



universität
wien

DIPLOMARBEIT / DIPLOMA THESIS

Titel der Diplomarbeit / Title of the Diploma Thesis

„Die Auswirkungen parasozialer Beziehungen auf die
Qualität realer sozialer Beziehungen“

verfasst von / submitted by
Julia Pouzar

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2018 / Vienna, 2018

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on the
student record sheet:

A 190 353 299

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Lehramtsstudium UF Spanisch UF Psychologie
und Philosophie

Betreut von / Supervisor:

Mag. Dr. Andreas Olbrich-Baumann

ZUSAMMENFASSUNG

Parasoziale Beziehungen mit Personen aus Filmen und Serien stellen für Fernsehzuseherinnen und -zuseher ein alltägliches Phänomen dar, welche im Normalfall als Ergänzung zu realen sozialen Beziehungen fungieren. Diese Arbeit hat sich zum Ziel gesetzt, die Auswirkungen parasozialer Beziehungen auf die Qualität realer sozialer Beziehungen zu untersuchen. Im ersten Teil sollen notwendige theoretische Begriffe und Ausgangspunkte anhand geeigneter Literatur und vorhandenen Studien geklärt werden, darunter beispielweise diverse Umstände, welche zu parasozialen Beziehungen führen können. Ebenso soll die Vergleichbarkeit von erlebten Emotionen in parasozialen und sozialen Situationen und mögliche Auswirkungen, welche die imaginären Beziehungen mit sich bringen können, beleuchtet werden. Der zweite Teil umfasst eine empirische Studie mittels Online-Befragung (n=110, Altersdurchschnitt 29 Jahre, 71% weiblich, 29% männlich), welche zur Überprüfung beziehungsweise Erweiterung bestehender Untersuchungen dient. Es konnten einige signifikante Aspekte bestätigt werden, welche positiv mit parasozialen Beziehungen korrelieren, darunter die Persönlichkeitseigenschaft Neurotizismus und das Rezipieren von Serien und Filmen mit dem Hintergrund der Fernseh motive Eskapismus und Unterhaltung. Ebenso stellte sich heraus, dass Singles eher romantische parasoziale Beziehungen führen als Personen in einer Partnerschaft. Bezüglich der Auswirkungen der imaginären Beziehungen konnte aufgezeigt werden, dass sich die Imitation der Lieblingsfernsehfigur positiv im Sozialverhalten der ZuschauerInnen bemerkbar macht und Personen mit niedrigem oder mittlerem Selbstwert diese als Unterstützung nachahmen. Besonders intensive parasoziale Beziehungen wirken sich negativ auf die Qualität realer freundschaftlicher Beziehungen und Partnerschaften aus.

Insgesamt stellen die Ergebnisse der Studie eine Erweiterung des Forschungsfeldes der parasozialen Interaktion bzw. Beziehung dar, welches teilweise noch Nachholbedarf verlangt.

ABSTRACT

Parasocial relationships with people from movies and tv-shows are a well-known phenomenon existing with TV-viewers. Normally, they act as a supplement to real social relationships. This thesis aims to examine the impact on the quality of these real relationships. In the first part necessary theoretic concepts are to be clarified on the basis of appropriate literature and existing studies, including for example various circumstances that lead to parasocial relationships. Furthermore, the comparability of experienced emotions in parasocial and social situations or possible effects that imaginary relationships can lead to, are examined. The second part contains an empirical study on basis of an online questionnaire (n=110, average age 29 years, 71% female, 29% male), which serves to verify or expand existing studies. Some significant aspects that correlate positivley with parasocial relationships could be confirmed by the findings of this survey. These include the personality trait neuroticism and the reception of series and films because of television motives like escapism and entertainment, The findings also revealed that singles have more para-romantic relationships than people in a partnership. Regarding the effects of the imaginary relationships, the study showed that the imitation oft the favorite television character has a postive effect on the social behaviour of the audience and that people with low or medium self-esteem like to imitate them for support. Very intense parasocial relationships have negative effects on the quality of friendships and partnerships in real life.

Overall, the results of the study represent an extension of the research field of parasocial interaction and relationship, which needs to be much more extended.

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, Mai 2018

Unterschrift

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	1
THEORETISCHER TEIL	3
1. Parasoziale Interaktion und Beziehung	3
1.1. Begriffsdefinition	3
1.1.1. Übergang von der parasozialen Interaktion zur parasozialen Beziehung ..	5
1.1.2. Die Persona	6
1.1.3. Personenorientierte Medienrezeption	8
1.2. Profil der Rezipientinnen und Rezipienten	11
1.2.1. Persönlichkeitsstruktur	12
1.2.2. Geschlecht	14
1.2.3. Bindungsstil	14
1.2.4. Soziales Umfeld und situative Merkmale	16
1.2.5. Alter	17
1.2.6. Bildungsstand	18
1.2.7. Beziehungsstatus	19
1.3. Zwischenfazit	20
1.4. Arten parasozialer Beziehungen	21
1.4.1. Parasoziale Freundschaft	21
1.4.2. Parasoziale Liebesbeziehung	22
1.4.3. Starbindung als parasoziale Beziehung	24
2. Motive für parasoziale Beziehungen	25
2.1. Uses-and-Gratifications-Ansatz	26
2.2. Eskapismus	26
2.3. Einsamkeit	27

2.4.	Unterhaltung.....	29
2.5.	Stimmungsregulation.....	31
2.6.	Genre-spezifische Emotionen	32
2.6.1.	Emotionales Involvement.....	32
2.6.2.	Empathie.....	33
2.6.3.	Heiterkeit, Freude und Zuneigung.....	34
2.6.4.	Furcht und Angst.....	35
2.6.5.	Trauer	36
2.6.6.	Spannung.....	36
2.7.	Routine	37
3.	Vergleichbarkeit parasozialer und realer sozialer Beziehungen	38
3.1.	Gefühle und Emotionen.....	39
3.2.	Empfundener Realismus	41
4.	Auswirkungen parasozialer Beziehungen auf reale soziale Beziehungen.....	44
4.1.	Positive Effekte.....	45
4.2.	Negative Effekte	51
5.	Fazit und Ausblick auf den empirischen Teil der Arbeit.....	56
	EMPIRISCHER TEIL	58
6.	Ziel der Studie, Forschungsfragen und Hypothesen.....	58
6.1.	Personenmerkmale	59
6.2.	Art der parasozialen Beziehung.....	59
6.3.	Nutzungsmotive.....	60
6.4.	Vergleich zwischen parasozialen und realen Gefühlen	61
6.5.	Auswirkungen parasozialer Beziehungen.....	61
7.	Empirisches Design.....	63
7.1.	Erhebungsmethode	63
7.2.	Fragebogen	64

7.2.1.	Parasoziale Beziehungen	66
7.2.2.	Personenmerkmale	67
7.2.3.	Personamerkmale	70
7.2.4.	Art der parasozialen Beziehung	70
7.2.5.	Fernsehnutzungsmotive und parasoziale Beziehungen.....	71
7.2.6.	Vergleich parasozialer und realer sozialer Gefühle.....	73
7.2.7.	Auswirkungen	74
7.3.	Auswertungsmethode.....	76
7.4.	Stichprobe	76
8.	Operationalisierung und Ergebnisse.....	78
8.1.	Neurotizismus und parasoziale Beziehungen.....	78
8.2.	Beziehungsstatus und Art der parasozialen Beziehung	79
8.3.	Fernsehnutzungsmotive	81
8.4.	Vergleichbarkeit parasozialer und realer Gefühle.....	82
8.5.	Auswirkungen parasozialer Beziehungen.....	84
8.5.1.	Imitation der Lieblingsfigur und Selbstwert	84
8.5.2.	Imitation der Lieblingsfigur und Sozialverhalten.....	87
8.5.3.	Freundschaften	88
8.5.4.	Partnerschaften.....	89
9.	Diskussion	91
	Literaturverzeichnis	97
	Anhang	108

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Ablauf einer parasozialen Interaktion (Hartmann, Schramm, Klimmt, 2004a, S. 9).....	4
Abbildung 2: Ablauf einer Interaktion (Hartmann, Schramm, Klimmt, 2004a, S. 7)	4
Abbildung 3: Modell zur Wahrnehmung von Reizpersonen (Gleich 1997, S. 26)	9
Abbildung 4: Determinanten der Intensitätsveränderung von PSI-Prozessen (Hartmann, Schramm & Klimmt, 2004b).....	10
Abbildung 5: Hierarchie PSB-relevanter RezipientInnenfaktoren (eigene Darstellung)	12
Abbildung 6: Dargestelltes Personenprofil mit PSB-relevantesten Eigenschaften in hierarchischer Ordnung (eigene Darstellung).....	20
Abbildung 7: Komplexität des Unterhaltenserlebnisses (Vorderer, Klimmt & Ritterfeld, 2004, S. 393).....	30
Abbildung 8: Vergleich der Dimensionen zwischen homo- & bisexuellen Jugendlichen und heterosexuellen Jugendlichen (Bond, 2018, S. 15)	50
Abbildung 9: Prozentuelle Darstellung des Beziehungsstands der TeilnehmerInnen	80
Abbildung 10: Ausreißer vor und nach der Datenreinigung	80
Abbildung 11: Screeplot.....	85

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Ablauf und Aufbau des Fragebogens (vgl. Kronewald, 2007).....	65
Tabelle 2: Adaptierte Items zur Messung parasozialer Beziehungen	67
Tabelle 3: Ausgewählte Items des IPIP in der deutschen Übersetzung (vgl. Tsay & Bodine, 2012, S. 191).....	68
Tabelle 4: Items zur Messung des Selbstwerts nach Collani & Herzberg, 2003.....	69
Tabelle 5: Adaptierte Items zur Erfassung der Art der parasozialen Beziehung.....	71
Tabelle 6: Adaptierte Items zur Erfassung des Fernsehnutzungsmotivs in Bezug auf die PSB in Anlehnung an verschiedene Quellen	72
Tabelle 7: Adaptierte Items zum Vergleich parasozialer und realer Gefühle	74
Tabelle 8: Dimensionen und adaptierte Items zur Erfassung der Auswirkungen von PSB	75
Tabelle 9: Beschreibung der Stichprobe.....	77
Tabelle 10: Deskriptive Statistiken PSB und Neurotizismus	79
Tabelle 11: Korrelation zwischen PSB und Neurotizismus	79
Tabelle 12: Ränge	81
Tabelle 13: Statistik für Mann-Whitney-Test	81
Tabelle 14: Deskriptive Statistiken der aktiven Fernseh motive und der PSB	82
Tabelle 15: Korrelationen zwischen aktiven Fernseh motiven und PSB.....	82
Tabelle 16: Statistiken Gefühle der parasozialen Situation (Version 1)	83
Tabelle 17: Statistiken Gefühle der realen Situation (Version 2)	83
Tabelle 18: Statistik für Test	84
Tabelle 19: Effektgröße der Vergleiche	84
Tabelle 20: Rotierte Komponentenmatrix	86
Tabelle 21: Korrelationen Imitation und „niedriger bis mittlerer Selbstwert“	87
Tabelle 22: Korrelationen Imitation und "positiver Selbstwert".....	87
Tabelle 23: Korrelationen Imitation und Sozialverhalten.....	88

Tabelle 24: Korrelationen PSB und Auswirkungen auf freundschaftliche Beziehungen	89
Tabelle 25: Korrelationen zwischen PSB und negativen Auswirkungen auf Partnerschaften	90

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
H	Hypothese
MW	Mittelwert
PSB	parasoziale Beziehung/en
PSI	parasoziale Interaktion/en
SFF	Subforschungsfrage
u. v. m.	und viele/s mehr

EINLEITUNG

Audiovisuelle Unterhaltungsformate wie Filme und TV-Serien haben trotz des rasanten Medienwandels in der heutigen Zeit nicht an Bedeutung verloren und nehmen bei der Freizeitgestaltung vom Großteil des Publikums nach wie vor eine zentrale Rolle ein. Innerhalb der Handlungen der TV-Formate sind es vor allem die Menschen selbst, welche im Mittelpunkt des Geschehens stehen: Schauspielerinnen und Schauspieler, aber auch Fantasie- und Comicfiguren in Filmen und Serien bilden den Kern verschiedenster Sendungen (Hartmann, Schramm, & Klimmt, 2004a). Demensprechend liegt eine gewisse Form von Interaktion vor, sobald die Rezipierenden mit den Medienfiguren durch das Fernsehen in Kontakt treten, sich direkt angesprochen fühlen und darauf reagieren. Bestimmte Verhaltensweisen der TV-Personen, auch *Personae* genannt, rufen bei den Zuseherinnen und Zusehern die Illusion einer Face-to-Face-Kommunikation hervor. Durchaus ist es möglich, dass durch vermehrte Interaktionen mit den Medienfiguren, den sogenannten parasozialen Interaktionen, parasoziale Beziehungen entstehen (Baeßler, 2009). Die Amerikaner Donald Horton und R. Richard Wohl gelten als die „Gründerväter“ der parasozialen Interaktionen und -Beziehungen und brachten 1956 den theoretischen Ausgangspunkt des später stark untersuchten Bereichs hervor, unter anderem in der Rezeptions- und Wirkungsforschung, Psychologie und Soziologie. Jene imaginären Beziehungen können sich dermaßen ausweiten, sodass die Personen am Bildschirm vermeintlich den Freundinnen und Freunden des echten Lebens gleichen. Sie weisen demnach eine kompensierende oder auch ersetzende Wirkung auf. Das Hauptziel der Arbeit ist es demnach die Frage zu beantworten, inwiefern parasoziale Beziehungen Auswirkungen auf die Qualität realer sozialer Beziehungen haben.

Im theoretischen Teil der Arbeit werden relevante Begriffe und wissenschaftlich fundierte Studien sowie Forschungsarbeiten der letzten 60 Jahre anhand strukturierter Literaturrecherche dargelegt, verglichen und damit auf etwaige noch offene Aspekte verwiesen. Anhand dieser Vorgehensweise soll das Fundament der Problematik geschaffen werden, um verstehen zu können, weshalb Menschen überhaupt parasoziale Beziehungen führen und welche Umstände und Persönlichkeitsaspekte dazu verleiten. Ebenso soll die Vergleichbarkeit der beiden Arten von Beziehungen genauer beschrieben werden und mögliche Auswirkungen, vor allem in Hinblick auf

zwischenmenschliche Beziehungen wie Partnerschaften, Freundschaften aber auch auf das eigene Sozialverhalten, untersucht werden.

