgruppe hat, sind die im Folgenden gezeigten Ergebnisse auf die Alterskategorien 13-16 und 16-20 bezogen. Diese machen zusammen genau 50 % der Teilnehmenden aus (siehe [Abbildung 11](#)). Damit wurden 152 Personen der Zielgruppe erreicht.

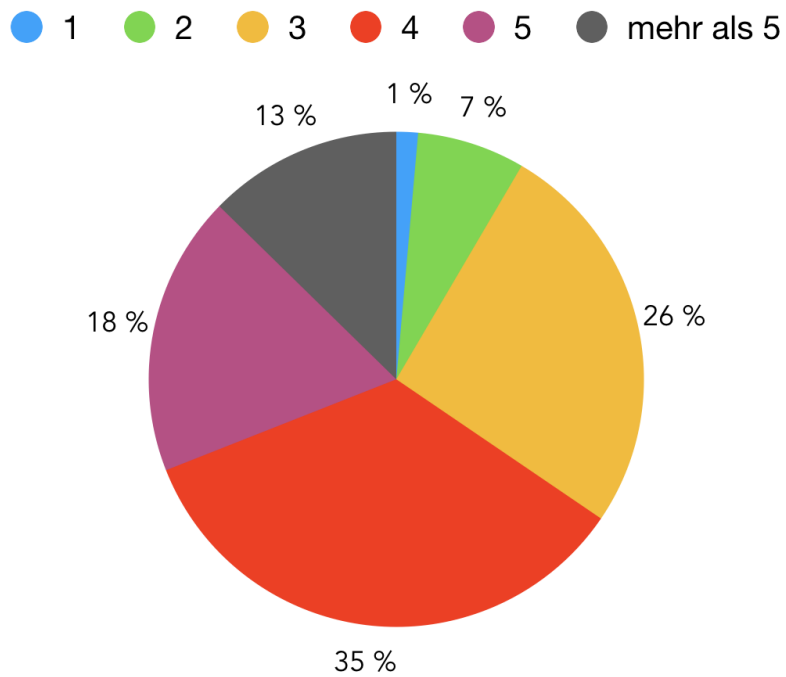


Abbildung 12: Grafik zur Anzahl der Personen im eigenen Haushalt

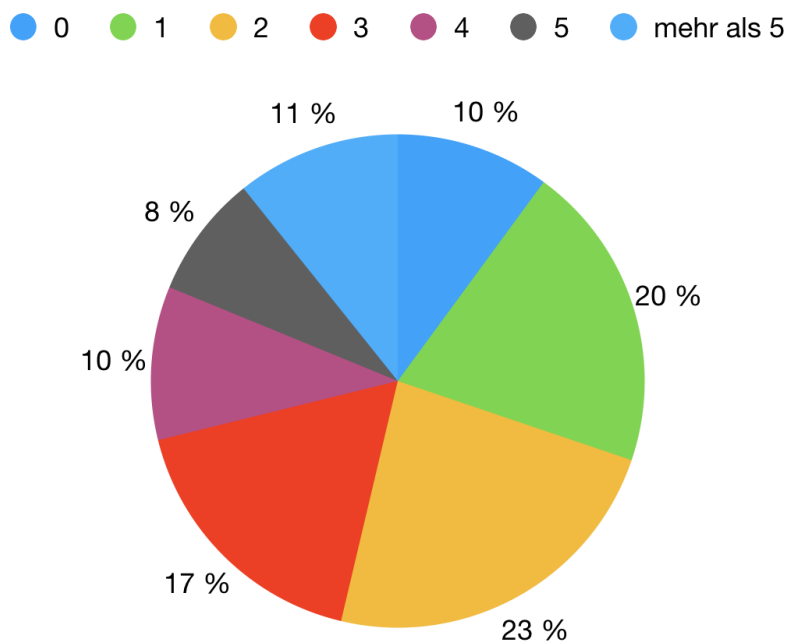


Abbildung 13: Grafik zur Anzahl der regelmäßigen Kontakte außerhalb des Haushalts

Es fallen keine Besonderheiten auf, wenn man die Anzahl der Personen, im eigenen Haushalt (siehe [Abbildung 12](#)) wohnen, mit der Anzahl der Menschen, die die befragten Personen außerhalb regelmäßig treffen (siehe [Abbildung 13](#)) in Bezug setzt. Es wurde erklärt, dass mit einem Treffen außerhalb des eigenen Haushaltes nicht nur ein kurzes Gespräch beim Einkaufen oder auf der Straße, sondern ein Treffen im Park oder im Garten, das länger als 30 Minuten andauert, gemeint ist. Auch einzeln betrachtet, lässt sich aus den Antworten nur schließen, dass sich aus jeder Antwortmöglichkeit Vertreter/innen in der Umfrage befinden.

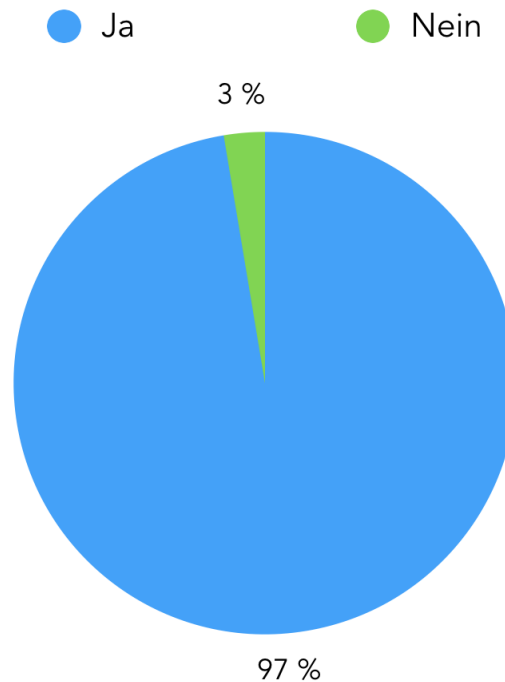


Abbildung 14: Grafik zu Kontakt mit Freunden

Eindeutig beantwortet wurde die Frage, ob Teilnehmende, auch wenn sie ihre Freunde nicht sehen, weiterhin Kontakt zu diesen haben. 97 % und damit 148 Teilnehmende gaben 'Ja' als Antwort an (siehe [Abbildung 14](#)).