Der darauffolgende empirische Teil soll nach einer ausführlichen Beschreibung der Studie, die bislang verdeutlichte Theorie mittels deduktiver Verfahren überprüfen. Es wird auf quantitativer Weise mit Hilfe von standardisierten Antwortmöglichkeiten eine Online-Befragung durchgeführt.

Anhand der gewählten Methoden soll erreicht werden, die Forschungsfrage möglichst präzise zu beantworten und durch Überprüfung der Forschungshypothesen, ein bestmögliches Ergebnis zu gewähren. Eine detaillierte Interpretation der Endresultate sowie die abschließende Zusammenfassung und eine Verbindung aller gewonnenen theoretischen und empirischen Befunden vervollständigen die Diplomarbeit.

THEORETISCHER TEIL

1. Parasoziale Interaktion und Beziehung

1.1. Begriffsdefinition

Um parasoziale Beziehungen definieren zu können, muss zunächst der Terminus „parasoziale Interaktion“ untersucht werden. Erstmals analysiert und umschrieben wurde der Begriff der parasozialen Interaktion (PSI) in einem Aufsatz der Amerikaner Horton und Wohl (1956). Sie kamen zu dem Entschluss, dass die TV-Interaktionen mit Medienfiguren der Fernsehzuschauerinnen und Fernsehzuschauer Parallelen zu Face-to-Face-Kommunikationen im realen Leben aufweisen. Fernsehen als audiovisuelles Medium lässt demnach eine Art Illusion einer Interaktion zwischen Rezipientin oder Rezipient und Medienfiguren entstehen. Der Grundstein für die Forschung der parasozialen Interaktion für die nächsten Jahrzehnte wurde hiermit gelegt (Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015). Obwohl es sich hierbei um eine mittelbare und einseitige Kommunikation ohne Wechselseitigkeit handelt, fühlen sich die Zuschauerinnen und Zuschauer von den Medienfiguren angesprochen (Bonfadelli & Friemel, 2017) und es wird nichtsdestotrotz von einer Art sozialer Situation ausgegangen, die Hartmann, Schramm und Klimmt (2004a) als asymmetrische Interaktionsform bezeichnen. Sie vergleichen in zwei Modellen (Abbildung 1 und 2) den Ablauf einer realen sozialen Interaktion und jenen, einer parasozialen Interaktion. Dabei stellen sie fest, dass bei parasozialen Interaktionen keine Reaktionen zweiter Ordnung existieren, wie es bei der sozialen jedoch der Fall ist. Eine Reaktion zweiter Ordnung ist jene, welche auf eine vorangegangene Reaktion folgt, was zugleich die Voraussetzung einer sozialen Interaktion darstellt. Hiermit wird auch von Hartmann et al. nochmals betont, dass die Besonderheit der parasozialen Interaktion im Fehlen der Wechselseitigkeit, der sogenannten Reziprozität, besteht (Hartmann, Schramm, & Klimmt, 2004a, S. 9).

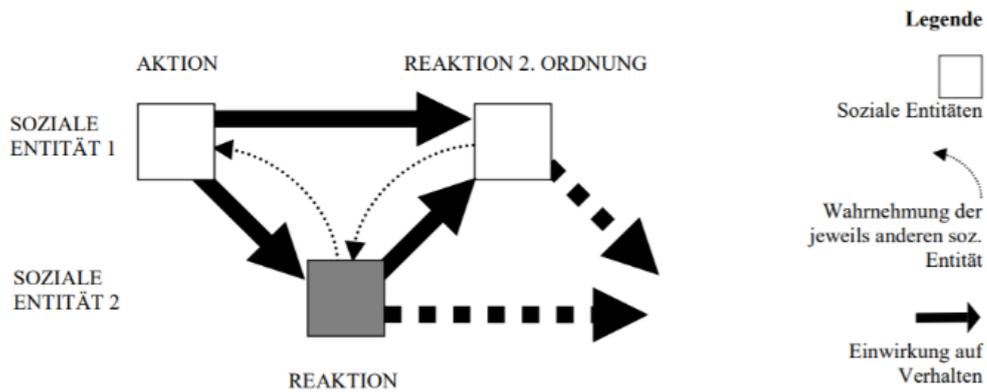


Abbildung 2: Ablauf einer Interaktion (Hartmann, Schramm, Klimmt, 2004a, S. 7)

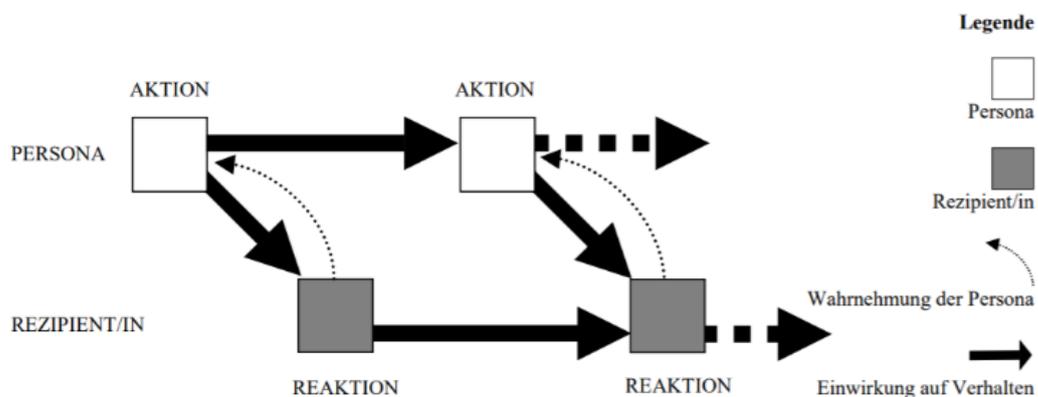


Abbildung 1: Ablauf einer parasozialen Interaktion (Hartmann, Schramm, Klimmt, 2004a, S. 9)

Aufgrund dieser beschriebenen Abwesenheit der Reziprozität gibt es ebenso Auffassungen, welche eindeutig abstreiten, dass parasoziale Interaktionen Formen von sozialen Interaktionen darstellen. Jäckel (1995, zit. nach Baeßler, 2009) fehlt für eine tatsächliche Interaktion im soziologischen Sinne, genau diese Art von Wechselseitigkeit und er sieht somit keine Möglichkeit einer Vergleichbarkeit zwischen parasozialer und sozialer Interaktion. Zur Differenzierung wurde bereits im originalen Konzept die Bezeichnung parasozial eingeführt und somit signalisiert, dass zwar Gemeinsamkeiten zwischen parasozialer und sozialer Interaktion existieren, jedoch von keiner identen Interaktion ausgegangen werden kann (Baeßler, 2009, S. 35). Zwar sind die Handlungen von Medienfiguren nicht direkt vom Publikum beeinflussbar, wie es in realen Interaktionen der Fall ist, jedoch haben sie immer den Zweck, sich an das Publikum zu richten und werden erst durch die von der Zuschauerin oder dem Zuschauer entstandenen Erwartungen und Reaktionen vervollständigt (Mikos, 1996).

„For the great majority of the audience, the para-social is complementary to normal social life.“ (Horton & Wohl, 1956, S. 223)

Wie viel interagiert wird, hängt von den Rezipierenden ab. In der Kommunikationsforschung gilt der Grundsatz, dass jede Art von Auseinandersetzung, selbst abweisende und vermeidende, gewissermaßen eine Kommunikation darstellen. Dies ist auch auf parasoziales Kommunizieren übertragbar (Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015). Parasoziale Interaktionen umfassen zumeist nur den Augenblick, werden diese jedoch habitualisiert, besteht die Möglichkeit, dass sich dadurch längerfristige parasoziale Beziehungen entwickeln. Die Interaktionen sind demnach die Voraussetzung zur Entstehung einer parasozialen Beziehung.

1.1.1. Übergang von der parasozialen Interaktion zur parasozialen Beziehung

Der Begriff der parasozialen Beziehung (PSB) kristallisierte sich erst in der späteren Forschung heraus und wird als mehr als nur die Summe der einzelnen parasozialen Interaktionen verstanden. Sie umfasst laut Döring (2013) neben einer kognitiven Ebene, welche durch Nachdenken über die Medienfigur entsteht und einer emotionalen Ebene, die auf vorhandenen Gefühlen zur Medienperson basiert, noch einer Verhaltensebene, welche sich beispielweise durch die Tagesplanung mit Rücksicht auf die TV-Sendung manifestieren kann. Krotz (1996) zufolge wird eine parasoziale Beziehung durch kognitive Bindung, Gewohnheit und Emotionen situationsübergreifend gebildet und unterscheidet sich hiermit zur parasozialen Interaktion. Nach Asendorpf und Banse (2000) beinhaltet ein soziales Beziehungsschema affektive Einstellungen sowohl gegenüber der eigenen Person in der Beziehung, gegenüber dem Interaktionspartner in der Beziehung und gegenüber der Beziehung selbst. Wendet man dieses Schema nun auf parasoziale Beziehungen an, können diese demnach nur auf individueller Ebene lokalisiert werden. Wiederholte einzelne parasoziale Interaktionen führen zu parasozialen Beziehungen, genauso wie sich eine reale zwischenmenschliche Beziehung auch erst durch vermehrte Einzelkontakte im Laufe der Zeit entwickeln kann. Während dieses Prozesses lernt die Rezipientin oder der Rezipient die TV-Person von Mal zu Mal besser kennen und gewöhnt sich an sie (Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015, S. 133). Die Wirksamkeit parasozialer Beziehungen geht somit weit über die der Rezeption hinaus. Auf Grund der nur einseitigen Bindung, kann die Zuseherin oder der Zuseher selbst entscheiden,

wann, wie lange und wie oft sie oder er sich mit der Medienperson beschäftigt, ob sie oder er die Beziehung plötzlich abbricht oder nach längerer Pause wiederaufnimmt. All das funktioniert, ohne dabei Rücksicht auf das Gegenüber nehmen zu müssen (Döring N. , 2013, S. 303). Somit bestehen sogar gewisse Vorteile gegenüber realen sozialen Beziehungen, welche oft durch Konflikte geprägt sind.

1.1.2. Die Persona

Der Begriff Persona wird in der Forschung zum Konzept der parasozialen Interaktion und Beziehung für die TV-Personen benutzt, mit welchen das Publikum parasoziale Beziehungen aufbauen kann, worin zugleich auch ihre eigentliche Funktion besteht (Kronewald, 2007, S. 79). Damit sich eine Beziehung Schritt für Schritt entwickeln kann, muss die Persona die Aufmerksamkeit der Rezipientin oder des Rezipienten auf sich ziehen, einen gleichbleibenden, wirkungsvollen Charakter aufweisen und immer wieder regelmäßig im Fernsehen präsent sein (Baeßler, 2009, S. 48).

„They ‚know‘ such a persona in somewhat the same way they know their chosen friends“ (Horton & Wohl, 1956, S. 216).

Nicht mit jeder Persona kann die gleiche Art von Beziehung aufgebaut werden, da einige mehr Kontakt, beispielweise durch häufigeres Erscheinen, zulassen als andere. Hartmann, Schramm und Klimmt (2004a) behaupten, dass es nicht möglich ist, nicht mit einer Persona zu interagieren. Es existieren ebenso parasoziale Beziehungen zu Fantasie- und Comicfiguren. Bei dieser Art kann jedoch mit völliger Sicherheit davon ausgegangen werden, dass diese aufgrund der Fiktionalität niemals zu echten sozialen Beziehungen werden können (Kronewald, 2007, S. 80). Hartmann, Schramm und Klimmt (2004a) erweitern den Aspekt der fiktionalen Personae mit dem Begriff Anthropomorphismus, welcher darauf beruht, ob Medienfiguren trotz etwaiger Fantasiegestalt, menschlich wirken oder nicht bzw. ob sie vom Publikum als künstlich oder natürlich eingestuft werden. Eine künstliche anthropomorphe Figur würde demnach zum Beispiel Homer Simpson darstellen, eine nicht-anthropomorphe künstliche Figur wäre beispielweise ein schlecht animierter Hund. Daraus ist zu schließen, dass diese Faktoren zur Bildung von parasozialen Beziehungen beitragen können.

Wird von menschlichen Darstellerinnen und Darstellern ausgegangen, stehen sich

beim Begriff der Persona der Schauspieler bzw. die Schauspielerin selbst, die Rolle der Figur und die kontextuelle Figur gegenüber (Wulff, 1996). Diese lassen sich wiederum in real-existierend und fiktional unterteilen. Das heißt, die parasoziale Beziehung kann sowohl mit der Schauspielerin/dem Schauspieler selbst, oder aber auch mit ihrer/seiner Rolle geführt werden. Jene Bezugssysteme sind entscheidend dafür, ob parasoziale Interaktionen und Beziehungen beim Publikum entstehen oder nicht.

1.1.2.1. Schauspielerinnen und Schauspieler

In den heutigen Medien ist es nicht mehr einfach, die Schauspielerinnen und Schauspieler von ihren Rollen in Filmen und Serien zu unterscheiden, da sie auch regelmäßig in Talk-, Quiz- und Unterhaltungsshows präsent sind und dem Publikum somit ein weiteres Bild von sich preisgeben (Kronewald, 2007, S. 80). Diese Tatsache führt dazu, dass des Öfteren nicht nur mehr mit den Rollen von Schauspielerinnen und Schauspielern parasoziale Beziehungen eingegangen werden, sondern auch mit Personen, die tatsächlich existieren und sich selbst im Fernsehen darstellen. Unabhängig von der Rolle in Filmen und Serien wird dann genau diese Schauspielerin oder dieser Schauspieler präferiert.

1.1.2.2. Rollen

Ein wichtiger Aspekt bei parasozialen Beziehungen stellen nicht nur die Fernsehpersonen selbst dar, sondern auch ihre verkörperten Rollen, das heißt, die Figur, welche sie spielen und welche mit ihren persönlichen Eigenschaften nichts zu tun haben müssen. Die Figur existiert in Realität nicht und ist zumeist rein erfunden. Vorderer (1996a, S. 165) verdeutlicht anhand seiner Untersuchung, dass für einige Fernsehzuschauerinnen und -zuschauer nicht die Serienfigur, sondern die eigentliche Schauspielerin bzw. der Schauspieler selbst im Vordergrund steht. Daraus lässt sich schließen, weshalb Unterhaltungsshows oder Werbungen, in welchen beliebte Schauspielerinnen oder Schauspieler auftreten, von großer Beliebtheit sind und sich gut vermarkten lassen.