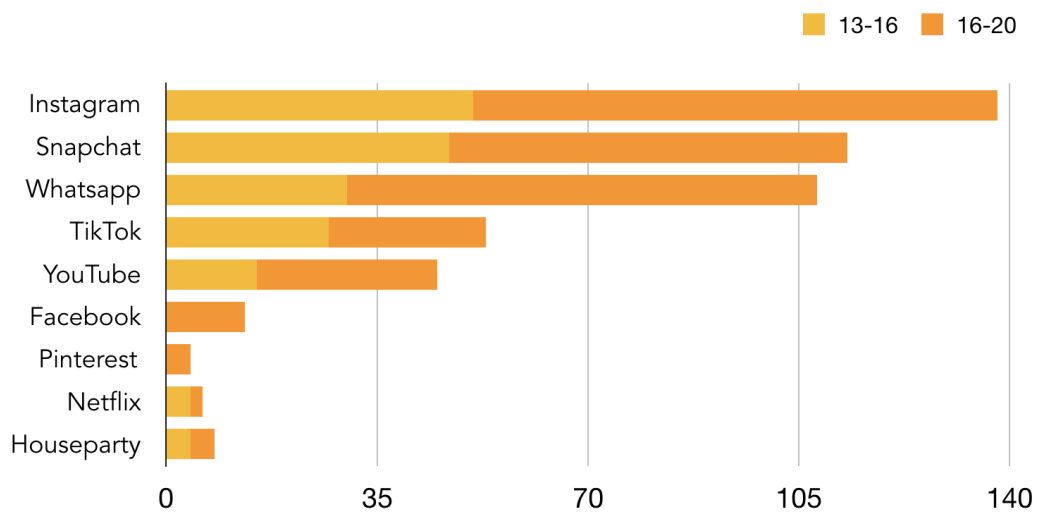


Abbildung 15: Grafik zu den drei meistgenutzten NSM Apps

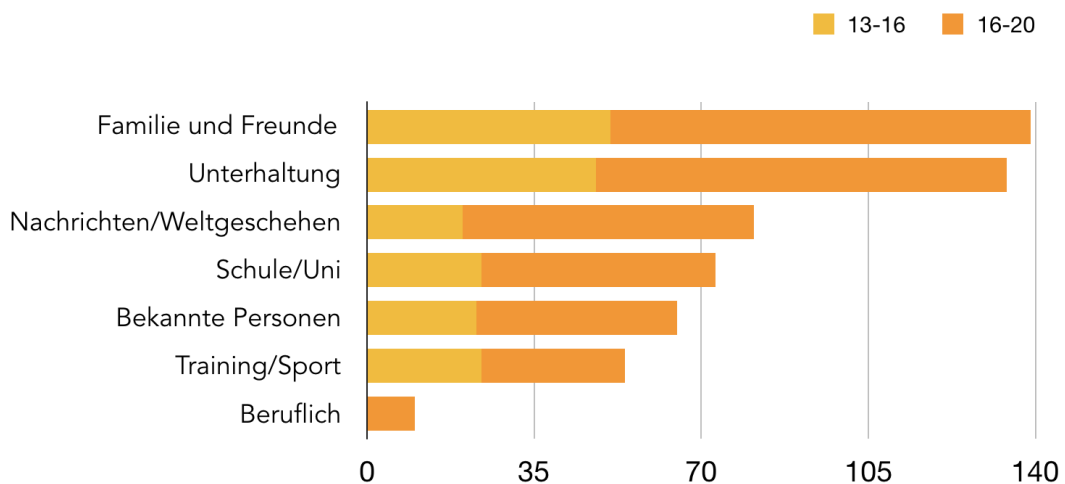


Abbildung 16: Grafik zu den Nutzungsgründen von NSM

Das Instagram Platz eins der am meisten genutzten Apps vermerkt, ist interessant, da WhatsApp, zumindest für den direkten Kontakt zu Familie und Freunden, am besten geeignet ist. Instagram hingegen vereint Platz eins bis drei der angegebenen Gründe, [NSM zu nutzen](#) (siehe [Abbildung 16](#)). *Kontakt zu Freunden und Familie, Unterhaltung* und *das Nachverfolgen von Nachrichten und dem Weltgeschehen* stehen demnach an erster Stelle. Vielleicht ist es gerade deshalb Platz eins (siehe [Abbildung 15](#)). Überraschend ist, dass die Antwortmöglichkeit *Bekannten Persönlichkeiten folgen* auf Platz fünf ist (siehe [Abbildung 15](#)). Es ist nicht genau zuzuordnen, ob nur diese Kategorie die [PSI](#) und [PSB](#)

der Digital Natives widerspiegelt. So sind PSI bei der Antwortmöglichkeit *Unterhaltung* ebenso stark zu vermuten.

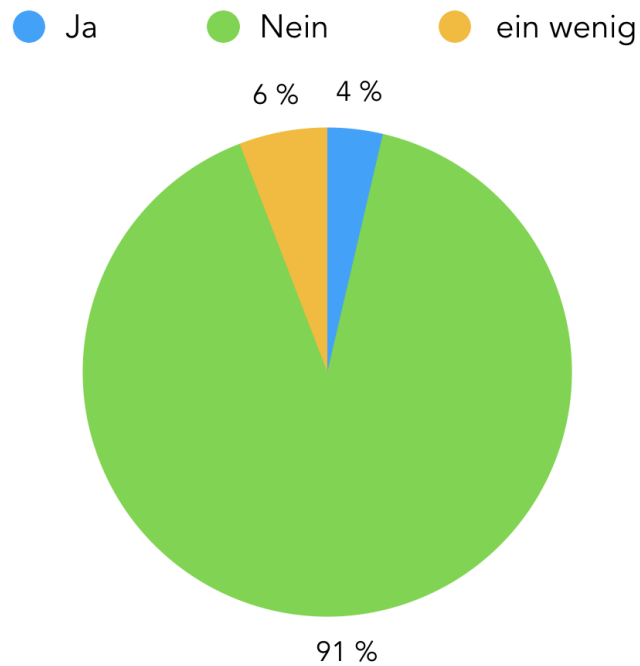


Abbildung 17: Grafik zum Ersatz von Face-to-Face Kontakt

Interessant ist auch, dass obwohl die **NSM** die persönlichen Begegnungen, so 91 % der Befragten (siehe [Abbildung 17](#)), nicht ersetzen können, gaben nur knapp 56 % an, sich isoliert zu fühlen (siehe [Abbildung 18](#)).



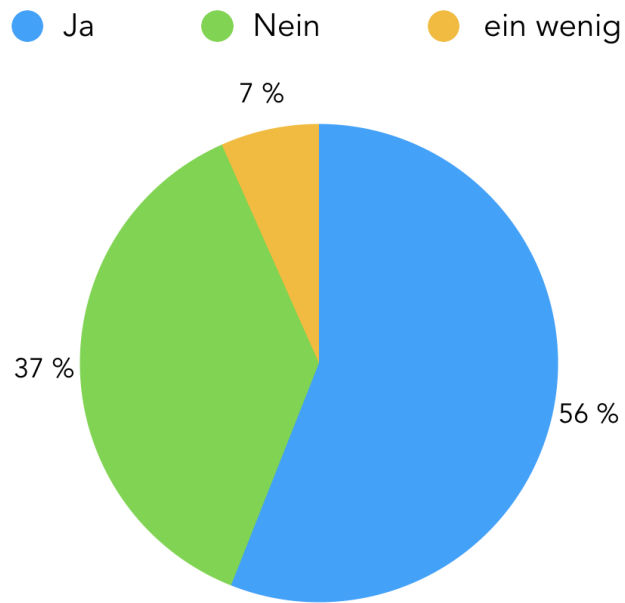


Abbildung 18: Grafik zum Isolationsempfinden

Wie bereits erwähnt, ist die Umfrage mit dem Ziel durchgeführt worden, ein Gefühl für die Lage der Digital Natives zu bekommen. Vor allem die in den Freitextfeldern verwendeten Zitate halfen Beispiele für bestehende Theorien und Studien zu liefern. Außerdem wurde ein Gesamtüberblick geschaffen, der passend zu den genannten Studien von [Shell und JIM](#) ausgefallen ist.

DT

### 3 Diskussion

Die **NSM**, als Produkt der digitalen Revolution, ermöglichen eine Vielzahl an neuen Interaktionsmöglichkeiten mit der Persona. Damit ist die einst von Horton und Wohl beschriebene Einseitigkeit zwischen dem Massenmedium Fernsehen als Sender und dem Rezipienten als Empfänger heute überholt (Horton & Wohl, 1956; Krotz, 1996). Die Adressierung an Rezipienten wirkt durch neue Formate noch direkter. Mit NSM wie Facebook, Instagram oder Snapchat können die Nutzenden nicht nur selbst Inhalte teilen, sondern auch durch Bilder, Videos oder Statusupdates „live“ am Leben von anderen teilnehmen (Young, 2018).

Für die Digital Natives gehören diese NSM zum Leben und Alltag dazu. Passend zu dieser Aussage, weisen die 14 bis 29-jährigen in Deutschland die stärkste tägliche Nutzung dieser auf (ARD/ZDF-Forschungskommission, n. d.).

Was einst half, Beziehungen zu pflegen und Kontakt zu wichtigen Menschen zu halten, könnte heutzutage zudem als Konsummedium bezeichnet werden. Es entsteht der Eindruck, dass ein Shift der Nutzungsgründe stattgefunden hat. Dementsprechend zeigt das Ranking der beliebtesten Aktivitäten in den NSM, dass parasoziale Interaktionen an Bedeutung gewinnen. Das *Liken von Beiträgen, eigene Fotos hochladen, Fotos, Videos, Texte oder Links teilen, Infos zu Veranstaltungen erhalten, an Umfragen oder Gewinnspielen teilnehmen* und *Video-Livestreams verfolgen* stehen an Platz zwei bis sieben (Rohleder, 2018, S. 10).

Trotzdem steht der Kontakt zu Freunden weiterhin auf Platz eins (Rohleder, 2018, S. 10). Und so sehr die NSM **PSB** auch begünstigen, bleiben die Freunde das, was diese Netzwerke ausmacht. Ohne Follower, ob sozial oder parasozial, wären Netzwerke, wie der Name verrät, keine Netzwerke mehr. Die Verbindungen zu Freunden, Bekannten und Personae sind zentral (Koubek, 2016, S. 2-3).

Diese Verbindungen sind auch im echten Leben, vor allem im jungen Alter, essenziell. Soziale Beziehungen haben eine entscheidende Bedeutung bezogen auf die Lebensführung und soziale Orientierung. Jugendgruppen, auch Peer Groups genannt, lösen die Familie zum Teil als Rückzugsort ab (Harring, 2010, S. 412-414). Die Identitätsarbeit (personal identity) und die Formung eines eigenen „Ichs“ findet statt (Krotz, 2004, zitiert nach Hartmann et al., 2004, S. 201).

Die Bedürfnisse nach Bindung, Kontrolle und Orientierung scheinen hier zusammen zu kommen. So suchen Jugendliche auch in den NSM nach Bestärkung der eigenen Werte und Identifikationsmöglichkeiten und ihrem Platz in der Welt.

Was passiert, wenn die Flut an Informationen, Rollen, Vorbildern, Idealen und Meinungen eine regelrechte Orientierungslosigkeit bei der Jugend auslöst? Kontrollverlust durch die Angst etwas zu verpassen (**FOMO**) oder die Sucht nach NSM und gleichzeitige Überforderung bei dem Versuch zu erkennen, wo man sich selbst als junge/n Erwachsene/r einordnen soll.

Wem folgt man? Wen kennt man davon wirklich? Was lernt man durch diese Menschen? Durch die neuen Möglichkeiten könnte sich ein größerer Freundeskreis bilden, der bei

Jugendlichen jedoch weder das Bedürfnis nach Bindung, noch das Bedürfnis nach Orientierung befriedigen kann. Denn vor allem das Bindungsbedürfnis verlangt nach engen Beziehungen, nach Bezug und emotionaler Bindung von klein auf (Ahnert & Spangler, 2014, S. 413-415).

Um das Bedürfnis nach Orientierung und Kontrolle im Kindes- und Jugendalter erfüllen zu können, darf die Umgebung nicht überfordernd sein. Eine inkonsistente und unverständliche, wechselnde Umgebung kann Verwirrung und Orientierungslosigkeit auslösen. Kinder brauchen klare Regeln und ein nachvollziehbares gleichbleibendes Handeln ihrer Umwelt (Borg-Laufs, 2012, S. 14-15).

NSM sind nicht nur voll mit wechselnden Informationen aus verschiedensten Quellen, sondern ohne Garantie für gleichbleibende Inhalte der Personae. Werden diese von den Rezipienten in einer PSB als Rolle oder Vorbild identifiziert, könnte eine Verhaltensänderung dieser oder inkonsistentes Verhalten und wechselnde Meinungen Verwirrung stiften und damit der Befriedigung des Bedürfnisses entgegenwirken. Des Weiteren müssen Jugendliche sich heute nicht nur im Klaren über ihre Identität außerhalb der NSM sein. Sie müssen sich selbst auf verschiedenen Plattformen jeweils passend repräsentieren (Koubek, 2016, S. 2).

Dieses Orientieren in wechselnden Umgebungen kann verwirrend sein und die Identitätsfindung, die gerade im Jugendalter essenziell ist (Gentzel et al., 2019, S. 26), komplexer machen. Was bedeutet es für die Digital Natives mehrere Identitäten zu pflegen? Welche dieser Identitäten kommt in ortho-sozialen Interaktionen nun zum Vorschein?

Wie bereits thematisiert, entstehen durch die NSM neue Beziehungs- und Interaktionsmuster. Einige dieser neuen Interaktionsangebote sind parasozialer Natur und können durch Wiederholung und Intensivierung das Entstehen von PSB begünstigen (Schramm & Hartmann, 2010, S. 209).

Bei den persistenten NSM Plattformen geht es hauptsächlich um Selbstdarstellung und den Konsum der Aktivitäten von Freunden, Familie oder Bekanntheiten (Instagram, Inc, 2010). PSI, wie das Liken oder (einseitige) Kommentieren von Inhalten ist sehr beliebt (Rohleder, 2018). Neue Features, wie Stories oder IGTV zeigen die Beliebtheit von dem Konsum und dem Einblick in das Leben von Personae. Die Nutzenden werden in den NSM selbst zu der Persona und erzählen die Geschichte ihres Lebens und/oder konsumieren als Rezipient die Geschichten der anderen.

Im Vergleich dazu ähneln die ephemeren Plattformen wie zum Beispiel Snapchat viel mehr einer ortho-sozialen Interaktion (Bayer et al., 2016, S. 16) und senken somit die Wahrscheinlichkeit des Entstehens einer PSB, da eine starke Wechselseitigkeit gegeben ist.

Parasoziale Interaktionen und Beziehungen können Rezipienten nicht nur in den NSM begegnen. Personae, mit denen eine einseitige Beziehung eingegangen werden kann, sind omnipräsent. Die ursprüngliche Erforschung von PSB hat mit den klassischen Prominenten im Fernsehen begonnen (Horton & Wohl, 1956). Auch fiktive Charaktere aus (Hör-)Büchern und Comics bieten sich für eine PSB geradezu an. Aber auch 'normale' Personen, die keine Berühmtheit erlangt haben, präsentieren sich in den NSM oder

im analogen Leben der Öffentlichkeit. Gerade die NSM machen es so einfach mehr über eine Person herauszufinden. Besonders einfach wird das auch bei den neuen Prominenten wie zum Beispiel YouTube-Stars, zu denen eine Kontaktaufnahme über [NSM](#) zum Greifen nah ist. Personae teilen ihr Leben mit ihren Followern, wodurch eine Nähe und Intimität entstehen kann, die das Entstehen von [PSB](#) stark begünstigt.

In den NSM vermischen sich parasoziale Beziehungen mit sozialen und die besten Freunde mit Prominenten. Die Grenzen verschwimmen zunehmend (Westermayer, 2013 & Hartmann, 2008, zitiert nach Weisweiler, 2018, S. 47) und PSB werden zum Teil des Alltags.

Wechselseitige und einseitige Beziehungen, die zunehmend verschmelzen können, werden gleichgesetzt mit der Vermischung von 'echten' und 'unechten' Beziehungen. Diese Aussage ist vereinfacht, dennoch scheint sie negativ behaftet, denn 'echt' und 'unecht' sind Gegensätze. Dadurch, dass vor allem frühe Arbeiten zu PSI/PSB auf die krankhafte Ausprägung von diesen eingehen, kam schnell die Annahme auf, dass diese Verhaltensweisen nicht gesund sein können (Horton & Richard Wohl, 1956; Horton & Wohl, 1956). Diese skeptische Haltung zu PSB hält noch bis heute an. Dabei haben PSB durchaus auch positive Auswirkungen (Hippel, 1992, S. 137).

Als Ergänzung zu einem realen Freundeskreis und Beziehungen, sowie einem sicheren Bindungsstil, bieten PSB einen geschützten Rahmen um soziale Interaktion zu simulieren und für echte Beziehungen zu 'üben'. Üben deshalb, da ein geringes oder gar kein Gefühl der Verpflichtung, Anstrengung oder Verantwortung seitens des Rezipienten besteht, da er/sie sich jederzeit aus der einseitigen Beziehung zurückziehen kann (Schramm & Hartmann, 2010, S. 214). So haben Rezipienten die Freiheit Verhaltensäußerungen, die sie in wechselseitigen Gesprächen zurückhalten würden, ohne Folgen auszusprechen (Vorderer/Knobloch, 1996, zitiert nach Schramm & Hartmann, 2010, S. 214). Sie können in Rollen schlüpfen, die sich in der Realität nicht ergeben hätten und mithilfe dieser Integration Handlungen reflektieren oder nachempfinden, ohne diese selbst durchlebt haben zu müssen. Zudem lernen Jugendliche durch das Einfühlen in die Lage verschiedener Personae die Gedanken, Ziele und Wünsche dieser zu verstehen und damit auch Empathie zu empfinden (Schramm & Hartmann, 2010, S. 214). All das könnte sich, zumindest in der Theorie, positiv auf die Identifikation des eigenen Selbst und den Umgang mit Bindungspersonen auswirken.

Es lässt sich also behaupten, dass PSB, wenn sie als Ergänzung zu sozialen Beziehungen entstehen, vollkommen normal sind. Sie können wie beschrieben sogar gewinnbringend sein. Für die große Mehrheit des Publikums ist das Parasoziale eine Ergänzung zum normalen sozialen Leben. Problematisch wird es wenn Jugendliche wichtige Bindungspersonen und Beziehungen durch PSB ersetzen (Horton & Richard Wohl, 1956).

Ob es dazu kommt, dass PSB unter absoluter Missachtung der objektiven Realität verlaufen, und damit als pathologisch/krankhaft bezeichnet werden können, hängt von verschiedenen Faktoren ab (Horton & Richard Wohl, 1956).

Eine Vermutung ist, dass es essenziell ist, mit welchem Bindungsverhalten Rezipienten eine PSB eingehen. Eine Korrelation zwischen Bindungsstilen und der Anfälligkeit für krankhafte High-Level-PSB lässt sich folgendermaßen herleiten.

Der unsicher-vermeidende Bindungstyp versucht beispielsweise, Emotionen zu vermeiden, da keine Nähe auch keine Enttäuschungen mit sich bringt. Ist der Bindungsstil unsicher-ambivalent, dann steht die Person im Konflikt zwischen der Befürchtung von Verlust und der Angst, alleine zu sein (Grawe, 2004, S. 194).

Diese Ängste sind bei einer einseitigen Beziehung unbegründet. So können Rezipienten, die Verlustängste haben und/oder unsicher sind eine 'risikolose' Bindung eingehen. Vor allem in der heutigen Zeit, in der Personae über verschiedenste Medien abrufbar und somit erreichbar sind, besteht keine Angst, von dieser verletzt oder verlassen zu werden. Selbst wenn eine Serie zu Ende sein sollte, versprechen NSM im Normalfall weitere Informationen und Bezugspunkte für den Rezipienten.