1.1.2.3. Kontextuelle Figuren

Wulff (1996, S. 46) beschreibt als weiteren Faktor für parasoziale Beziehungen die Kenntnis und das Wissen des Publikums, die bei kontextuellen Figuren verfestigt und allgemein bekannt sind und welche auf kulturellen Stereotypen basieren. Er erwähnt als Beispiel die kontextuelle Figur der *Femme fatale* oder die des *edlen Wilden*, also literarische Figuren, welche zur Entstehung einer parasozialen Beziehung zwischen den Rezipierenden und der Medienfigur beitragen können oder nicht. Dies scheint plausibel, da vom Publikum unterschiedlichste Interessen vertreten und bevorzugt werden und PSB grundsätzlich dann gebildet werden, sobald die Figur gemocht wird.

1.1.3. Personenorientierte Medienrezeption

Gleich (1997) bezeichnet Fernsehpersonen als „Ankerpunkte“ innerhalb einer Sendung. Da dem Publikum ein immer breiter werdendes Angebot an Filmen und Serien präsentiert wird, ist es von Seiten der Produzenten her ein Anliegen, ein besonderes Augenmerk auf bestimmte Personen in den Medien zu richten, um so bessere Einschaltquoten garantieren zu können. Aus psychologischer Sichtweise ist es daher wichtig, verschiedene Aspekte der Wahrnehmung von Film- und Fernsehpersonen aufzuzeigen, welche sich nicht stark von der Wahrnehmung realer Personen differenziert (vgl. Baeßler, 2009). Gleich (1997) erstellt von diesem Standpunkt aus ein Modell zur Wahrnehmung von Reizpersonen, in welchem die Reaktion des Rezipienten im Mittelpunkt steht. Er unterscheidet zwischen nichtbeobachtbaren Informationen und beobachtbaren Informationen (äußere Attribute und Verhalten der Medienperson). Schon allein dieser Aspekt wirkt sich stark auf das ZuschauerInnenurteil aus. Dass die Eigenschaften der Rezipierenden, z.B. das Geschlecht oder kognitive Fähigkeiten, enorme Effekte zeigen, wird in den weiteren Kapiteln noch genauer verdeutlicht. Gleich fügt die ZuschauerInneneigenschaften in seinem Modell unter den Begriffen „Momentan-Verfassung des Wahrnehmenden“ und „Überdauernde Eigenschaften des Wahrnehmenden“ ein. Durch die Informationswahrnehmung und -verarbeitung kommt es zu affektiven, attributiven und Erwartungsreaktionen. Weiters berücksichtigt er den aktuellen medialen Kontext (formale Gestaltung und Inhalt der Sendung), sowie den extramedialen Kontext (beispielsweise das Wissen um das Privatleben der Medienperson). Da jedoch innere Prozesse, also Emotionen, Motive oder Werte der

RezipientInnen im Modell nicht berücksichtigt werden, diese aber deutlich Einfluss auf die Informationsverarbeitung haben, zieht Gleich in seiner Untersuchung daraus die Konsequenz und integriert den Aspekt der parasozialen Interaktion, welcher soziale und emotionale Vorgänge auf ZuseherInnenseite respektiert (vgl. Baeßler, 2009).

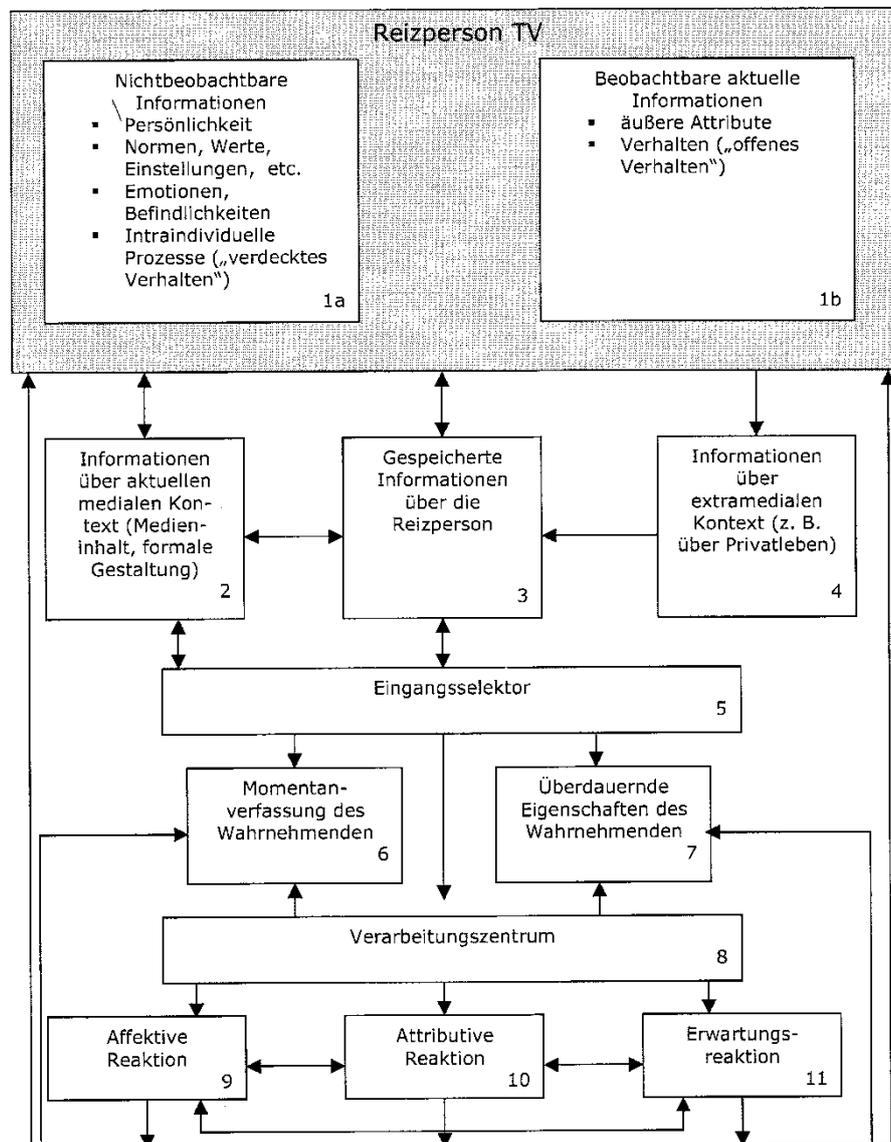


Abbildung 3: Modell zur Wahrnehmung von Reizpersonen (Gleich 1997, S. 26)

Hartmann, Schramm und Klimmt (2004b) bezeichnen den gesamten Wahrnehmungs- und Interpretationsprozess von Fernsehfiguren als „eine Kette aufeinander folgender Selektions- und Bewertungsschritte“, welche unbewusst erfolgen (S. 27). Sobald die

oder der Zusehende der Medienperson Aufmerksamkeit schenkt, beginnt eine parasoziale Verarbeitung. Handelt es sich bei der Medienfigur um eine soziale Entität, also einer wirklichen Person, werden weitere soziale Verhaltensroutinen aktiviert, die zur zusätzlichen Interpretation und Bewertung dienen. Besonders visuell wahrnehmbare Attribute, also zum Beispiel die äußere physische Erscheinung, sind hier von Bedeutung. Einen wichtigen Aspekt stellt die Attraktivität der Medienperson dar, welche jedoch erst in späteren Kapiteln genauer definiert werden soll. Während der personaorientierten Medienrezeption können unterschiedliche Teilprozesse ablaufen. Hartmann et al. unterscheiden dabei perzeptiv-kognitive PSI (Aspekte der Wahrnehmung, des Denkens und Erinnerns), affektive PSI (durch die Persona ausgelöste Emotionen und Gefühle) und konative PSI (beobachtbare Verhaltensäußerungen, welche auf die Persona gerichtet sind), welche unterschiedlich stark ausgeprägt sein können (ebd., S. 30). Das Zwei-Ebenen-Modell nach Hartmann, Schramm & Klimmt beinhaltet nicht nur diese Differenzierung von PSI-Prozessen, sondern auch unterschiedliche Intensitäten, weil nicht jede Persona dasselbe Maß an Beachtung vom Publikum bekommt. Demnach unterscheiden sie zwischen einer oberflächlich, nicht-intensiven Auseinandersetzung mit der Persona (*Low-Level-PSI*) und einer besonders intensiven Beschäftigung mit ihr (*High-Level-PSI*), welche bei parasozialen Interaktionen zutrifft und vorhanden ist (S. 31). Als Determinanten, welche für die Intensität der PSI-Prozesse verantwortlich sind, nennen sie neben der Motivation zur Beobachtung des Rezipierenden, die Art der Adressierung der Medienperson sowie die Obtrusivität und Persistenz der Medienfigur im Fernsehangebot, also inwiefern sie präsent ist (vgl. Hartmann, 2010).

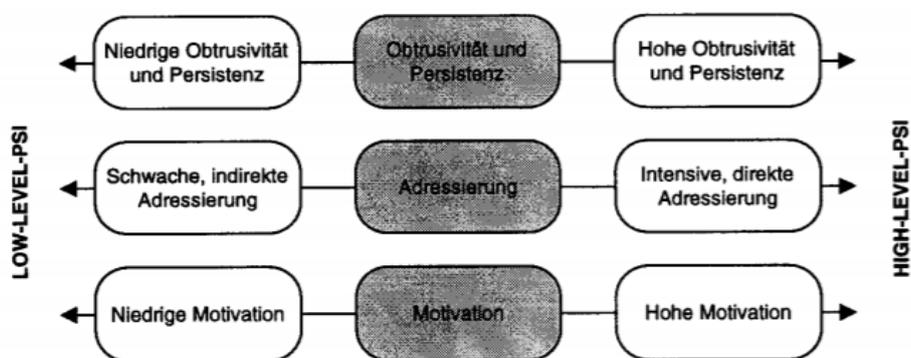


Abbildung 4: Determinanten der Intensitätsveränderung von PSI-Prozessen (Hartmann, Schramm & Klimmt, 2004b)

Gebündelt geben Hartmann, Schramm und Klimmt (2004b) ihre bzw. die aus vorhandener Literatur entnommenen Befunde, im Zwei-Ebenen-Modell wieder, um damit den Rezeptionsprozess medialer Personen so gut wie möglich zu veranschaulichen.

1.2. Profil der Rezipientinnen und Rezipienten

Die Frage nach relevanten Eigenschaften und Merkmalen der Zuseherinnen und Zuseher, welche parasoziale Beziehungen fördern und besonders intensiv werden lassen, ist für die Untersuchungen in diesem Feld von besonderem Interesse, weil das Publikum den entscheidenden Faktor in dieser Beziehung darstellt. Von ihm hängt es ab, ob und wie stark sich parasoziale Beziehungen entwickeln können und auf welche Art und Weise die Medienfiguren aufgefasst werden. Da jedoch nicht jeder Mensch gleich auf TV-Personen reagiert und generell große Unterschiede in der Mediennutzung vorliegen, wurde anhand zahlreicher Erhebungen und Studien festgestellt, dass parasoziale Interaktionen und Beziehungen stark von der Persönlichkeit und einigen weiteren situativen, soziodemografischen und vielen weiteren Merkmalen abhängen, welche zum Beispiel die Intensität parasozialer Beziehungen (Vorderer, 1996a), die Häufigkeit des Fernsehkonsums (Friemel, 2013), die Auswahl der Lieblingsfernsehperson (Baeßler, 2009), den Bindungsstil (Cohen, 2004), Präferenzen verschiedener Genres sowie den Beziehungsstatus (Kronewald, 2007) umfassen. Hartmann, Schramm und Klimmt (2004a) behaupten, dass die Rezipientinnen und Rezipienten ausreichend motiviert sein müssen, damit es überhaupt zu einer tiefergehenden Auseinandersetzung mit der Persona kommen kann. Folgende Abbildung soll zur Übersicht die relevanten Faktoren, welche parasoziale Beziehungen beeinflussen und im Folgenden genauer untersucht werden, hierarchisch darstellen. Der Beziehungsstatus der Zuschauerin oder des Zuschauers beeinflusst demnach nur gering die PSB, ihre oder seine Persönlichkeit kann jedoch starke Effekte hinsichtlich der imaginären Beziehung erzielen.

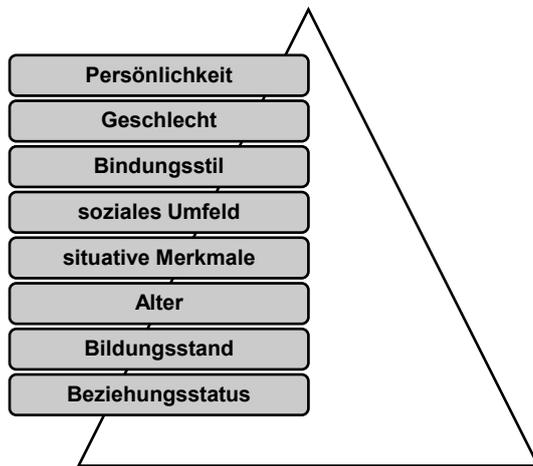


Abbildung 5: Hierarchie PSB-relevanter RezipientInnenfaktoren (eigene Darstellung)

1.2.1. Persönlichkeitsstruktur

Persönlichkeitsmerkmale sind unter anderem dann relevant, wenn es sich um Interpretationen und Wahrnehmungen der sozialen Umwelt und die Interaktion mit ihr handelt (Fahr, 2014, S. 130). Daraus ergibt sich auch, warum Personen unterschiedliche Medien mit unterschiedlicher Intensität nutzen, bewerten und erleben. Dies gilt auch für die Entstehung, dem Ausmaß und der Art von parasozialen Beziehungen. Tsay und Bodine (2012) untersuchen in ihrer Studie 272 junge Erwachsene in Bezug auf den Zusammenhang zwischen ihrer Persönlichkeit und der Entstehung von parasozialen Beziehungen. Anhand der Erhebung kategorisieren sie die Probandinnen und Probanden hinsichtlich ihren jeweiligen Persönlichkeitsstrukturen nach dem Prinzip der *Big Five*, das heißt: Extraversion, Neurotizismus, Offenheit, Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit, wobei Gewissenhaftigkeit in Bezug auf das Fernsehen wegen widersprüchlicher Befunde in bisherigen Studien ausgeschlossen wurde. Das auffälligste Ergebnis der Studie ist, dass Neurozentrismus – im Gegensatz zur angenommenen Extraversion – jenes Persönlichkeitsmerkmal ist, welches am meisten mit der Intensität parasozialer Beziehungen in Zusammenhang steht. Extraversion wurde deshalb mit einer hohen Verbindung zu parasozialen Beziehungen erwartet, weil jene Menschen mit dieser Persönlichkeitsstruktur als offen und gesellig gelten und sich gerne in Kontakt mit anderen Menschen befinden, auch auf parasozialer Weise. Die Studie zeigt jedoch, dass extravertierte Leute tatsächliche zwischenmenschliche Interaktionen, also zum Beispiel Gespräche von Angesicht zu Angesicht, parasozialen Beziehungen zu TV-

Personen, bevorzugen. Tsay und Bodine erklären sich den hohen Zusammenhang mit neurotischen Personen auf Grund ihres oft erlebten Zustandes von Spannung, Distress und Stimmungsschwankungen, welche möglicherweise soziale Angst auslösen können. Da jedoch jeder Mensch zwischenmenschliche Bedürfnisse hat, wenden sich neurotische Personen vermehrt an parasoziale Figuren, um somit eine funktionelle Alternative zu persönlichen Interaktionen herzustellen (Tsay & Bodine, 2012). Der Vollständigkeit halber muss jedoch auch der Aspekt anderer Altersgruppen in die Untersuchung einbezogen werden und sollte in weiteren Untersuchungen berücksichtigt werden. Außerdem ist einzuwenden, dass bereits zuvor getätigte Untersuchungen schon belegt haben, dass stark extravertierte Personen nicht-mediale Tätigkeiten, vor allem Konversationen, bevorzugen (Kronewald, 2007). Somit hätte Extraversion nicht als Hauptfaktor erwartet werden dürfen. Vorderer und Knobloch (1996) untersuchen in ihrer Studie eine andere Altersspanne, nämlich die von Realschülerinnen und -schülern und kommen hierbei auf andere Ergebnisse. Es kann somit gezeigt werden, dass das Alter ein wichtiger Faktor ist, welcher auch bei der Persönlichkeit beachtet werden sollte: die stärksten parasozialen Beziehungen werden bei denjenigen Schülerinnen und Schülern gemessen, welche weder gesellig noch schüchtern sind. Dieser Untersuchung nach sind die „selbstbewussten Einzelgänger“ die Zielgruppe intensivster parasozialer Beziehungen (Kronewald, 2007, S. 89).

Die Ergebnisse diverser Studien deuten darauf hin, dass Neurotizismus auf Grund Unsicherheiten und Selbstzweifel jene Persönlichkeitseigenschaft ist, welche am ehesten und intensivsten parasoziale Beziehungen zu Medienfiguren zulässt, da diese als Ersatz für soziale Kontakte fungieren könnten (vgl. Eysenck & Eysenck 1987, zit. nach Kronewald, 2007). Jedoch gibt es auch einige Ergebnisse, welche Extraversion als positiven Einfluss auf parasoziale Beziehungen belegen können (Fabian, 1993).

Als weiterer einflussreicher Aspekt gilt die Ähnlichkeit der Persönlichkeit der oder des Zusehenden mit der jeweiligen Persona, welcher in der Studie *Interpersonal and psychological predictor of parasocial interaction with different television performers* von J.R. Turner 1993 bestätigt wurden (Baeßler, 2009, S. 77).

1.2.2. Geschlecht

Aus der bereits erwähnten Studie von Vorderer und Knobloch (1996) gehen nicht nur gewisse Persönlichkeitsmerkmale hervor, welche parasoziale Beziehungen verstärken können, sie belegt auch einen erheblichen Unterschied zwischen den Geschlechtern. In der Altersspanne der untersuchten Jugendlichen zeigt sich, dass parasoziale Beziehung bei unterdurchschnittlich schüchternen und auch unterdurchschnittlich geselligen Jungen am intensivsten sind. Bei Mädchen ist es genau umgekehrt: sie führen die Beziehungen zu Medienfiguren am ausgeprägtesten, wenn sie überdurchschnittlich schüchtern oder überdurchschnittlich gesellig sind. Bei Jungen ist es außerdem auffällig, dass die stärksten parasozialen Beziehungen mit weiblichen Personae gebildet werden. Im selben Jahr ergänzte Vorderer (1996a) die Ergebnisse anhand einer weiteren Studie mit Fokus auf die Geschlechtsunterschiede und PSB mit Teilnehmerinnen und Teilnehmern im Erwachsenenalter. Frauen weisen überdurchschnittlich starke Beziehungen zu „Stars“ auf, während diese bei Männern unterdurchschnittlich sind. Bezüglich Bindungen anderer Art, also zum Beispiel zu Serienfiguren, gibt es in dieser Studie keine signifikanten Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Ein Jahr später konnte Jonathan Cohen (1997) Vorderers Ergebnisse wiederum ergänzen, indem er durch eine Befragung zu dem Ergebnis kam, dass Frauen wesentlich stärkere PSB verschiedenster Art haben als Männer. Er beschreibt, dass Frauen mehr reale Beziehungen führen als Männer, weil sie viel seltener Bindungsängste erfahren und die parasozialen somit als eine Ergänzung ansehen. Daraus ergibt sich, dass das Geschlecht der Zuseherinnen und Zuseher einen wesentlichen Aspekt darstellt, wenn es um die Entwicklung und Aufrechterhaltung parasozialer Beziehungen zu TV-Personen geht. Baeßler (2009) kann anhand ihrer Studie ebenso darauf hinweisen, dass das Geschlecht der vom Publikum gewählten Lieblingsperson überwiegend männlich ist.

1.2.3. Bindungsstil

Ein anderer Faktor, welcher hinsichtlich parasozialen Beziehungen bereits untersucht wurde, ist der Bindungsstil der Zuseherinnen und Zuseher, da auch dieser eine wichtige Rolle angesichts der Intensität der PSB spielen kann. Jede Person entwickelt schon im Säuglingsalter Bindungserfahrungen mit Bezugspersonen, welche sie bis ins

Erwachsenenalter prägen (Bowlby, 1969,1973,1980, zit. nach Cohen, 2004). Die dadurch entstandenen mentalen Modelle bestehen aus verschiedenen Elementen, darunter zählen zum Beispiel die Fähigkeit, sich auf andere verlassen zu können und die Fähigkeit, anderen zu vertrauen (Collins & Read, 1990). Daraus lässt sich schließen, dass diese erlernten Verhaltensweisen die späteren Interaktionen und Beziehungen mit anderen Personen beeinflussen. Während Bindungsstile relativ stabil sind, ändern sich die Bezugspersonen kontinuierlich mit jeder Lebensphase: in der Kindheit sind es die Eltern, in der Adoleszenz die Freunde und im Erwachsenenalter die Partnerin oder der Partner (Cohen, 2004). Ähnlich dieser Theorien, welche auf das reale Leben bezogen sind, liegt die Vermutung nahe, dass sie auch auf parasoziale Beziehungen angewandt werden können und somit stark vom Bindungsstil der Rezipientinnen und Rezipienten abhängig sind. Nach Hazan und Shaver (1987) lässt sich zwischen Leuten mit sicherem Bindungsstil, vermeidendem Bindungsstil und ängstlich-ambivalentem Stil unterscheiden. Erstere haben kaum Probleme damit, sich anderen zu öffnen und ihnen zu vertrauen. Der zweite Stil charakterisiert sich durch Misstrauen und Vermeidung von Intimität und Beziehungen. Leute mit ängstlich-ambivalentem Bindungsstil kennzeichnet eine hohe Abhängigkeit von ihren Partnerinnen oder ihren Partnern, sie sind jedoch sehr misstrauisch und anhänglich. Cole und Leets (1999) können in einer Studie beweisen, dass sowohl Frauen, als auch Männer mit ängstlich-ambivalentem Bindungsstil die intensivsten parasozialen Beziehungen zu Medienfiguren führen und Menschen mit vermeidendem Bindungsstil, die schwächsten. Cohen (2004) überprüft die Ergebnisse fünf Jahre später und kommt ebenso zu dem Ergebnis, dass der ängstlich-ambivalente Bindungsstil am stärksten in Bezug zu parasozialen Beziehungen steht. Der sichere und der vermeidende Bindungsstil weisen ähnliche Werte auf und wirken sich nicht allzu stark auf PSB aus. Daraus lässt sich schließen, dass sich Leute mit ängstlich-ambivalentem Bindungsstil, wie in realen Beziehungen intensiv auf die parasoziale Persona fixieren und sich von ihr abhängig machen. Führen jene Zuschauerinnen und Zuschauer im wirklichen Leben ähnliche Beziehungen und haben auf Grund ihres entwickelten Bindungsstils stets Angst, dem Partner nicht wichtig genug zu sein, können die von ihnen initiierten parasozialen Beziehungen einen Ausgleich zur realen Beziehung darstellen, da die Besorgnisse aufgrund der Einseitigkeit nicht eintreten können (Kronewald, 2007).

1.2.4. Soziales Umfeld und situative Merkmale

Das soziale Umfeld der Zuseherinnen und Zuseher wurde in vergangenen Studien in der Forschung zu PSI und PSB bislang eher vernachlässigt. Dabei kann es auf jeden Fall relevant sein, ob parasoziale Beziehungen eher entwickelt werden, wenn das soziale Umfeld der Rezipientinnen und Rezipienten durch viele Freunde oder ein intensives Familienleben geprägt ist, oder nicht. Gemeinschaftliche Rezeptionserfahrungen und die Diskussion darüber können sich auf die Intensität der PSB auswirken (Baeßler, 2009). Giles (2002) entwickelt daher ein Modell, welches Freunde bzw. reale soziale Beziehungen und die Gruppenzugehörigkeit nicht unbeachtet lässt. Freunde im richtigen Leben können ein Grund dafür sein, weshalb sich Zuseherinnen und Zuseher an gewisse Personae wenden: ähnelt die Persona einer Person aus dem eigenen sozialen Umfeld, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass jene Persona besonders beachtet wird und als Folge daraus eine parasoziale Beziehung resultieren könnte. Es kann aber auch das Gegenteil der Fall sein, falls die Persona einer Person ähnelt, welcher man im echten Leben stark abgeneigt ist (vgl. Hartmann, Stuke, & Daschmann, 2008). Unter diesen Umständen wird sich eher keine parasoziale Beziehung zur TV-Figur entwickeln. Werden gewisse Personae von Menschen aus dem realen Umfeld empfohlen, kann dies auch auf die subjektive Bewertung dieser miteinfließen. Es lässt sich also erkennen, dass die realen Beziehungen möglicherweise auch eine Wirkung auf die imaginären zeigen können. Der Aspekt Gruppenzugehörigkeit ist in diesem Feld insofern als einflussreich zu verstehen, sobald sich die Rezipientinnen oder Rezipienten nicht mehr nur allein mit der bevorzugten Persona auseinandersetzen, sondern dies zusammen in Gruppen tun und somit die PSB intensiver werden kann (Baeßler, 2009). Die Gruppenzugehörigkeit hat somit auch mit den situativen Merkmalen des Fernsehpublikums zu tun. Schließlich beeinflussen bestimmte Situationen, also bestimmte Orte und zeitliche soziale Umstände, die Rezeptionsaufnahme. Bei immer wiederkehrenden situativen Merkmalen können sich diese als stabil charakterisieren und in die PSB einwirken. Darunter zählen unter anderem die Ähnlichkeit der Lebenssituation zwischen Rezipierenden und der Persona und die Ähnlichkeit der im Leben auftretenden Probleme und Ereignisse (Baeßler, 2009, S. 78). Diese Merkmale können zum besseren Verständnis führen und somit auch zu größerem Interesse seitens des Publikums.

1.2.5. Alter

Nachdem bereits ein Unterschied zwischen Frauen und Männern festgestellt wurde, ist der Vollständigkeit halber noch zu klären, ob das Alter der Zusehenden relevant in Bezug auf parasoziale Beziehungen ist. Fabian (1993) beschreibt in seiner Studie, dass ein hohes Alter kein signifikanter Indikator dafür ist, dass PSB intensiver ausfallen oder dadurch Einsamkeitserleben kompensiert werden kann. Peter Vorderer (1996a) kann hinsichtlich parasozialen Beziehungen zu Stars eine positive Korrelation feststellen, welche im Laufe des Alters intensiviert werden. Jedoch ergeben sich auch bei seiner Studie keine nennenswerten Ergebnisse, bei welchen sich das Alter auf andere parasozialen Beziehungsvarianten, neben den genannten Starbeziehungen, auswirkt.

Wie im Kapitel 1.2.1. unter dem Aspekt der Persönlichkeit schon verdeutlicht wurde, gibt es hinsichtlich des Alters trotzdem nennenswerte Unterschiede. Diese scheinen sich aber eher im Jugendalter als im mittleren bzw. höherem Erwachsenenalter zu verdeutlichen.

1.2.5.1. Jugendliche

Parasoziale Beziehungen zu Stars und Medienfiguren können im Leben Jugendlicher in Bezug auf Identitätsbildung und Autonomieverhalten eine wichtige Rolle spielen. Laut einigen vergangenen Studien, richtet das Publikum im adoleszenten Alter mehr Aufmerksamkeit auf die PSB, als in allen anderen Altersklassen (vgl. Klimmt, Hartmann, & Schramm, 2006; Giles, 2002). Zusätzlich fallen diese auch noch intensiver aus (Gleason, Theran & Newberg, 2017). Auslöser hierfür könnten unter anderem sich von Erwachsenen differenzierende Absichten sein, welche die Jugendlichen hinter den parasozialen Beziehungen sehen: sie bieten ihnen eine zusätzliche Möglichkeit, um mit verschiedenen Arten des Seins experimentieren zu können, da sie noch auf der Suche nach ihrer eigentlichen Identität sind. Diese Annahme wird von Gleason, Theran und Newberg (2017) bestätigt. Auch soziale Vergleiche in Bezug auf Medienpersonen spielen im Leben angehender Erwachsener eine große Rolle, welche Selbstbewusstsein und subjektives Wohlbefinden verändern können (Gleich, 2014). Große Unähnlichkeiten zwischen den Rezipientinnen oder Rezipienten und der Persona können daher auch negative Folgen haben, abhängig

vom eigenen Selbstwertgefühl und anderen Voraussetzungen auf Seiten der oder des Zusehenden.

Weil im Jugendalter noch viel erprobt werden muss, liegt es bei der Entwicklung von parasozialen Beziehungen nahe, dass eine Art Liebes-Beziehung zur Persona aufgebaut wird, welche über die Rezeption hinausgeht und weiter in der Vorstellung der Jugendlichen fortgeführt wird. Dieser Aspekt soll in Kapitel 1.4.2. genauer untersucht werden. Außerdem bieten die PSB den Jugendlichen „das wieder Erleben gegenwärtig nicht mehr gelebter oder gar nicht mehr möglicher Rollen“ (Wegener, 2008, S. 64).