Die Bildschirmpräsenz, mit welcher die Persona dem Rezipienten begegnet, die Dauer dieser Präsenz, sowie die Adressierung an den Rezipienten und die Motivation, die durch physische Attraktivität der Persona steigen kann, erhöhen die Wahrscheinlichkeit einer High-Level-PSB zudem (Hartmann et al., 2004, S. 37-39). Eine Instagramstory ist meist direkt an den Rezipienten adressiert, und hat oft nur die Persona selbst im Fokus. Die Beschränkung auf 60 Sekunden des Storyformats war der einzige Faktor, der die Intensität der PSB sinken lässt. Aber eben diese Beschränkung wurde mit dem neuen Feature IGTV auf eine Stunde erweitert („Willkommen bei IGTV“, n. d.). Beste Voraussetzungen um PSB ausleben zu können?

Leider lässt sich mit dem heutigen Forschungsstand nicht sagen ob Menschen eine PSB eingehen, weil sie einsam sind und keine echten Bindungen möchten, oder ob sie, weil sie keine echten Bindungen eingehen können auf PSB zurückgreifen und damit anfällig für krankhafte PSB zu Personae sind.

Zudem fehlt es bei dieser Herleitung an Studien, die nicht nur den Zusammenhang zwischen den Bindungstypen und einer höheren Neigung zu High-Level-PSB aufzeigt (Horton & Richard Wohl, 1956), sondern auch belegt, unter welchen Umständen krankhafte und unrealistische PSB am wahrscheinlichsten entstehen. Interessant, jedoch nicht im Umfang der Arbeit enthalten, wären beispielsweise der Bezug zum Bildungshintergrund oder der sozialen Herkunft und der Entstehung von krankhaften PSB.

Das Grundbedürfnis nach Selbstwertschutz/Selbstwerterhöhung kann durch PSB ähnlich wie durch reale Beziehungen sowohl befriedigt als auch verletzt werden. Es könnte sein, dass sich Selbsteinschätzungen ändern, weil sie stärker als früher an Vergleiche geknüpft werden (Gentzel et al., 2019, S. 29-30). Je nachdem, welche Art von PSB Rezipienten haben und was diese ihnen für Werte widerspiegelt, können die Selbsteinschätzungen ins Negative rücken. Wenn Personen sich selbst überschätzen, ist das Grundbedürfnis jedoch ebenfalls nicht erfüllt.

Wichtig ist das richtige Maß (Grawe, 2004, S. 230-231). Versuchen Jugendliche sich mit einer Persona zu identifizieren und ihr nachzueifern, schaffen dies jedoch nicht, dann kann das ebenfalls dazu führen, dass sie sich als schlechter einschätzen, als es der Fall ist. Zudem erschweren NSM die Erfüllung dieses Bedürfnisses auch schon, ohne PSB mit einzubeziehen. So können einfache Likes den Selbstwert beeinflussen. 6 % der in

einer Studie Befragten Nutzenden von sozialen Medien gaben an, mehrmals oder zumindest einmal ihren Beitrag gelöscht zu haben, weil er zu wenig „Likes“ hatte („What the world thinks“, n. d.). Hier stellt sich die Frage: Was sind zu wenig Likes? Mit wessen Likes messen sich die Jugendlichen? Mit denen der Personae welchen sie nachhaken?

Des Weiteren könnte sich dieser in den NSM ausgebildete Selbstwert darauf auswirken, wie die Jugendlichen sich im 'echten' Leben sehen. Zum einen hat man hier nicht die Möglichkeit, sich perfekt zu positionieren und noch einen Filter über das Bild zu legen. In den NSM lassen sich schneller Likes sammeln, als im echten Leben Komplimente. Was ist, wenn Rezipienten sich selbst aufgrund all der genannten Faktoren zurückziehen und sich lieber perfekt inszeniert auf den Plattformen zeigen, statt im echten Leben zu agieren? Die Personae zeigen den Jugendlichen wie es geht, indem sie es ihnen vorleben.

Hat man als Jugendliche/r jedoch ein gesundes Selbstwertgefühl, dann verbringt man Zeit mit Menschen, die den Selbstwert heben und damit das Grundbedürfnis weiterhin befriedigen. Eine Gruppe, die verunsichert und negative Auswirkungen hat, wird im Normalfall vermieden (Borg-Laufs, 2012, S. 13-14). Genauso würden dann Personae, die die Bedürfnisbefriedigung gefährden, nicht als Partner in einer PSB gewählt werden.

Um das Bedürfnis von Lustgewinn und Unlustvermeidung befriedigen zu können, entscheiden Menschen, ob etwas, einfach gesagt, gut oder schlecht ist. Das kann bewusst sowie unterbewusst durch bereits gesammelte Erfahrungen geschehen. Je nach Entscheidung folgt eine Annäherung (Lustgewinn) oder eine Vermeidung (Unlustvermeidung) (Borg-Laufs, 2012, S. 15).

Die Jugendlichen können sich, wie bereits bei den Vorteilen von PSB erwähnt, einfach aus solch einer Beziehung zurückziehen. Daher scheint das Bedürfnis von Lustgewinn und Unlustvermeidung durch PSB am wenigsten betroffen zu sein. In den NSM könnte, falls eine Sucht vorliegt, das Gefühl aufkommen, dass sich Jugendliche ausgeliefert fühlen, da sie keinen Einfluss auf das Geschehen haben, die Netzwerke jedoch nicht verlassen möchten. Dies wäre ein Extremfall, der damit zusammenhängt, dass dieses Bedürfnis bereits unbefriedigt zu sein scheint. Eine Sucht würde im Normalfall als etwas, das 'Unlust' auslöst, gelten und damit vermieden werden (Grawe, 2004, S. 230-231).

Über die gesamte Diskussion hinweg fällt auf, dass die Auswirkungen der NSM, sowie der PSB die von diesen erwiesenermaßen begünstigt werden, nur dann risikoreich und problematisch werden, wenn jugendliche PSB mit bereits unbefriedigten Bedürfnissen eingehen.

Ein sicheres Bindungsbedürfnis bestärkt sie darin, PSB nur als Ergänzung zu ihren intakten Beziehungsnetzwerken anzusehen. Ein befriedigtes Orientierungs- und Kontrollbedürfnis lässt sie die Informationsflut, verschiedenen Ansichten und Werte richtig deuten und filtern.

Ein konsistenter Selbstwert schützt sie davor sich von PSB oder den NSM ein falsches Bild vermitteln zu lassen. Wissen sie, wann und was ihnen Unwohlsein bereitet, dann gehen sie diesen Dingen aus dem Weg und vermeiden damit Unlust. Stattdessen entscheiden sie, was ihnen Freude bereitet und beschäftigen sich damit (Grawe, 2004, S. 230-232).

Die Welt hat sich gewandelt und die Jugend könnte es sowohl einfacher haben, Grundbedürfnisse und Entwicklungsaufgaben zu erfüllen, als auch komplexer, da sie versuchen, bei all diesen Möglichkeiten, immer die Richtige zu wählen. Hierzu fehlt es jedoch an Forschung, die alle Themengebiete holistisch in empirischen Studien miteinander in Relation setzt.

Wenn Rezipienten einseitige Beziehungen pflegen, ist es naheliegend, dass das etwas mit ihnen macht. Nachdem die Vor- und Nachteile von PSB angeführt wurden, soll hier noch mal genauer auf die Möglichkeit einer sozialen Isolation als Folge von PSB eingegangen werden.

Die Ergebnisse eines Experimentes, das eine Korrelation zwischen PSI und verschiedenen Arten von Einsamkeit untersuchte, darunter auch die soziale Einsamkeit, fanden heraus, dass die PSI mit einer Fernseh-Persona keine funktionale Alternative bei Einsamkeit ist. Sie führen allerdings an, dass *„[...] virtual interaction or relationships established via other mediated communication, especially via the Internet, can be functional alternatives to interpersonal communication (Q. Wang et al., 2008, S. 102-103).“*

Um herauszufinden, inwiefern PSB die soziale Einsamkeit positiv oder negativ beeinflussen kann, müssen weitere Studien durchgeführt werden. Ein Experiment, das sich auf den hohen NSM Gebrauch der Digital Natives konzentriert und diesen in Korrelation mit sozialer Isolation setzt, wird dringend benötigt.

Menschen, die sich bereits sozial isoliert fühlen, tendieren dazu mehr NSM zu nutzen und verwenden es als Ersatz für ortho-soziale Kontakte (Primack et al., 2017, S. 6). Es kann angenommen werden, dass PSB, vermutlich unterbewusst, ebenfalls als Kompensation für (ortho-)soziale Beziehungen verwendet werden kann. Die Nutzenden verbringen dadurch mehr Zeit in NSM und mit PSB und ersetzen damit die Zeit von authentischen sozialen Interaktionen, die tatsächlich ihre Einsamkeit verringern könnten (Primack et al., 2017, S. 6-7).