Vor allem Jugendliche haben mit emotionaler Erregung wie Eifersucht zu kämpfen, wenn ihre favorisierte Medienpersona, mit welcher eine intensive parasoziale Beziehung vorliegt, plötzlich einen Liebespartner oder eine -partnerin an ihrer Seite hat. Sie fühlen sich persönlich verletzt und die imaginär gelebte Beziehung wird dadurch zerstört (Wegener, 2008).

Die parasozialen Beziehungen zu Stars und Medienfiguren dienen jedoch nicht nur für sich selbst, sondern im großen Ausmaß teilen sie ihre Erfahrungen und Fantasien mit dem realen Freundeskreis. Mädchen versuchen im Gegenzug zu Jungen häufiger Kontakt durch Mails oder Briefe an die mediale Bezugsperson herzustellen, während die männlichen Jugendlichen ihre parasozialen Beziehungen mehr im Imaginären verweilen lassen (Wegener, 2008).

Von großer Bedeutung ist ebenso die Vorbildfunktion, sowohl bezüglich Wertvorstellungen, als auch dem äußerlichen Erscheinungsbild. Gardner und Knowles (2008) ergänzen anhand ihrer Studie, dass Jugendliche ihre persönlichen Lieblingsfernsehcharaktere aus Filmen und Serien, mit welchen sie parasoziale Beziehungen aufgebaut haben, als real wahrnehmen.

1.2.6. Bildungsstand

Ein weiteres Charakteristikum, welches die Entstehung und vor allem Intensität parasozialer Beziehungen betrifft, ist der Bildungsstand der Zuseherinnen und Zuseher. Peter Vorderer (1996a) belegte anhand einer Studie, dass die Intensität der „quasi-orthosozialen Beziehung“ und der „Starbeziehung“ bei Menschen mit niedrigem, oder gar ohne Schulabschluss, am höchsten ist. Dementsprechend sind sie

bei Menschen mit hohem Abschluss am niedrigsten (Vorderer, 1996a, S. 169). Er betont, dass nur die „Extremgruppen“, also Personen mit Hochschulabschluss oder gar keinem Schulabschluss wesentliche Differenzen aufzeigen. Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass der Bildungsstand beziehungsweise der ausgeübte Beruf nicht allzu viel Bedeutung für parasoziale Beziehungen hat, weil beim Großteil der Befragten, welcher zu der mittleren Gruppen zählte (mit Hauptschulabschluss, „Mittlerer Reife“ und Abitur), keine signifikanten Unterschiede aufgezeigt werden konnte (Vorderer, 1996a, S. 169).

1.2.7. Beziehungsstatus

Ein wesentlicher Aspekt des Forschungsgegenstandes von Elke Kronewald (2007) sind die Unterschiede hinsichtlich parasozialer Beziehungen von Singles und Liierten. Sie untersucht unter anderem die Relevanz des Beziehungsstatus der Zuseherinnen und Zuseher in Bezug auf die Entwicklung und Intensität parasozialer Beziehungen und bestätigt ihre Hypothese, dass erwachsene Singles stärkere sexuelle Bindungen hinsichtlich gegengeschlechtlicher Medienfiguren zeigen, als Personen in einer Partnerschaft. Die Autorin verweist auf bisherige Studien, welche nahe legen, dass die neurotischen Persönlichkeitseigenschaften, welche vermehrt Singles aufweisen, sich auf ihre parasoziale Beziehungen auswirken und diese in ihrem alltäglichen Leben daher eine wichtigere Rolle spielen dürfen (Kronewald, 2007, S. 94). In der Studie selbst kann jedoch nicht belegt werden, dass Singles aufgrund von Neurotizismus ausgeprägtere parasoziale Beziehungen aufweisen. Singles empfinden ihre bevorzugte TV-Person im Allgemeinen jedoch als sympathischer, als es die vergebenen Zuseherinnen und Zuseher tun. Ergänzend dazu finden Greenwood und Long (2011) in ihrer Studie heraus, dass alleinstehende Rezipientinnen und Rezipienten (ohne bemerkenswertem Geschlechtsunterschied) signifikant stärkere Intimität mit gegengeschlechtlichen Medienfiguren aufzeigen, als die RezipientInnen in einer Beziehung.

1.3. Zwischenfazit

In der folgenden Grafik werden die bislang veranschaulichten Faktoren nun auf Abbildung 5 übertragen, um besser darzustellen, welches Personenprofil am ehesten bzw. die intensivsten parasozialen Beziehungen führt. Jede Dimension wurde hierfür durch das entsprechende Merkmal ersetzt, welches in den vorherigen Kapiteln anhand adäquater Literatur belegt wurden. Wie die Ergebnisse in Abbildung 6 zeigen, bilden vor allem Jugendliche weiblichen Geschlechts, gekennzeichnet durch eine neurotische Persönlichkeit und einem ängstlich-ambivalenten Bindungsstil, deren realer Freundeskreis und die reale Lebenssituation mit denen der favorisierten Persona übereinstimmen und ähneln, die intensivsten parasozialen Beziehungen zu Medienfiguren. Außerdem haben sie keinen oder nur einen niedrigen Schulabschluss und befinden sich in keiner Partnerschaft. Hiermit konnte verdeutlicht werden, dass ein Personenprofil existiert, welches für die Führung von vermehrten parasozialen Beziehungen besonders anfällig ist, jedoch darf es gewiss nicht verallgemeinert werden und dient lediglich als Richtwert.

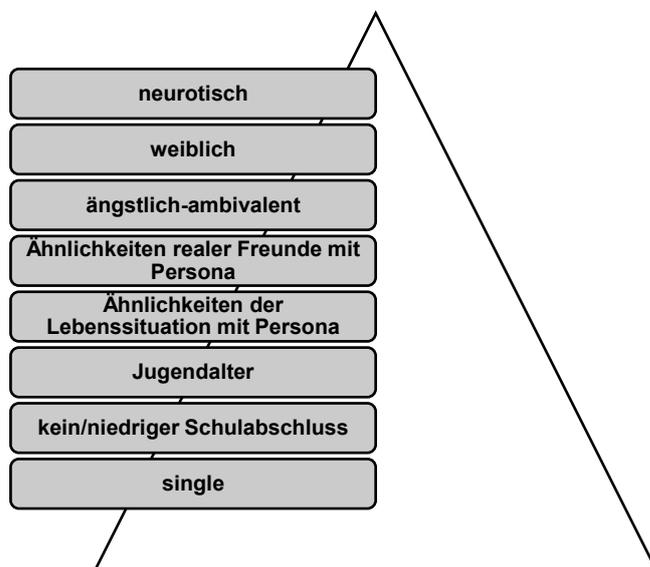


Abbildung 6: Dargestelltes Personenprofil mit PSB-relevantesten Eigenschaften in hierarchischer Ordnung (eigene Darstellung)

1.4. Arten parasozialer Beziehungen

Die Rezipientinnen und Rezipienten können aus verschiedensten Gründen unterschiedliche Arten von parasozialen Beziehungen mit Medienfiguren entwickeln und führen. Je nach subjektiven Bedürfnissen und Umständen stellt die jeweilige Persona ein anderes Bild für die einzelne Person dar. Demnach ist es relevant, die Medienfiguren zu gruppieren, damit deutlich wird, welche Art von parasozialer Beziehung mit ihnen eingegangen wird. Dieser Aspekt wird grundsätzlich in den verschiedenen Konzepten und Messungen von PSB nicht beachtet, da der Hauptaugenmerk im Normalfall auf der Intensität liegt (vgl. Giles, 2002). Parasoziale Beziehungen variieren jedoch nicht nur in ihrer Intensität, sondern auch in ihrer Qualität. Genauso wie im echten Leben können parasoziale Beziehungen von einer bloßen Bekanntschaft, bis hin zu einer Freundschaft, bis hin zu Liebe reichen. Deshalb entwickelt Tukachinsky (2010) eine neue PSB-Skala, welche diese Faktoren miteinschließt.

1.4.1. Parasoziale Freundschaft

Unter die Kategorie der parasozialen Freundschaft fallen alle Beziehungen zu einer bestimmten Persona, welche durch Verbundenheit mit ihr geprägt sind und eine nicht-sexuelle Zuneigung aufweisen. Die Zuseherinnen und Zuseher empfinden die Medienfigur bei dieser Art von Beziehung als vertrauenswürdig und sehen sie als eine Person, welche sie um Rat fragen und mit welcher sie über persönliche Anliegen reden würden. Dieses Muster gleicht dem einer Freundschaft und kann folglich auch als parasoziale Freundschaft bezeichnet werden (Tukachinsky, 2010, S. 75). Im Normalfall repräsentiert eine Freundschaft eine gegenseitige Beziehung, welche auf Elementen wie Verständnis, Vertrauen, Verantwortung und Intimität basiert (Blieszner & Adams, 1992, zit. nach Tukachinsky, 2010, S. 76). Obwohl dies im parasozialen Kontext nicht möglich ist, da dieser auf Einseitigkeit beruht, ist diese Art von Freundschaft trotzdem durch ein Zusammengehörigkeitsgefühl und Vertrauen geprägt. In ihrer Studie kommt Tukachinsky (2010) zu dem Ergebnis, dass der Großteil der ausgewählten Personae, mit welchen die Befragten eine parasoziale Freundschaft pflegen, dasselbe Geschlecht wie sie selbst haben. Demnach weisen nur 31,9% der parasozialen Freunde das andere Geschlecht der TeilnehmerInnen auf. Die

Rezipierenden schauen die favorisierte Serie, in welcher die Persona vorkommt, seit durchschnittlich 42 Monaten. Die Mehrheit der Befragten wählten fiktionale Charaktere aus Fernsehserien wie zum Beispiel *Gossip Girl* oder *Sex and the City*.

Neben der parasozialen Freundschaft existiert noch eine weitere Form von Beziehung, welche um einige Dimensionen erweitert wird.

1.4.2. Parasoziale Liebesbeziehung

Oft sind die Grenzen zwischen Freundschaft und Liebe nicht klar erkennbar. Auch Liebe basiert auf Intimität, Vertrauen und dem Öffnen einer anderen Person gegenüber (Tukachinsky, 2010, S. 76). Liebe enthält jedoch zusätzlich den Aspekt intensiver Emotionen und einer sexuellen Anziehung. Tukachinsky (2010) beschreibt, dass die parasoziale Version der romantischen Liebe ein modernes Phänomen der Pop-, Film- und Fernsehkultur ist jedoch bereits im Zweiten Weltkrieg aktuell war. Romantische und sexuelle Bindungen zwischen Persona und Rezipientin oder Rezipient können auch auf fiktionale Figuren ausgerichtet sein und müssen sich daher nicht nur auf die jeweilige Darstellerin oder den Darsteller selbst beschränken. Da besonders im Jugendalter neben vielen weiteren Aspekten die Sexualität eine wichtige Rolle spielt, ist es sehr wahrscheinlich, dass Jugendliche im Durchschnitt intensivere romantische parasoziale Liebesbeziehungen eingehen, als Erwachsene, jedoch keine intensiveren parasozialen Freundschaften (Tukachinsky, 2010). In der Studie der genannten Autorin kommt sie zu dem Ergebnis, dass romantische Liebesbeziehungen der überwiegend weiblichen Befragten im Durchschnitt häufiger zu gegengeschlechtlichen und somit männlichen Personae bestehen (85,5%) und die Rezipientinnen und Rezipienten diese in der jeweiligen Serie seit ungefähr 33 Monaten verfolgen. Parasoziale Liebesbeziehungen werden sowohl aufgrund des physischen Aspekts, als auch wegen des emotionalen Aspekts der Persona, welche gegengeschlechtlich ist, gewählt (ebd.).

Kronewald (2007, S. 92) stellt fest, dass hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen Sexualleben der RezipientInnen und der Art der entwickelten parasozialen Beziehungen, noch keine intensiveren Untersuchungen getätigt wurden und Forschungen diesbezüglich noch ausständig sind. In ihrer eigenen Erhebung (ebd., S. 103) stellt sie die Hypothese auf, dass die Bindung an TV-Personen bei Singles

häufiger sexuell geprägt ist, als bei Liierten. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass die TeilnehmerInnen ohne Partnerin oder Partner deutlich unzufriedener mit ihrem Sexualleben sind, darunter zählen vor allem männliche Singles. Ebenso kann sie belegen, dass das Ausmaß sexueller Zuneigung grundsätzlich bei beiden Personengruppen eher gering ist, jedoch empfinden Singles stärkere sexuelle Zuneigungen zu ihrer favorisierten Persona im Fernsehen (ebd., S.188). Vor allem sind es hier wieder die männlichen Probanden, welche unter diese Kategorie fallen.

Wie in Kapitel 1.2.5.1. bereits dargelegt, können parasoziale Liebesbeziehungen vor allem beim jugendlichen Publikum von großer Bedeutung sein. Im Jugendalter zeichnen sich gewisse Bedürfnisse und erotische Ausrichtungen ab, welche sich, wenn nicht durch reale, anhand parasozialer Beziehungen kompensieren lassen (Wegner, 2008). Somit bietet sich zugleich die Möglichkeit, sich selbst als die imaginäre Beziehungspartnerin oder den imaginäreren Beziehungspartner der favorisierten Persona vorzustellen und dadurch verschiedene sexuelle Ausrichtungen auszuprobieren und zu festigen (ebd., S. 187). Jene Beziehungen sind gekennzeichnet „zwischen höchster imaginärer Vertrautheit und größter realer Distanz“ (ebd., S. 194). Als Beispiel gibt sie ein geführtes Interview mit einer Jugendlichen (Wegner, 2008), aus welchem hervorgeht, dass das befragte Mädchen im echten Leben keinen festen Freund hat, sie sich aber auch gar keinen wünscht, da sie hat schlichtweg keinen Platz für einen hätte, da die (scheinbare) Beziehung zum Lieblingsstar ja bereits existiert und ihre Wünsche somit erfüllt sind. Engle und Kasser (2005) können anhand ihrer Studie belegen, dass jedoch nicht weibliche Jugendliche die stärksten romantischen parasozialen Beziehungen aufweisen, welche kaum noch Erfahrungen mit dem anderen Geschlecht gemacht haben, sondern jene Mädchen, welche schon mehr Dating-Erfahrung mitbringen. Der Grund ist, nicht wie ursprünglich angenommen eine Kompensierung fehlender romantischer Beziehungen, sondern eine romantische PSB zur Medienpersona, die als Reflexion bestehender Beziehungen gedeutet werden kann und somit zur eigenen Orientierung dient.

1.4.2.1. Attraktivität der Medienfigur

Als wesentliche Voraussetzung von Liebesbeziehungen welche eine Person, bzw. im parasozialen Kontext die Persona, mitbringen muss, um dem Gegenüber zu gefallen, ist sowohl physische, als auch emotionale Attraktivität notwendig. Dieser Aspekt soll

für die parasoziale Rezeption daher genauer untersucht werden. Besonders attraktive Körperteile, wie strahlend blaue Augen oder ein durchtrainierter Körper, können die Aufmerksamkeit des Zusehenden auf die jeweilige Persona lenken und somit als Grundlage parasozialer Beziehungen dienen. Schon Rubin und Perse (1987) können in einer der grundlegenden Studien zu PSI und PSB beweisen, dass physische (ein äußeres zusagendes Erscheinungsbild), soziale (ein guter Charakter mit vorbildhaften Einstellungen und Werten) sowie handlungsbezogene Attraktivität (erfolgreiche Bewältigung von Herausforderungen) der Persona im Zusammenhang mit einer Entwicklung parasozialer Beziehungen besteht (vgl. Hartmann, 2010). Auch Hartmann und Goldhoorn (2011) kommen in ihrer Studie zu dem Ergebnis, dass das parasoziale Erlebnis der Zuseherinnen und Zuseher umso intensiver ist, je attraktiver sie oder er die Persona findet. Visscher und Vorderer (1998) beziehen sich in ihrer Untersuchung auf die Relevanz von Attraktivität der Persona bei freundschaftlichen parasozialen Beziehungen und können belegen, dass hier nur handlungsbezogene und soziale Attraktivität von Bedeutung sind, jedoch nicht die Äußerlichkeiten.

1.4.3. Starbindung als parasoziale Beziehung

Anders als bei den im Kapitel 1.4.1. und 1.4.2. beschriebenen Arten von Beziehungen, werden Stars von den Zuseherinnen und Zusehern nicht als Liebesobjekt oder als Freund angesehen, wobei diese Aspekte sich dennoch überschneiden können. Die Stars werden schlichtweg von ihren Fans bewundert (Kronewald, 2007, S. 103). Heutzutage ist es durch ein umfangreiches Angebot an Musikshows und -sendern möglich, (Pop-)Stars auch über das Medium Fernsehen intensiv zu verfolgen. Durch umfassender medialer Teilhabe am Leben der Stars anhand weiterer TV-Formate, beispielweise Dokumentationen über sie oder Gastauftritte in Filmen oder Serien, wird es der Zuseherin oder dem Zuseher leichter gemacht, den imaginären Beziehungen einen Rahmen zu geben (Wegener, 2008, S. 65). Starbeziehungen charakterisieren sich noch vielmehr als bei anderen PSB dadurch, dass sich die Fans auch außerhalb der Fernsehnutzung mit ihnen beschäftigen und sich mit Gleichgesinnten darüber unterhalten (Kronewald, 2007, S. 199). Wie bereits erwähnt, werden die Beziehungen zu Stars aber nicht zwingend als parasoziale Liebesbeziehung oder als parasoziale Freundschaft gesehen, wie sie schon beschrieben wurden.

„Personen mit Starbindungen sind sich vermutlich des medienvermittelten Charakters dieser Beziehungsart bewusst und können sie daher auch offener ausleben, da sie auf Außenstehende nicht pathologisch wirkt.“ (Kronewald, 2007, S. 199)

Peter Vorderer (1996a) stellt in seiner Studie fest, dass Starbeziehungen sehr stark vom Geschlecht der Fans abhängig sind: Frauen entwickeln überdurchschnittlich intensive PSB zu Stars, während diese bei Männern eher unterdurchschnittlich intensiv ausgeprägt sind. Bei den Starbeziehungen stellt sich heraus, dass Attraktivität nicht unbedingt ein Hauptfaktor ist (ebd., S. 169). Giles (2002) beschreibt die Ähnlichkeit zwischen dem Verhalten von Fans, welches sie in Bezug auf ihren Lieblingsstar aufweisen und der Verehrung religiöser Figuren. Gekennzeichnet ist diese Verehrung durch bestimmte Rituale (Sammeln von Postern und Artikeln), der Exklusivität des Stars (nur seine Musik wird gehört) sowie parasozialen Illusionen (vgl. Hartmann, 2010).

2. Motive für parasoziale Beziehungen

Bei den folgenden Kapiteln liegt jener Untersuchungsaspekt im Fokus, welcher verdeutlichen soll, weshalb die Zuschauerinnen und Zuschauer überhaupt Filme und Serien rezipieren. Die untersuchten Motive, welche durch das Fernsehen befriedigt werden sollen, bilden wichtige Voraussetzungen für die Entstehung und Intensität parasozialer Beziehungen und bilden somit gleichzeitig auch Motive für diese. Auch umgekehrt kann es der Fall sein: parasoziale Interaktionen und parasoziale Beziehungen können der Grund für das jeweilige Fernsehmotiv sein. Sie sind individuell unterschiedlich und basieren auf dem Uses-and-Gratifications-Ansatz, welcher die Ursachen für die Auswahl und Nutzung von Medien, als soziales und psychologisches Charakteristikum des Publikums sieht (Reimer, 2008). Schweiger (2007, S. 80f.) versucht die unterschiedlichen Mediennutzungsmotive in vier Gruppen zusammenzufassen: kognitive Bedürfnisse, affektive Bedürfnisse, soziale Bedürfnisse und Identitätsbedürfnisse. Parasoziale Beziehungen zählen zu den sozialen Bedürfnissen.

2.1. Uses-and-Gratifications-Ansatz

Die Hauptelemente vom Nutzen-und-Belohnungsansatz (*Uses-and-Gratifications-Ansatz*) beinhalten unter anderem die Bedürfnisse der Menschen, zu kommunizieren, die Einstellungen und Erwartungen gegenüber Medien sowie das individuelle Kommunikationsverhalten (Rubin A. M., 2002). Den zentralen Kern des Ansatzes bildet die Funktion, welche Medien für den Menschen haben können und die grundsätzlichen Motive für ihre Nutzung. Um die natürlichen Bedürfnisse der Kommunikation und der sozialen Nähe zu anderen zu befriedigen, interagieren Menschen mit anderen Individuen. Im parasozialen Kontext ist es jedoch auch denkbar, dass die Bedürfnisse anhand von Medien gestillt werden: durch parasoziale Interaktionen und Beziehungen (Hartmann, 2010). Somit werden im Uses-and-Gratifications-Ansatz PSI und PSB als Belohnungen verstanden, auf welche die Rezipientinnen und Rezipienten hinzielen. Es handelt sich hier also um Ersatzbefriedigungen, welche anstelle im Zuge sozialer Interaktionen und Beziehungen durch Medien erstrebt werden (ebd., S. 41). Diese lassen sich jedoch nicht bei jedem Individuum durch Mediennutzung stillen. Die Programmauswahl und die gewählten Inhalte der jeweiligen Rezipierenden ergeben sich aus der Basis individueller Bedürfnisse und Erwartungen (Höfer, 2013). Daraus resultieren verschiedene Motivklassifikationen, welche von den Zuschauenden ausgehen und in vorhandenen Studien bereits mehr oder weniger intensiv untersucht worden sind. Darunter zählen z.B. die Eskapismus-Theorie (Tsay & Bodine, 2012), Einsamkeit (Wang, Fink, & Cai, 2008; Hartmann, Schramm, & Klimmt, 2004a), die Identifikations-Theorie (Cohen, 2001), das Erleben verschiedener Emotionen (Schramm & Wirth, 2006) oder die besondere Wahrnehmung der Personae (Vorderer, 1996a). McQuail (1983, S. 82 zit. nach Reimer, 2008, S. 297) unterscheidet grob zwischen der Begierde nach Information, persönlicher Identität, Integration und sozialer Identität sowie Unterhaltung.

2.2. Eskapismus

Mit dem Konzept zur Eskapismus-Theorie in Bezug zur TV-Rezeption, wurde sich bereits in den 1960er Jahren kritisch auseinandergesetzt (vgl. Katz & Foulkes, 1962) und stellt eines der zentralen Motive dar, welches Menschen zur Fernsehnutzung antreibt. Unbefriedigte Lebensverhältnisse können dazu führen, dass sie, wenn auch

nur für eine kurze Zeit, aus der alltäglichen Realität flüchten wollen (*to escape*) und sich dank ihrer Fantasie, in für sie als angenehmer empfundene, imaginäre Welten hineinversetzen (Vorderer, 1996b). Realitätsflucht muss nicht zwingendermaßen durch Medien geschehen, diese bieten jedoch eine schnelle und einfache Möglichkeit hierfür.

„People are deprived and alienated, it is suggested, and so they turn to the dreamlike world of the mass media for substitute gratifications, the consequence of which is still further withdrawal from the arena of social and political action.“ (Katz & Foulkes, 1962, S. 379)

Tsay und Bodine (2012) untersuchen die ProbandInnen ihrer Studie auf ihre TV-Nutzungsmotive und kommen zu dem Ergebnis, dass Eskapismus, als Grund für den Fernsehkonsum, im positiven Zusammenhang mit parasozialer Beziehung steht. Sie entwickeln eine Skala, mit der die PSB auf vier unterschiedlichen Ebenen (Orientierung/Anleitung, Wunsch nach Face-to-Face-Kontakt, Intimität und Vertrautheit) erfasst werden kann und belegen, dass das Motiv Eskapismus, parasoziale Beziehungen auf Ebene der Orientierung/Anleitung und Intimität beeinflusst. Weiters konnte bei einer Untersuchung (Herbst, 2013, S. 51) festgestellt werden, dass Eskapismus ein menschliches Grundbedürfnis darstellt, da nicht nur Menschen, die sich in unangenehmen Situationen befinden, Realitätsflucht betreiben. Demnach beschreibt Herbst verschiedene Formen von Eskapismus: den *Abtaucher* (Typ A), welcher in eine bewusst-gewählte Serienstruktur flüchtet und in der Realität innerhalb der Serie aufgeht und den *Abschalter* (Typ B), der im Gegensatz zu Typ A so lange wie möglich dem Alltag entfliehen möchte, irrelevant in welcher Serie dies geschieht (ebd., S. 12).

2.3. Einsamkeit

Schon in den ersten Untersuchungen von Horton und Wohl (1956) wurde die These vertreten, dass vor allem einsame Menschen besonders empfänglich für parasoziale Beziehungen sind (vgl. Hartmann, Schramm & Klimmt, 2004a). Die zwei „Gründerväter“ der PSI und PSB verbinden das Phänomen mit dem Begriff der Kompensation, welche eine mögliche Funktion für einsame Leute darstellt, um auf andere Art und Weise Gesellschaft genießen zu können. *„Nothing could be more reasonable or natural than that people who are isolated and lonely should seek*

sociability and love wherever they think they can find it.“ (Horton und Wohl, 1956, S. 196)

Hartmann, Schramm und Klimmt (2004a, S. 31) sprechen von bislang „heterogenen Befunden zu der Einsamkeits-Hypothese“, da bislang noch keine Studien (vgl. z.B. Rubin, Perse & Powell, 1985; Vorderer & Knobloch, 1996) mit übereinstimmenden Ergebnissen hinsichtlich Einsamkeit und PSB erhoben werden konnten. Zusätzlich sollte die Annahme, dass die imaginären Beziehungen hauptsächlich von einsamen Menschen eingegangen werden, verworfen werden, weil sie ungerechtfertigt jene „Menschen, die intensive PSI durchführen bzw. intensive PSB aufweisen, in die Ecke pathologischer Außenseiter/innen“ drängt (Hartmann, Schramm & Klimmt, 2004a, S. 31). Dennoch, oder erst recht wegen der großen Unstimmigkeiten der Studienergebnisse, welche den Zusammenhang zwischen Einsamkeit und parasozialen Beziehungen untersuchten, fokussieren sich gegenwärtigere Studien noch immer genau auf diesen Aspekt. Unter anderem zum Beispiel Wang, Fink und Cai (2008), die sich mit dieser Relation beschäftigen und zwischen verschiedenen Arten von Einsamkeit unterscheiden. Erstens, zwischen emotionaler Einsamkeit, welche das Resultat eines Mangels an intimen Beziehungen ist und nicht durch eine höhere Anzahl sozialer Kontakte kompensiert werden kann und zweitens, zwischen sozialer Einsamkeit, die durch den Mangel an sozialen Aktivitäten und sozialen Beziehungen entsteht, aber welche durch eine Erweiterung sozialer Netzwerke behoben werden kann (vgl. Russell, Cutrona, Rose, & Yurko, 1984; Weiss, 1973, zit. nach Wang, Fink & Cai, 2008). Im Laufe des Lebens bilden Menschen eine Reihe von Bindungen an andere Personen, welche ein Gefühl von Vertrauen und Sicherheit gewähren. Gehen diese Bindungen in die Brüche, entsteht emotionale Einsamkeit, welche wiederum zu sozialer Einsamkeit führen kann (Wang, Fink, & Cai, 2008). Zusätzlich verwenden die Autorinnen für ihre Untersuchung die Begriffe familiäre Einsamkeit bzw. chronische Einsamkeit, situative Einsamkeit und vorübergehende Einsamkeit, welche sich auf die zeitliche Dauer von Einsamkeit beziehen (ebd., S. 90f). Die Hypothesen, dass parasoziale Interaktion durch familiäre Einsamkeit, soziale Einsamkeit, chronische, situative und vorübergehende Einsamkeit prophezeit wird, können nicht belegt werden, da es bei der Erhebung zu keinen signifikanten Ergebnissen kam.

Derrick et al. (2008) entwickeln in Hinsicht auf parasoziale Beziehungen als Mittel gegen Einsamkeit die Surrogat-Hypothese (*Social Surrogacy Hypothesis*). Diese geht davon aus, dass eines der universellen menschlichen Grundbedürfnisse die soziale Zugehörigkeit ist. Einsamkeit veranlasst den Menschen, diese durch zwischenmenschliche Interaktionen und Kontakte zu kompensieren, sei es durch tatsächliches in Kontakt treten oder durch bloße Erinnerung. Derrick et al. nehmen an, dass somit das bloße Nachdenken über eine Medienfigur, darunter fallen auch parasoziale Beziehungen und Kontakte, das Grundbedürfnis eines jeden einsamen Menschen befriedigen kann. Sie kommen in ihrer Studie zu dem Ergebnis, dass es einsamen Personen wirklich hilft, sich einzig und allein durch die Erinnerung an die Lieblingssendung, selbstbewusster und besser zu fühlen. Derrick et al. gehen daher davon aus, dass parasoziale Beziehungen helfen können, unangenehme Defizite im Sozialleben, welche durch Einsamkeit verursacht werden, zu kompensieren (vgl. Hartmann, 2010).