Die eigens durchgeführte [Umfrage](#) zur Zwangsisolation während der Covid-19-Pandemie zeigt, dass die Teilnehmenden den ortho-sozialen Kontakt zu ihren Freunden und Familien vermissen und NSM für sie diese nicht ersetzen kann.

Die menschlichen Bedürfnisse variieren jedoch und es ist schwer zu sagen, wem auch eine PSB bereits gegen seine Einsamkeit hilft. Was jedoch mit Klarheit feststeht ist, dass bei der PSI und PSB die Wechselseitigkeit fehlt. Mit einer Wechselseitigkeit geht ein großer Vorteil der zwischenmenschlichen Interaktion verloren: das aufeinander eingehen, zum reflektieren anregen und der lebendige Meinungs-austausch.

Zusätzlich ist die Wahrnehmung der Persona zumeist auf die visuelle und auditive Komponente beschränkt. Die Wahrnehmung des Fühlens, Schmeckens und Riechens geht durch die Virtualität verloren.

Die Frage bleibt offen, was es für unsere ortho-sozialen Begegnungen bedeutet, wenn wir uns an parasoziale Interaktion und Beziehungen und deren fehlender Wechselseitig-



keit und geminderter Wahrnehmung gewöhnen. Die Leichtigkeit und Rückzugsmöglichkeit, die einem eine PSI bietet (Horton & Wohl, 1956), ist verführerisch.

Ist es möglich, dass sich Menschen, je nach der Intensität ihrer PSB, mit der Zeit immer mehr aus sozialen Interaktionen zurückziehen, weil sie sich an die Vorteile einer PSB gewöhnt haben? Verlernen sie mit der Zeit die oft unausgesprochenen Regeln einer wechselseitigen Interaktion? Zu diesen möglichen Folgen muss weiter geforscht werden.

Ob tatsächlich eine soziale Isolation entsteht, ist abhängig von einigen Faktoren. So spielt das zeitliche Investment und die Bemühung, die die/der Rezipient in die Beziehung mit der Persona steckt, eine Rolle. Ist beides hoch, steigt die Wahrscheinlichkeit für eine High-Level-PSB. Zusätzlich spielt, wie bereits thematisiert, der Bindungstyp des Rezipienten eine Rolle. Ist sie/er grundsätzlich schwach im Bezug auf Bindungsherstellung oder Erhaltung, kann das eine Rolle für seine Neigung zu einer PSB bedeuten.

Wenn der Rezipient aufgrund seiner zum Beispiel schwachen Bindungsmöglichkeiten zu einer PSB tendiert und diese zu einer High-Level-PSB ausbaut, steigt die Wahrscheinlichkeit für eine soziale Isolation. Begründet werden kann dies mit dem zeitlichen Aufwand und dem Investment, das in die PSB fließt. Denn wer Zeit in eine PSB investiert, muss in anderen Bereichen zeitliche Abstriche machen. Vielleicht sogar in seinen/ihren sozialen Beziehungen?

Eine klare Korrelation ist jedoch nur schwer herzustellen, da es zwar einige Forschungen zu PSB, dem Fernsehkonsum und sozialer Isolation gibt, jedoch nur wenige, welche auch die NSM mit einbeziehen.

Wer sich sozial isoliert und einsam fühlt, der leidet. Die soziale Isolation wird als unerwünschtes Nebenprodukt der Moderne angesehen (Useem, zitiert nach Parigi & Henson, 2014, S. 156) und ist gut erforscht. Sie kann einen negativen Einfluss auf den Körper, die Wahrnehmung und sogar die Mortalität nehmen.

Es gibt verschiedene Arten von Einsamkeit (familiäre, romantische, emotionale, soziale, chronische und vergängliche), die unterschiedliche Auswirkungen auf PSB zeigen. Es zeigte sich in einem Experiment, dass die soziale Einsamkeit, auf der der Fokus dieser Forschungsarbeit liegt, mit der chronischen Einsamkeit verbunden ist. So verursacht die Zerrüttung oder das Fehlen sozialer Bindungen bei jungen Erwachsenen ein lang anhaltendes Gefühl der Einsamkeit (Q. Wang et al., 2008, S. 101). Sie kann die Entwicklung des Einzelnen beeinflussen und zu chronischer Einsamkeit führen (Jones, 1992, zitiert nach Q. Wang et al., 2008, S. 101).

Wenn eine soziale Isolation entstanden ist, ist es wohl abhängig vom Persönlichkeitstyp des Rezipienten, in welche Richtung sich diese daraufhin entwickelt. Dem Rezipienten könnte die soziale Isolation bewusst werden, woraufhin sie/er aktiv in den Beziehungsaufbau von sozialen und erfüllenden Beziehungen geht. Oder sie/er zieht sich noch weiter zurück, weil sie/er nicht mit der Situation umzugehen weiß. Welche Auswirkungen der Persönlichkeits- und Bindungstyp auf den Verlauf einer sozialen Isolation hat, muss noch weiter erforscht werden.



### 3.1 Ergebnis

Die vorliegende Forschung hat sich mit der These beschäftigt, dass die [NSM](#) parasoziale Beziehungen begünstigen, weshalb der hohe Gebrauch der Digital Natives zu unbefriedigten sozialen Grundbedürfnissen und einer sozialen Isolation führt.

Die Ergebnisse entsprachen weitgehend der Hypothese, obwohl die These nicht eindeutig verifiziert oder falsifiziert werden kann. Einige Annahmen konnten durch die Forschung in den Bereich NSM, Digital Natives, parasoziale Beziehungen und sozialer Isolation bestätigt werden, zu anderen muss noch mehr geforscht werden.

Wie angenommen, sind die NSM in einer Weise designed, die das Entstehen von parasozialen Beziehungen begünstigt. Die Grundbedürfnisse der Digital Natives können weder über die [NSM](#) noch [PSB](#) befriedigt werden. Allerdings bleibt abzuwarten, ob sich die Grundbedürfnisse mit der Zeit verändern und damit auch diese Feststellung neu überprüft werden muss (Chiappero-Martinetti, 1970).

PSB bieten den Rezipienten eine Weiterentwicklungsmöglichkeit (Schramm & Hartmann, 2010, S. 214), solange ein gesundes Maß gefunden wird. Das gesunde Maß ist subjektiv und variiert je nach Bindungstyp und den kindlichen Erfüllungen der Grundbedürfnisse. Wichtig ist, dass PSB nicht als Ersatz für soziale Beziehungen verstanden wird. Ist das der Fall, kann eine soziale Isolation entstehen, die maßgeblichen negativen Einfluss auf Körper, Geist und die Entwicklung des Rezipienten haben und sich zu einer chronischen Einsamkeit entwickeln kann (Jones, 1992, zitiert nach Q. Wang et al., 2008, S. 101).

### 3.2 Kritische Reflektion

In der Reflexion ist es problematisch, dass der Rahmen der Arbeit zu viele Themenbereiche beinhaltet.

Die einzelnen Bereiche der Forschungsarbeit konnten zufriedenstellend aufgearbeitet werden. Die Korrelation zwischen jeweils zwei Bereichen war möglich und konnte begründet werden. Den Zusammenhang zwischen allen einzelnen Themenbereichen herzustellen und empirisch zu belegen, war jedoch nicht möglich. Hierzu fehlt es beispielsweise an Quellen, die die Zusammenhänge zwischen sozialer Isolation und Jugendlichen behandeln. Zudem wird weder das Thema soziale Isolation noch die [NSM](#) mit Grundbedürfnissen in Verbindung gebracht.

Das Themenfeld der PSB ließ sich anhand von vielen Urquellen, sowie weiteren Untersuchungen sehr gut beleuchten. Trotz umfangreicher Forschung zu PSI/PSB im Bereich Fernsehen und den darin enthaltenen Medienpersönlichkeiten als Personae, existieren keine Studien, die NSM und die Auswirkungen dieser auf PSB belegen.

Es finden sich neuere Quellen, wie Dissertationen von Studierenden, die jedoch ähnlich wie die vorliegende Forschungsarbeit versuchen, Dinge herzuleiten, ohne jedoch eine empirische Studie oder Forschung vorlegen zu können. Zudem scheint es mittlerweile schon neue Phänomene, die mit dieser Begriffserklärung gar nicht abgedeckt werden

können, zu geben. Eine Überarbeitung und genaue Abgrenzung der Begriffe **PSI** und **PSB** ist wünschenswert.