Nichtsdestotrotz bleibt die Vermutung von Hartmann, Schramm und Klimmt (2004a) aufrecht, dass parasoziale Interaktionen oder Beziehungen nicht obligatorisch eine Folge von Einsamkeit sind und es primär andere Motive der ZuschauerInnen sind, welche zu PSB führen, sie können jedoch dazu dienen, Einsamkeit in geringen Maßen zu erleichtern.

2.4. Unterhaltung

Unterhaltung wird in der Rezeptionsforschung nicht als bestimmtes Merkmal eines Programmes gesehen, sondern als charakteristische Wirkung oder Erlebensweise dieser, welche während der Rezeption entstehen (Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015). Von welchen Wirkungen und Erlebensweisen hier exakt die Rede ist, haben Bosshart und Macconi durch die Antworten von TeilnehmerInnen ihrer Studie festgehalten:

- *„psychological relaxation – it is restful, refreshing, light, distracting,*
- *change and diversion – it offers variety and diversity,*
- *stimulation – it is dynamic, interesting, exciting, thrilling,*
- *fun – it is merry, amusing, funny,*
- *atmosphere – it is beautiful, good, pleasant, comfortable,*
- *joy – it is happy, cheerful.“* (Bosshart & Macconi, 1998, S. 4)

Parasoziale Interaktionen und parasoziale Beziehungen müssen nicht zwingendermaßen die Folge der Motive für die Fernsehnutzung sein, sondern der jeweilige Rezeptionsgrund kann eine Folge von PSI oder PSB sein. Mit anderen Worten: Unterhaltung, welche beim Film- oder Serienschauen empfunden wird, kann zum Beispiel dazu führen, dass sich eine PSB mit verschiedenen Medienpersonen schneller oder intensiver entwickelt, aber auch andersherum ist es möglich, dass parasoziale Beziehungen als Ausgangspunkt bewirken können, dass sich die ZuschauerInnen bestens unterhalten. Abbildung 7 soll diese Wechselwirkung mit der Unterhaltung (*enjoyment*) im Zentrum veranschaulichen.

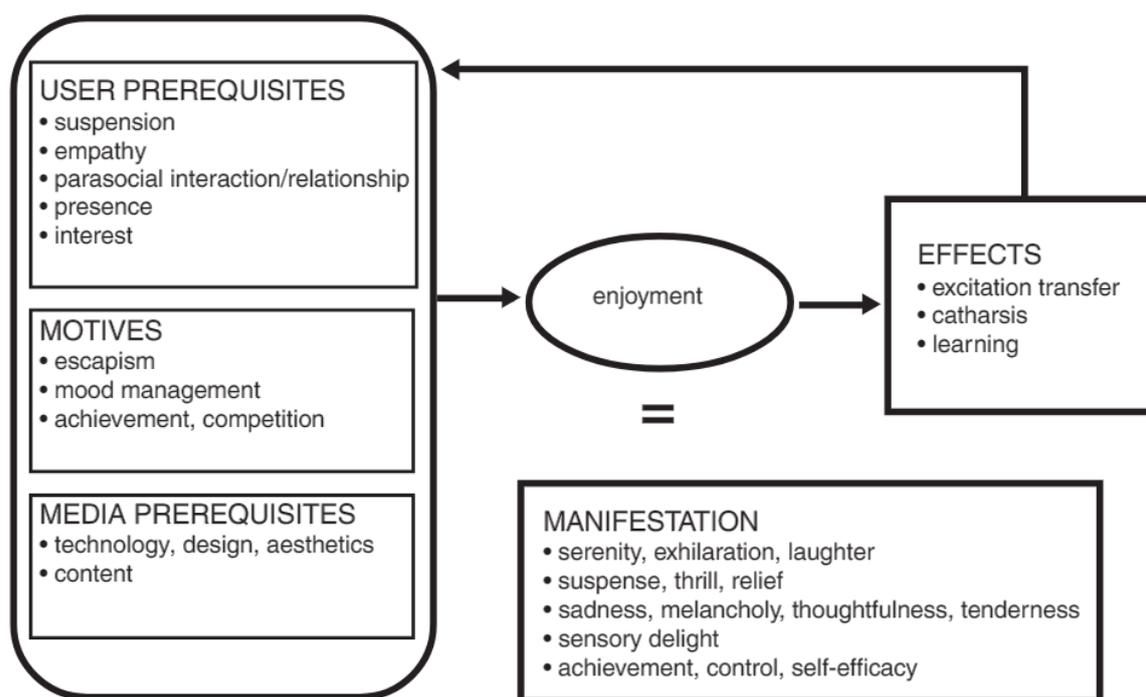


Abbildung 7: Komplexität des Unterhaltenserlebnisses (Vorderer, Klimmt & Ritterfeld, 2004, S. 393)

Im Modell wird außerdem sichtbar, dass sich Unterhaltung auf sehr unterschiedlicher Weise äußern kann (z.B. durch Heiterkeit, Spannung oder Traurigkeit). Ebenso kann sie das Produkt von verschiedenen Motiven (z.B. Eskapismus) sein. Gewisse Voraussetzungen bei der Nutzerin/beim Nutzer (z.B. parasozialen Beziehungen) oder verschiedene Voraussetzungen des Medienangebots (z.B. Ästhetik) sind für die hervorgerufenen Effekte von Unterhaltung ebenso relevant. Derselbe Prozess ist auch in umgekehrter Reihenfolge möglich.

Es lässt sich aus Abbildung 7 ebenso schließen, dass nicht nur Unterhaltungsformen existieren, die beispielweise durch Freude und Spaß gekennzeichnet sind, sondern – etwas irreführend – durch Überforderung und Belastung aufgrund der durch die Medienrezeption hervorgerufener negativer Emotionen und hoher Informationsdichte (Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015, S. 171).

2.5. Stimmungsregulation

Von zentraler Bedeutung ist die stimmungsregulierende Funktion von Medien. Zillmann (1988) führt hierfür die *Mood-Management*-Theorie ein, um anhand dieser zu veranschaulichen, weshalb Menschen genau Medien benutzen, um ihre Stimmung damit zu beeinflussen und welche Medien am wirkungsvollsten hierfür sind. Die Theorie basiert auf hedonistischen Grundzügen, welche davon ausgehen, dass Menschen danach streben, unangenehme Stimmungen zu meiden bzw. zu reduzieren. Bei angenehmen Stimmungen ist es genau umgekehrt (Zillman, Mood management through communication choices, 1988). Die Zuschauerinnen und Zuschauer nutzen grundsätzlich jene Medienformate, mit welchen sie bereits positive Ereignisse assoziieren können und somit bereits positiv die Stimmung beeinflusst haben. Unbewusst greifen sie durch Lernen immer wieder auf diese Medien zurück (Schramm & Wirth, 2006). Daraus lässt sich schließen, dass es sich nicht nur um bestimmte Mediengenres handeln muss, welche die Stimmung in vergangenen Situationen bereits reguliert haben, sondern auch um bestimmte Medienpersonen, auf welche gerne wieder anhand bestimmter Serien und Filme, in welchen sie präsent sind, zurückgegriffen wird. Die ZuschauerInnen bewerten die Protagonisten anhand ihrer Umgangsweise mit Konflikten mit anderen Rollen. Daraus ergeben sich Emotionen, welche die Stimmung beeinflussen (Bryant & Miron, 2002). Dementsprechend werden Inhalte und Identifikationsmöglichkeiten gewählt, welche sich positiv auf die eigene Stimmung auswirken. Bei parasozialen Beziehungen kann genauso wie in realen Beziehungen von Stimmungsübertragung gesprochen werden, welche unbeabsichtigt und automatisch passiert und zwischen Persona und Rezipientin oder Rezipient auftreten (Klimmt, Hartmann, Schramm, 2006). Es wird von emotionalen PSI gesprochen, welche in erster Linie durch Gesichtsausdrücke der Persona beeinflusst werden, während kognitive PSI eher durch verbale und

aktionsbezogene Handlungen der Persona entstehen und auf die ZuschauerInnen einwirken (ebd.).

2.6. Genre-spezifische Emotionen

Die Konfrontation und Interaktion mit Medienfiguren weist in gewisser Weise vergleichbare sozialpsychologische Effekte auf, welche ebenso beim unmittelbaren Zusammentreffen mit realen Personen möglich sind (Döring N. , 2013). Je nach Genre, das heißt, je nach Art des Filmes oder der Serie, erleben Menschen unterschiedliche Emotionen, welche im echten Leben genauso durch Umwelt und Situation bedingt sind. Sie hängen demnach von subjektiven und objektiven Faktoren ab und setzen sich aus „affektiven, kognitiven, konativen und physiologischen Komponenten“ zusammen (Schramm und Wirth, 2006, S. 27; Kleinginna, 1981). Unter der affektiven Komponente wird das subjektive Empfinden von verschiedenen Situationen verstanden, unter der kognitiven wiederum die subjektive Wahrnehmung und Bewertung dieser Situation. Die konative Komponente bezieht sich auf das Ausdrucksverhalten, d.h. auf bestimmte Mimik und Gestik, während die physiologische Komponente äußerliche physische Reaktionen umfasst (z.B. eine Veränderung des Atems) (Schramm & Wirth, 2006, S. 27). Daraus lässt sich schließen, dass verschiedene Film- und Fernsehgenres unterschiedliche Komponenten innerhalb der Rezipierenden ansprechen und bestimmte Emotionen in ihnen erzeugen: ein actionreicher Thriller wird eher die physiologische Komponente im Publikum aktivieren und eine höhere Herzrate verursachen als ein romantischer Liebesfilm.

2.6.1. Emotionales Involvement

In der Medienwirkung lässt sich Involvement „als eine durch die Mediennutzung ausgelöste intensive Auseinandersetzung (Interaktion, Engagement) mit dem Medieninhalt“ beschreiben (Wirth, 2013, S. 236). Dabei spielen auch Emotionen eine wichtige Rolle, demnach ist von emotionalem Involvement die Rede. Eine besondere Form von Involvement stellt die parasoziale Interaktion dar. Hierbei wird das Involvement nicht auf den Medieninhalt, sondern auf die jeweilige Persona gelenkt (Hartmann, Schramm, & Klimmt, 2004b). Jordan und Bahk (2001) untersuchen in ihrer Studie, inwiefern Medieninvolvement zur Entstehung parasozialer Beziehungen

beitragen können. Sie kommen zu dem Ergebnis, dass ein positiver Zusammenhang zwischen emotionalem Involvement und parasozialen Beziehungen besteht.

2.6.2. Empathie

Entsteht bei der Rezipientin oder bei dem Rezipienten Empathie, bezieht sich dies nicht auf die Emotionen, welche durch ein bestimmtes Ereignis ausgelöst werden, sondern es wird versucht, die bei der Medienperson gezeigten Emotionen nachzuvollziehen (Schramm & Wirth, 2006). Empathie lässt sich in kognitive und affektive Empathie gliedern (Wallbott, 2000, zit. nach Schramm & Wirth, 2006; Zillman, 1991). Unter der kognitiven Empathie wird die Fähigkeit von Rollen- und Perspektivenübernahme, in Form von sich Eindenken und Nachvollziehen der Gefühle, Motive und Ziele anderer Menschen, verstanden. Affektive Empathie tritt dann bei der oder dem Zuschauenden ein, wenn sie/er dieselben Emotionen fühlt, welche eben bei den Medienpersonen beobachtet wurden (Schramm & Wirth, 2006, S. 33). Weiters zählen Sympathie und persönlicher Stress zur affektiven Empathie, welche eng miteinander verknüpft sind (vgl. Davis, 1983, zit. nach Wirth, 2013). Wird vom Publikum mehr und mehr Sympathie für die Medienperson empfunden, ist es auch wahrscheinlich, dass der persönliche Stress, das heißt, die Besorgnis um das Wohlbefinden der Medienperson auf ein Maximum ansteigt (Wirth, 2013). Eine Zunahme an Sympathie für die Persona bedeutet zugleich auch die Entwicklung einer parasozialen Beziehung zu ihr. Je mehr die ZuschauerInnen hoffen, dass es der Lieblingsfernsehperson gut geht, desto intensiver ist die Beziehung zu ihr. Sympathie, bzw. allgemein Empathie, ist somit eine wichtige Voraussetzung, damit eine PSB überhaupt entstehen kann.

Früh und Wünsch (2009) unterscheiden gezielt zwischen Empathie und Medienempathie, welche sich durch eine Vielzahl an Charakteristika unterscheiden lassen, jedoch aber keine vollkommen andersartigen Konstrukte darstellen. Wichtig ist hierbei die Virtualität, welche Filme und Fernsehen generell mit sich bringen. Das Prinzip der Empathie vollzieht sich jedoch genauso wie in realen Situationen, indem sich die Zuseherin/der Zuseher mental in die Situation der Persona hineinversetzt, wobei ein Involvement als Voraussetzung gilt. Früh und Wünsch gehen der Frage nach, ob sich empathische Reaktionen bei unmittelbar wahrgenommenen Personen und medial präsentierten Personen unterscheiden (2009, S., 198). Sie kamen in ihrer

Studie zu unterschiedlichen Ergebnissen, jedoch zeigen die TeilnehmerInnen gegenüber Medienpersonen eine weniger intensive Empathie, als gegenüber realen Menschen. Demnach beschreiben Früh und Wünsch Medienempathie, als eine bloße Form von Empathie, welche mediencharakteristische Ausprägungen aufweist (ebd., S. 212).

Wünsch (2014) untersucht diese charakteristischen Merkmale von Medienempathie genauer und nennt verschiedene Faktoren, welche diese intensivieren oder abschwächen können. Wurden gewisse Situationen, welche in den Medien dargestellt werden, von den Rezipierenden bereits selbst im echten Leben erlebt, kann dies zu intensiveren empathischen Reaktionen führen, jedoch reichen auch situationsbedingt ähnliche Erlebnisse (ebd., S. 228). Daher sind bei fiktionalen Inhalten und unrealistischeren Darstellungen von Personen weitaus schwächere empathische Reaktionen zu erwarten.