Da die Grundbedürfnisse auf Theorien, die vor mehr als 100 Jahren aufgestellt und immer wieder verändert und aufbereitet wurden, basieren, stellt sich hier die Frage, ob es sich in Zeiten von NSM und den technischen Entwicklungen anbietet, diese Grundbedürfnisse nochmals anzupassen. Zudem wird im Bezug auf Jugendliche zwar von Bedürfnissen gesprochen, diese variieren jedoch von Quelle zu Quelle und werden überwiegend Entwicklungsaufgaben genannt.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass trotz Herleitungen und Begründungen ein holistischer Überblick und weitreichende Studien fehlen, um die komplexen Themenbereiche miteinander in Korrelation setzen zu können.

### 3.3 Ausblick

Eine Empfehlung für weiterführende Forschung ist es, ein Studie durchzuführen, die eine direkte Korrelation von **NSM** und **PSB** erforscht. Außerdem wäre es interessant, Technologien wie beispielsweise Videospiele, Virtual Reality und Augmented Reality in weitere Forschungen miteinzubeziehen. Sie sind besonders interessant, da angenommen werden kann, dass mit steigender Immersion des Mediums die Wahrscheinlichkeit einer PSB, aufgrund ihrer Ähnlichkeit zu einer ortho-sozialen Interaktion, steigt.

Auch die Wichtigkeit für das Entstehen einer PSB von den bislang nicht in den NSM reproduzierbare Wahrnehmungen wie das Riechen, Schmecken und die Haptik sollte erforscht werden.

Ebenfalls Aufmerksamkeit zugeteilt werden sollte der Beeinflussung der Entwicklung von Kindern und Jugendliche durch PSB innerhalb der NSM. Ersetzen sie hiermit fiktive PSB, die ihre Fantasie stimulieren könnten? Dieser Frage bedarf weiterführende Forschung.

Für ein projektbasiertes Arbeiten wäre es interessant zu untersuchen, warum **ortho-soziale Interaktion** einen Mehrwert für die Menschen bringt und inwieweit es durch eine virtuelle Komponente ersetzt werden könnte. Ein Projekt, das untersucht, ob die Sinneswahrnehmungen Riechen und Fühlen künstlich reproduziert werden könnten, ist ebenfalls besonders interessant.

*// Die Wissenschaft, sie ist und bleibt, was einer ab vom anderen schreibt. Doch trotzdem ist sie unbestritten, immer weiter fort geschritten.*

— Eugen Roth (1895–1976)

## Abbildungsverzeichnis

1	Klassifikationsschema von NSM . . . . .	13
2	Faktoren der Intensität von PSI-Prozessen . . . . .	33
3	Ranking der beliebtesten Aktivitäten in den NSM . . . . .	43
4	Gerätebesitz Jugendlicher 2019 . . . . .	50
5	Häufigste Freizeitaktivitäten Shell Jugendstudie 2019 . . . . .	53
6	Freizeitaktivitäten 2019 (täglich/mehrmals pro Woche) . . . . .	54
7	Auswirkungen von YouTube . . . . .	60
8	Auswirkungen von Instagram . . . . .	61
9	Thematisierung von Corona in den NSM . . . . .	65
10	Grafik zum Geschlecht der Teilnehmenden . . . . .	66
11	Grafik zum Alter der Teilnehmenden . . . . .	67
12	Grafik zur Anzahl der Personen im eigenen Haushalt . . . . .	68
13	Grafik zur Anzahl der regelmäßigen Kontakte außerhalb des Haushalts . . . . .	68
14	Grafik zu Kontakt mit Freunden . . . . .	69
15	Grafik zu den drei meistgenutzten NSM Apps . . . . .	70
16	Grafik zu den Nutzungsgründen von NSM . . . . .	70
17	Grafik zum Ersatz von Face-to-Face Kontakt . . . . .	71
18	Grafik zum Isolationsempfinden . . . . .	72

## Inhaltsverzeichnis

- Abels, H. (2019). *Interaktion: Eine Einführung in interpretative Theorien der Soziologie*. VS Verlag für Sozialwissen.
- Adler, M., Martin, M., Nöthlich, M., Nienhaus, C., Rubio González, R. & Schlesiger, O. (2018). Neue Perspektiven in der Videonutzung. <https://www.sevenonemedia.de/documents/924471/1111769/ViewTime+Report+2018/2024b390-6109-94ee-59f0-8ca78f1f4922>
- AG, Bibliographisches Institut F. A. Brockhaus (Hrsg.). (2001). *Brockhaus-Enzyklopädie online* [Druckausgabe u.d.T.: Brockhaus. Enzyklopädie in 24 Bänden (2001)]. <http://gso.gbv.de/DB=2.2/PPNSET?PPN=517415410>
- Ahnert, L. & Spangler, G. (2014). Die Bindungstheorie, In *Theorien in der Entwicklungspsychologie*. Springer.
- Alle Grafiken und Schaubilder [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. (n. d.). <https://www.shell.de/ueber-uns/shell-jugendstudie/alle-schaubilder-und-grafiken.html>
- APA Public Opinion Poll – Annual Meeting 2019 [zuletzt aufgerufen am 2020-04-26]. (n. d.). <https://www.psychiatry.org/newsroom/apa-public-opinion-poll-annual-meeting-2019>
- ARD/ZDF-Forschungskommission. (n. d.). WhatsApp/Onlinecommunities: ARD/ZDF Forschungskommission. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/whatsapponlinecommunities/>
- Baecker, R., Sellen, K., Crosskey, S., Boscart, V. & Barbosa Neves, B. (2014). Technology to reduce social isolation and loneliness, In *Proceedings of the 16th international ACM SIGACCESS conference on Computers & accessibility*.
- Barlow, J. P. (1996). A Declaration of the Independence of Cyberspace.
- Bayer, J. B., Ellison, N. B., Schoenebeck, S. Y. & Falk, E. B. (2016). Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat. *Information, Communication & Society*, 19(7), 956–977.
- Bayerischer Rundfunk. (2019). Youtube-Trend 8D-Audio: Wie ein Psychotrick den Super-Surround-Sound erzeugt [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. <https://www.br.de/puls/themen/netz/youtube-trend-8d-audio-100.html>
- Bayerisches Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit and Robert Koch-Institut. (2020). Beschreibung des bisherigen Ausbruchsgeschehens mit dem neuartigen Coronavirus SARS-CoV-2 in Deutschland (Stand: 12. Februar 2020). *Epidemiologisches Bulletin*, 2020(7), 3–4. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25646/6476>
- Beck, K. & Jünger, J. (2019). Soziologie der Online-Kommunikation. In W. Schweiger & K. Beck (Hrsg.), *Handbuch Online-Kommunikation* (S. 7–33). Wiesbaden, Springer Fachmedien Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-18016-4\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-18016-4_2)
- Berwanger, J. (n. d.). Definition: Einstellung [zuletzt aufgerufen am 2020-05-01]. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/einstellung-34889/version-258381>
- Bildung. (2017). Entwicklung zum Massenmedium [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. Bundeszentrale für politische Bildung. <https://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/deutsche-fernsehgeschichte-in-ost-und-west/246194/entwicklung-zum-massenmedium>
- Bonfadelli, H. & Friemel, T. N. (2017). *Medienwirkungsforschung*. UTB.

- Borg-Laufs, M. (2012). Die Befriedigung psychischer Grundbedürfnisse als Weg und Ziel der Kinder- und Jugendlichenpsychotherapie. *Forum für Kinder- und Jugendpsychiatrie, Psychosomatik und Psychotherapie*, 6–21.
- Brisch, K. (2014). *Bindung und Jugend*. Klett-Cotta. <https://books.google.de/books?id=xpkGBgAAQBAJ>
- Burgess, J. & Green, J. (2013). *YouTube - Online Video and Participatory Culture*. New York, John Wiley Sons.
- Burgess, R. L., Huston, T. L. & Homans, G. C. (1979). *Social exchange in developing relationships*. Academic Press.
- Cacioppo, J. T. & Hawkley, L. C. (2009). Perceived social isolation and cognition. *Trends in Cognitive Sciences*, 13(10), 447–454. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tics.2009.06.005>
- Chiappero-Martinetti, E. (1970). Basic Needs. Springer, Dordrecht. [https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5\\_150](https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_150)
- Cinelli, M., Quattrocioni, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L., Zola, P. & Zollo, A., Fabiana & Scala. (2020). The covid-19 social media infodemic. *arXiv preprint arXiv:2003.05004*.
- CIX mit neuem Weltrekord: Mehr als 9 Terabit pro Sekunde Datendurchsatz am Frankfurter Internetknoten. (n. d.). <https://www.de-cix.net/de/about-de-cix/media-center/press-releases/de-cix-sets-a-new-world-record>
- Clark, M. S. & Reis, H. T. (1988). Interpersonal Processes in Close Relationships. *Annual Review of Psychology*, 39(1), 609–672. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.39.020188.003141>
- Cohen, J. (2004). Parasocial Break-Up from Favorite Television Characters: The Role of Attachment Styles and Relationship Intensity. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(2), 187–202. <https://doi.org/10.1177/0265407504041374>
- Daft, R. L. & Lengel, R. H. (1986). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. *Management Science*, 32(5), 554–571. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554>
- Dijck, J. v. (2013). *The culture of connectivity: a critical history of social media*. Oxford University Press.
- DIVSI U25-Studie: Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt. (n. d.). <https://www.divsi.de/publikationen/studien/divsi-u25-studie-kinder-jugendliche-und-junge-erwachsene-in-der-digitalen-welt>
- Dolby Digital: Der Surround-Standard: Teufel Blog [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. (2020). <https://blog.teufel.de/dolby-digital-der-digitale-surround-sound-pionier/>
- Ellgring, J. H. (2010). Nonverbale Kommunikation [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. Engagiert aber allein [Aufgerufen am 25.04.2020]. (2018). <https://www.vodafone-stiftung.de/engagiert-aber-allein/>
- Evans, V. (2017). *The emoji code: How smiley faces, love hearts and thumbs up are changing the way we communicate*. Michael O'Mara Books.
- Facebook, Inc. (FB). (2018). Fourth Quarter and Full Year 2018 Results Conference Call. [https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc\\_financials/2018/Q4/Q4-18-earnings-call-transcript.pdf](https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2018/Q4/Q4-18-earnings-call-transcript.pdf)
- Field, T. (2003). *Touch*. MIT Press.
- Fiske, S. T., Gilbert, D. T. & Lindzey, G. (2010). *Handbook of social psychology*. Wiley.

- FOMO [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. (n. d.). <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fomo>
- Frankfurter Allgemeine Zeitung. (n. d.). Nach 3D-Kino kommt 4DX: Spaß bis auf die Haut [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. <https://www.faz.net/aktuell/technik-motor/audio-video/nach-3d-kino-kommt-4dx-spass-bis-auf-die-haut-14931591.html>
- Freud, S. & Bonaparte, M. (1999). *Gesammelte Werke: chronologisch geordnet*. Fischer Taschenbuch Verlag.
- Gentzel, P., Krotz, F., Wimmer, J. & Winter, R. (2019). *Das vergessene Subjekt: Subjektkonstitutionen in mediatisierten Alltagswelten*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-23936-7>
- Ghadiri, A. (n. d.). Definition: Konsistenztheorie. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/konsistenztheorie-54109/version-277163>
- Goffman, E. (1978). *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth.
- Google LLC. (2012). YouTube: Watch, Listen, Stream [zuletzt aufgerufen am 2020-04-25]. <https://apps.apple.com/us/app/youtube-watch-listen-stream/id5444007664>
- Grant, N., Hamer, M. & Steptoe, A. (2009). Social Isolation and Stress-related Cardiovascular, Lipid, and Cortisol Responses. *Annals of Behavioral Medicine*, 37(1), 29–37. <https://doi.org/10.1007/s12160-009-9081-z>
- Grawe, K. (2004). *Neuropsychotherapie*. Hogrefe.
- Grossmann, K. & Grossmann, K. (2004). *Bindungen: das Gefüge psychischer Sicherheit*. Klett-Cotta. <https://books.google.de/books?id=QiPFjnKfzGwC>
- GW. (2020). GWI Coronavirus Research March 2020 [zuletzt aufgerufen am 2020-04-27]. [https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%5C%20Coronavirus%5C%20Research%5C%20PDFs/GWI%5C%20coronavirus%5C%20findings%5C%20March%5C%202020%5C%20-%5C%20Multi-Market%5C%20data%5C%20\(Release%5C%203\).pdf](https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%5C%20Coronavirus%5C%20Research%5C%20PDFs/GWI%5C%20coronavirus%5C%20findings%5C%20March%5C%202020%5C%20-%5C%20Multi-Market%5C%20data%5C%20(Release%5C%203).pdf)
- Harring, M. (2010). *Freundschaften, Cliques und Jugendkulturen: Peers als Bildungs- und Sozialisationsinstanzen*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hartmann, T. (2016). Parasocial Interaction, Parasocial Relationships, and Well-Being.
- Hartmann, T., Schramm, H. & Klimmt, C. (2004). Personenorientierte Medienrezeption: Ein Zwei-Ebenen-Modell parasozialer Interaktionen. *Publizistik*, 49(1), 25–47. <https://doi.org/10.1007/s11616-004-0003-6>
- Heidbrink, H., E., L. H. & Schmidtman, H. (2009). *Psychologie sozialer Beziehungen*. Kohlhammer.
- Herrmann, S. (2019). So riecht der Influencer [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. [https://www.wuv.de/tech/so\\_riecht\\_der\\_influencer](https://www.wuv.de/tech/so_riecht_der_influencer)
- Hertenstein, M. J. & Keltner, D. (2010). Gender and the Communication of Emotion Via Touch. *Sex Roles*, 64(1-2), 70–80. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9842-y>
- Hippel, K. (1992). Parasoziale Interaktion. Bericht und Bibliographie. *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, 1(1), 135–150.
- Hoffmann, C. (2019). *Gehirngerechte Führung: Wirkungsvoll führen nach neuropsychologischen Erkenntnissen*. Springer.
- Hohlfeld, R. & Godulla, A. (2015). Das Phänomen der Sozialen Medien. In G. Hornung & R. Müller-Terpitz (Hrsg.), *Rechtshandbuch Social Media* (S. 11–33). Berlin, Heidelberg, Springer Berlin Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-38192-8\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-38192-8_2)

- Holt-Lunstad, J., Smith, T. B., Baker, M., Harris, T. & Stephenson, D. (2015). Loneliness and Social Isolation as Risk Factors for Mortality: A Meta-Analytic Review [PMID: 25910392]. *Perspectives on Psychological Science*, 10(2), 227–237. <https://doi.org/10.1177/1745691614568352>
- Horton, D. & Richard Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.
- Horton, D. & Wohl, R. R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Hortulanus, R., Machielse, A. & Meeuwesen, L. (2006). *Social isolation in modern society*. Routledge.
- Hryciuk, P. (2020). Telekom-Aktion: Erneut 10 GB LTE-Datenvolumen kostenlos - so bekommt ihr es. Giga. <https://www.giga.de/news/telekom-aktion-erneut-10-gb-lte-datenvolumen-kostenlos-so-bekommt-ihr-es/>
- Hummel, C. (n. d.). Vom Riechen [Aufgerufen am 25.04.2020]. Universitäts- HNO Klinik Dresden. <https://www.uniklinikum-dresden.de/de/das-klinikum/kliniken-polikliniken-institute/hno/forschung/interdisziplinaeres-zentrum-fuer-riechen-und-schmecken/downloads/downloads/jugendinfo.pdf>
- Instagram, Inc. (2010). Instagram [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. <https://apps.apple.com/app/instagram/id389801252?vt=lo>
- Introducing Instagram Stories [zuletzt aufgerufen am 2020-04-24]. (n. d.). <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-stories>
- JIM-Studie [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. (n. d.). <https://www.mpfs.de/studien/?tab=tab-18-1>
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kemp, S. (2020). Digital 2020: Germany - DataReportal – Global Digital Insights. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-germany>
- Kessler, T. & Fritsche, I. (2018). *Sozialpsychologie*. Springer.
- Kettenbach, M. (2020). Merkel fällt Corona-Entscheidung: Kontaktverbot statt Ausgangssperre - aber Bayern zieht nicht mit [zuletzt aufgerufen am 2020-04-27]. Nachrichten von Merkur.de. <https://www.merkur.de/welt/coronavirus-kontaktverbot-deutschland-bayern-merkel-ausgangssperre-pandemie-schutz-ausnahmezustand-zr-13603671.html>
- Kirchgeorg, M. (n. d.). Definition: Wahrnehmung [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/wahrnehmung-50253>
- Koubek, J. (2016). Digital natives und digital natives–Soziale Netze zwischen Schule und Beruf, In *Social Media in der Lebenswelt und bei der Berufswahl Jugendlicher-Who cares?* Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Krämer, N., Schwan, S., Unz, D. & Suckfüll, M. (2016). *Medienpsychologie: Schlüsselbegriffe und Konzepte*. Kohlhammer Verlag. <https://books.google.de/books?id=Yot4DwAAQBAJ>
- Krotz, F. (1996). Parasoziale Interaktion und Identität im elektronisch mediatisierten Kommunikationsraum. In P. Vorderer (Hrsg.), *Fernsehen als „Beziehungskiste“: Pa-*



- rasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen* (S. 73–90). Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-322-83274-0\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-322-83274-0_8)
- Lackes, R. (n. d.). Definition: Video on Demand [zuletzt aufgerufen am 2020-05-01]. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/video-demand-49520/version-272751>
- Lück, H. E. (1985). Soziale Isolation. In *Psychologie sozialer Prozesse: Eine Einführung in das Selbststudium der Sozialpsychologie* (S. 22–36). Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-322-95506-7\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-322-95506-7_3)
- Maslow, A. (1981). *Motivation And Personality*. Harper & Row. <https://books.google.de/books?id=DVmxDwAAQBAJ>
- Mccutcheon, L. E., Ashe, D. D., Houran, J. & Maltby, J. (2003). A Cognitive Profile of Individuals Who Tend to Worship Celebrities. *The Journal of Psychology*, 137(4), 309–322. <https://doi.org/10.1080/00223980309600616>
- McLeod, S. (2007). Maslow's hierarchy of needs. *Simply psychology*, 1, 1–8.
- McQuail, D. (1997). *Audience analysis*. Sage publications.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.
- Mohd Yusof, N. S., Mohd Syafiq, S. N. S., Shameen, M. A., Anuar, A., Dino Affendi, A. I. & Fauzi, H. (2020). Social media indicate loneliness among teenagers. *e-Journal of Media & Society (e-JOMS)*, 4.
- Morrison, I., Löken, L. S. & Olausson, H. (2009). The skin as a social organ. *Experimental Brain Research*, 204(3), 305–314. <https://doi.org/10.1007/s00221-009-2007-y>
- Nadaly, Eskedar & Maramot, A. G. (2018). Social Media and Its Impact on Interpersonal Relationships [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. <https://jarvee.com/social-media-impact-interpersonal-relationships/>
- Neumann, K. & Charlton, M. (1988). Massenkommunikation als Dialog. Zum aktuellen Diskussionsstand der handlungstheoretisch orientierten Rezeptionsforschung. *Communications*, 14(3), 7–38. <https://www.degruyter.com/view/journals/comm/14/3/article-p7.xml>
- Page, R. E. (2013). *Stories and social media: Identities and interaction*. Routledge.
- Parigi, P. & Henson, W. (2014). Social Isolation in America. *Annual Review of Sociology*, 40(1), 153–171. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-071312-145646>
- Parship. (2020). Parship Studie: Jeder dritte Single fürchtet sich vor Einsamkeit während der Corona-Pandemie [zuletzt aufgerufen am 2020-04-27]. Parship. <https://www.parship.de/presse/pressemeldungen/2020/parship-studie-jeder-dritte-single-fuerchtet-sich-vor-einsamkeit-waehrend-der-corona-pandemie/>
- Pittman, M. & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155–167. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084>
- Poth, L. G. (2013). *Gabler Marketing Begriffe von A-Z: 4.000 Begriffe Nachschlagen Verstehen Anwenden*. Springer-Verlag.
- Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants*. Marc Prensky.
- Prensky, M. (2009). H. sapiens digital: From digital immigrants and digital natives to digital wisdom. *Innovate: journal of online education*, 5(3).
- Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaitte, E. O., Lin, L. Y., Rosen, D., Colditz, J. B. & Radovic, E., A. Miller. (2017). Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. *American journal of preventive medicine*, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2017.01.010>



- Prosetzky, I. (2009). Isolation und Partizipation. *Behinderung und Anerkennung*, 2.
- Raab, J. (1998). *Die soziale Konstruktion olfaktorischer Wahrnehmung: eine Soziologie des Geruchs* (Diss.).
- Rafaeli, S. (1990). Interacting with media: Para-social interaction and real interaction. *Mediation, information, and communication: Information and behavior*, 3, 125–181.
- Rohleder, B. (2018). Social-Media-Trends 2018 [zuletzt aufgerufen am 2020-04-24]. <https://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180227-Bitkom-PK-Charts-Social-Media-Trends-2.pdf>
- Royal Society for Public Health. (2017). #StatusofMind Social media and young people's mental health and wellbeing [zuletzt aufgerufen am 2020-04-26]. <https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>
- Schäfter, C. (2010). Beziehung und Beziehungsgestaltung. In *Die Beratungsbeziehung in der Sozialen Arbeit: Eine theoretische und empirische Annäherung* (S. 23–46). Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-91928-7\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-531-91928-7_3)
- Schewe, G. (n. d.). Definition: Interaktion [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/interaktion-39396/version-262805>
- Schipper, J. (2011). Interdisziplinäre Schädelbasischirurgie. *HNO*, 59(4), 327–331.
- Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (2017). *Handbuch Soziale Medien*. Springer.
- Schramm, H. & Hartmann, T. (2010). Identität durch Mediennutzung? Die Rolle von parasozialen Interaktionen und Beziehungen mit Medienfiguren. *Mediensozialisationstheorien*, 201–219. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-92249-2\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-531-92249-2_12)
- Schweiger, W. & Fahr, A. (2013). *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Springer-Verlag.
- Sennett, R. (2017). *The fall of public man*. WW Norton & Company.
- Spalding, M. R. (2016). *Snapchat*. ABDO.
- Spangler, T. (2019). YouTube Now Has 2 Billion Monthly Users, Who Watch 250 Million Hours on TV Screens Daily [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. Variety. <https://variety.com/2019/digital/news/youtube-2-billion-users-tv-screen-watch-time-hours-1203204267/>
- Spectacles von Snap Inc. Fang deine Welt in 3D ein [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. (n. d.). <https://www.spectacles.com/de/creators>
- Sruoginis, K. (2018). Live Video Streaming - A Global Perspective [zuletzt aufgerufen am 2020-04-24]. <https://www.iab.com/wp-content/uploads/2018/06/IAB-Live-Video-Streaming-Trends.pdf>
- Standage, T. (2013). *Writing on the Wall: social media - the first 2,000 years*. Bloomsbury.
- Stangl, W. (n. d.). Online Lexikon für Psychologie und Pädagogik [zuletzt aufgerufen am 2020-05-02]. <https://lexikon.stangl.eu/17010/fear-of-missing-out-fomo/>
- Statista. (2020). Seitdem Sie wegen der Coronavirus-Pandemie mehr zuhause bleiben - welche der folgenden Dinge machen Sie vermehrt oder öfter? [zuletzt aufgerufen am 2020-04-27]. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1110488/umfrage/aktivitaeten-beim-zuhausebleiben-wegen-der-covid-19-corona-pandemie/>
- Stever, G. (2009). Parasocial and Social Interaction with Celebrities: Classification of Media Fans. *Journal of Media Psychology*, 14.
- Taormina & Gao. (2013). Maslow and the Motivation Hierarchy: Measuring Satisfaction of the Needs. *The American Journal of Psychology*, 126(2), 155. <https://doi.org/10.5406/amerjpsyc.126.2.0155>

- Tolbert, A. N. & Drogos, K. L. (2019). Tweens' Wishful Identification and Parasocial Relationships With YouTubers. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02781>
- Turkle, S. (2017). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Hachette UK.
- Wagner, U. & Theunert, H. (2007). Konvergenzbezogene Medienaneignung in Kindheit und Jugend. *Qualitative Forschung in der Medienpädagogik MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, 14(Qualitative Forschung), 1–20. <https://doi.org/10.21240/mpaed/14/2007.12.11.x>
- Wang, C., Horby, P. W., Hayden, F. G. & Gao, G. F. (2020). A novel coronavirus outbreak of global health concern. *The Lancet*, 395(10223), 470–473.
- Wang, Q., Fink, E. L. & Cai, D. A. (2008). Loneliness, gender, and parasocial interaction: A uses and gratifications approach. *Communication Quarterly*, 56(1), 87–109.
- Weisweiler, C. (2018). *The transformation of parasocial interaction in the streaming-age and the accompanying changes in real social behavior* (Diss.).
- What the world thinks [zuletzt aufgerufen am 2020-04-24]. (n. d.). <https://yougov.de/opi/surveys/results/#/survey/388d0b15-cee9-11e9-8271-d1a15dee4e19>
- Williams, S. E. & Braun, B. (2019). Loneliness and Social Isolation—A Private Problem, A Public Issue. *Journal of Family & Consumer Sciences*, 111(1).
- Willkommen bei IGTV [zuletzt aufgerufen am 2020-04-24]. (n. d.). <https://about.instagram.com/de-de/blog/announcements/welcome-to-igtv>
- Young, K. (2018). The Rise of Live Streaming [zuletzt aufgerufen am 2020-04-24]. <https://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-day/the-rise-of-live-streaming-2/>
- YouTube [zuletzt aufgerufen am 2020-04-25]. (n. d.). YouTube. <https://www.youtube.com/about/>
- Zavaleta, D., Samuel, K. & Mills, C. T. (2017). Measures of social isolation. *Social Indicators Research*, 131(1), 367–391.
- Zeit Online [zuletzt aufgerufen am 2020-04-25]. (n. d.). <https://www.zeit.de/online/2006/41/google-tube>
- Zimmermann, P. & Iwanski, A. (2014). Bindung und Autonomie im Jugendalter. *Krisenbewältigung, Widerstandskräfte, Soziale Bindungen im Kindes- und Jugendalter//Bindung und Jugend: Individualität, Gruppen und Autonomie*. 1st ed. Stuttgart: Verl. Freies Geistesleben, 12–35.