Döring (2013) verweist genauer auf den Aspekt der Art und Darstellung von Medienfiguren in Bezug auf ihren Realitätsgrad, welcher hinsichtlich der Empathie sehr relevant ist. Sie differenziert medial repräsentierte reale Personen, also z.B. Talk-Show-Gäste, und medial repräsentierte fiktionale Personen. Letztere bedingen eine kognitive Empathie von Publikum, damit die fiktionale Darstellung überhaupt verständlich wird. Affektive Empathie ist hier stets vom Medialitätsbewusstsein gesteuert oder wird teilweise auch unterdrückt, sobald sich die oder der Rezipierende wieder bewusst wird, dass es sich bei brutalen Szenen beispielweise nur um Kunstblut handelt (ebd., S. 299).

2.6.3. Heiterkeit, Freude und Zuneigung

Positive Gefühle werden in der Medienrezeptionsforschung besonders intensiv untersucht, da sie mit verschiedenen Nutzungsmotiven des Publikums, wie zum Beispiel der bereits erwähnten Mood-Management-Theorie (Zillman, 1988) in Zusammenhang gebracht werden. Der Großteil des Publikums wählt TV-Formate, welche die eigene Stimmung verbessern können. Gefühle wie Freude, Heiterkeit und Humor spielen hierbei eine relevante Rolle (Bartsch A. , 2014). Durch die persönliche positive moralische Bewertung einer Fernsehfigur (welche mindestens parasoziale Interaktionen mit sich bringen) und einer im Filmgeschehen auftretenden Belohnung

ihrerseits, kommt bei der Zuseherin bzw. dem Zuseher Freude auf, bzw. bei beispielweise einer ungerechten Behandlung, vermehrt negative Gefühle. Ebenfalls wird Freude und Heiterkeit beim Fernsehen durch den Anblick schöner Kulissen oder attraktiver Personen beim Publikum ausgelöst (ebd., S. 208). Auch die Zuneigung zu den TV-Personen zählt zu den positiven Medienemotionen, welche wiederum eine prinzipielle Voraussetzung für parasoziale Beziehungen ist (Bartsch A. , 2014).

2.6.4. Furcht und Angst

Vorwiegend in Dramen, Horror- und Actionfilmen können Emotionen auch negativ beladen sein und beispielweise Furcht und Angst bei der Zuschauerin bzw. dem Zuschauer hervorrufen. Meist sind diese mit Gewaltdarstellungen verknüpft (Bartsch A. , 2014). Hierbei ist jedoch nicht von „Als-ob-Angst“ zu sprechen, sondern von wirklichen Angstzuständen, welche sich mit jenen außerhalb der Medienrezeption vergleichen lassen (Schramm & Wirth, 2006, S. 34). Angst ist durch einen Zustand gekennzeichnet, welcher sich durch Anspannung, verstärkte Besorgnis und einem Gefühl des Bedrohtwerdens äußert (Krohne, 1996). Bei Angst lässt sich eine spezifische Gefährdung nicht weiter beschreiben und klassifizieren, wodurch sie sich von der Furcht unterscheidet. Bei Furcht wird die Bedrohung genau definiert und könnte dadurch möglicherweise auch vermieden werden. Sie verläuft unter medial kontrollierten Umständen (Schramm & Wirth, 2006). Demnach ist bei Medienangeboten eher von Furcht, als von Angst die Rede. Laut Vorderer (1994) dient sie als Erfahrung, welche der Zuseherin bzw. dem Zuseher bei der Bewältigung zukünftiger realer Situationen eventuell weiterhelfen könnte, da Erwachsene vor allem auf realistische Bedrohungen reagieren, im Gegensatz zu Kindern, welche sich primär vor grotesken Fantasiefiguren fürchten (Bartsch A. , 2014).

Nichtsdestotrotz gelten Filme und Serien, in welchen grundsätzlich negative Emotionen im Vordergrund stehen, für das Publikum als unterhaltend und müssen nicht unbedingt belastend wirken, im Gegenteil. Die physiologische Angstreaktion kann ebenso positiv aufgefasst werden (ebd.). Menschen, die stark erregende Reize bevorzugen, welche sie zum Beispiel in Horrorfilmen erfahren, empfinden diese ergreifenden Erfahrungen als wohltuend und stimulierend. Hier ist von sogenannten *High Sensation Seeker* die Rede (vgl. Zuckerman, 1979).

2.6.5. Trauer

Gemeinsam mit Furcht und Angst bildet Trauer jenes Paradoxon, welches darin besteht, dass negative Emotionen nichtsdestotrotz zu guter Unterhaltung führen können. In einer Reihe von Studien (vgl. Oliver, 1993; Bartsch, 2012) stellt sich heraus, dass sowohl Personen, mit einem ausgeprägten Emotionsbedürfnis, als auch vorwiegend Frauen und Personen mit hoher Empathiefähigkeit, traurige Filme häufiger als unterhaltend empfinden. Empathie wiederum kann verstärkt zu parasozialen Beziehungen führen. Demnach stimmt die Tatsache, dass traurige Filme als unterhaltend angesehen werden können, zumindest für bestimmte Gruppen von Zuseherinnen und Zusehern.

2.6.6. Spannung

Spannung gilt heutzutage in der Filmbranche beinahe als verpflichtendes Element, welches nicht mehr fehlen darf (Hastall, 2014). Appel et al. (2002, zit. nach Hastall, 2014, S. 258) beziehen sich auf den Zusammenhang zwischen Beziehungen zu Medienfiguren und der Spannung, welche die Rezipierenden empfinden. Diese wird als identifikatorische oder empathische Reaktion verstanden. Mitfiebern mit der Fernsehfigur setzt eine gewisse Präferenz für den Handlungsverlauf voraus (z.B., ein gutes Ende), denn sobald es der Zuschauerin oder dem Zuschauer gleich ist, was zu guter Letzt mit der Person geschieht, ist ein Erleben von Spannung eher unwahrscheinlich (Hastall, 2014). Daraus lässt sich schließen, dass das Spannungserleben beim Vorhandensein von parasozialen Beziehungen, intensiver sein muss. Jose und Brewer (1984) können anhand ihrer Studie belegen, dass sich auch die Identifikation mit der Filmfigur positiv auf das Spannungserleben der oder des einzelnen Zusehenden auswirkt, wobei die Vorliebe für eine gewisse Figur einen größeren Einfluss hat und demnach auch daraus resultierende parasoziale Beziehungen. Genau diesen Aspekt bezüglich Spannung greift auch Zillmann (1995) auf. Er beschreibt die empathische Beziehung zu der Medienperson, welche durch Mitfiebern, Mitleiden und Mitfreuen gekennzeichnet ist und sieht sie als Voraussetzung für das Erleben von Spannung. Zillmann betont vor allem auch die Machtlosigkeit der Rezipierenden, da er nicht ins Mediengeschehen eingreifen kann und beispielweise

die Filmfigur unterstützen könnte, als einen Auslöser für Spannung, der gleichzeitig besonders reizvoll wirken kann (vgl. Schramm & Wirth, 2006).

Bis zur Auflösung der Handlung ist das Spannungserleben durch einen inneren Konflikt der oder des Zusehenden geprägt (Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015).

Jedoch geht Spannung nicht nur von der Publikumsseite aus, sondern kann auch durch bestimmte Medienmerkmale bedingt sein. Vor allem gewisse Genres, wie zum Beispiel der Thriller, wie es sein Name schon verrät, werden mit einem besonders großen Ausmaß an Spannung assoziiert, wie bereits in den vorherigen Kapiteln belegt wurde (Hastall, 2014).

2.7. Routine

In der heutigen Zeit ist der Gebrauch von Medien ein integraler Bestandteil im Leben vieler Menschen, vor allem das Fernsehen hat trotz immer neuer werdender Technologien bislang nicht an Bedeutung verloren (Weiß, 2014). Koch (2010) definiert Fernsehnutzungsgewohnheiten als *„durch regelmäßige Rezeption erlernte Wissensstrukturen, welche die Nutzung des Fernsehens (angebotsunspezifisch) oder bestimmter Inhalte (angebotsspezifisch) beim Vorliegen spezifischer Hinweisreize automatisch auslösen“* (ebd., S. 55). Inwiefern die Gewohnheit als Motiv der Fernsehnutzung zulässig ist, versucht Koch mithilfe des Uses-and-Gratifications-Ansatzes zu klären. Greenberg (1974, zit. nach Weiß, 2014) belegt anhand seiner Studie, dass die Mehrheit der ProbandInnen mit dem Motiv der Gewohnheit fernsehen, wobei diese Einordnung bedenklich ist, da andere Studien (Rubin A. M., 1984) widersprüchliche Ergebnisse zeigen. Außerdem stehen Gewohnheiten in starker Wechselwirkung mit anderen Fernsehnutzungsmotiven, d.h. durch die regelmäßige Befriedigung gewisser Bedürfnisse (zum Beispiel Einsamkeit, Entspannung usw.) wird das Fernsehen zur Gewohnheit (Koch, 2010). Umgekehrt kann die regelmäßige Fernsehnutzung auch dazu dienen, den Alltag zu strukturieren und ihm einen gewissen Rhythmus zu verleihen (Weiß, 2014).

In Bezug auf die Entstehung von parasozialen Beziehungen sind Fernsehnutzungsgewohnheiten obligatorisch. Wie in den vorherigen Kapiteln bereits erläutert, ergibt sich diese Art von Beziehung durch immer wieder auftretende und gewohnheitsmäßige parasoziale Interaktionen mit gewissen Personae am Bildschirm

und setzt somit eine rituelle Verankerung im alltäglichen Leben voraus (vgl. Fahlenbrach, Brück & Bartsch, 2008).

3. Vergleichbarkeit parasozialer und realer sozialer Beziehungen

Wird davon ausgegangen, dass die Zuseherinnen und Zuseher parasoziale Beziehungen zu Medienpersonen aufbauen, welche sie entweder als Freundin/Freund oder sogar als romantische Beziehungspartnerin/romantischen -partner sehen, müsste dies bedeuten, dass die Qualität parasozialer Beziehungen, der Qualität realer Beziehung gleichkommt (Gleich, 1996). Gleich spricht von einem ähnlich „belohnenden“ Empfinden der Fernsehpersonen, wie das der echten Freundinnen oder Freunde. In seiner Studie versucht er den Stellenwert parasozialer Beziehungen zu Fernsehpersonen mit dem von realen Beziehungen zu echten Menschen der Rezipierenden zu vergleichen. Basierend auf sozialpsychologischen Messinstrumenten, z.B. der *Acquaintance Description Form* von Wright (1986), erstellt er einen Fragebogen, in welchem die TeilnehmerInnen unter anderem die Beziehungsqualität in Hinblick auf die beste Freundin/den besten Freund, eine gute Nachbarin/einen guten Nachbarn und der Lieblings-TV-Person einschätzen sollen. Anhand dieser Messinstrumente lassen sich verschiedene Dimensionen von Beziehungsqualitäten erfassen. Gleich kommt zu dem Ergebnis, dass die sieben Dimensionen (Vertrauen, Leidenschaft, Nähe/Kontakt, Ideal, Intellektuelle Anregung, Charakter, Soziabilität) wie erwartet, deutlich höher für die beste Freundin/den besten Freund ausfallen, als für die Lieblingsfernsehperson (S. 131). Bei der Qualität der Beziehung zu einer guten Nachbarin oder einem guten Nachbarn ergeben sich im Vergleich zur präferierten TV-Person schon wesentlich ähnlichere Ergebnisse. In den Dimensionen Soziabilität (der Umgang mit anderen Menschen) und Leidenschaft werden die Lieblingsfernsehpersonen sogar positiver als die Nachbarin oder der Nachbar eingestuft. Weiters betont Gleich die Beeinflussung der Einschätzung der Qualität der Beziehungsformen durch gewisse Teilnehmerfaktoren, wie zum Beispiel formale Bildung, Fernsehkonsum oder Geselligkeit. Personen mit höherem Bildungsabschluss bewerten die Beziehungsqualität mit echten Freunden höher und jene mit TV-Personen niedriger, als Personen mit niedriger Bildung. Ebenso zeigt sich, dass geselligere TeilnehmerInnen die Freundschaftsbeziehung qualitativ höher

einstufen, als es die nicht geselligen Personen machen. Bei jenen Personen, die sich einsam fühlen, wird die Beziehung zur Lieblingsfernsehperson höher eingeschätzt. Leute, die wenig fernsehen, beurteilten in der Studie die Qualität zu echten Freunden wesentlich besser als die Vielseherinnen und Vielseher (Gleich, 1996). Da parasoziale Beziehungen erst durch häufigen Fernsehkonsum entwickelt werden können, lässt sich schließen, dass intensive parasoziale Beziehungen zu Medienpersonen eindeutig ausschlaggebend sind, ob die Beziehungsqualität zwischen parasozialer und echter Freundschaft vergleichbar ist oder nicht. Liegen also als ähnlich empfundene Gefühle oder Stimmungslagen während der Fernsehrezeption vor, muss untersucht werden, ob die parasozialen Beziehungen Auswirkungen auf die Qualität realer sozialer Beziehungen haben könnten, beispielweise in Form von Vernachlässigung, da das Empfinden demnach den echten Beziehungen gleicht (vgl. Kapitel 4.2.). Zuerst sollen jedoch noch Vergleiche zwischen verschiedenen Dimensionen wie etwa Gefühle und Emotionen, empfundener Realismus und Kommunikation, bei parasozialen und bei realen sozialen Beziehungen, gemacht und beschrieben werden.

3.1. Gefühle und Emotionen

Géhri (2008) bezieht sich in ihrer Untersuchung unter anderem auf einen Vergleich zwischen Gefühlen, welche Personen während der Fernsehrezeption mit der eigenen Lieblingsmedienperson und während dem Zusammensein mit Freunden verspüren. Dabei wurde bei den Ergebnissen festgestellt, dass sowohl in der parasozialen als auch in der realen Situation überwiegend positive Gefühle von den Zuseherinnen und Zusehern verspürt werden. Beim Zusammensein mit realen Freunden bewerten die TeilnehmerInnen die Dimension „Freude“ höher als bei der Fernsehrezeption. Wiederum werden die Gefühle der Dimension „Faszination/Aufmerksamkeit“ bei der Interaktion mit der Lieblingsfernsehperson als intensiver beurteilt. Negative Gefühle (darunter die Dimensionen „Niedergeschlagenheit/Ärger“ und „Langeweile/Hemmung“) werden in beiden Situationsarten kaum empfunden, wobei die letztgenannte bei der Fernsehrezeption sogar nahe Null ist.

Six und Gleich (2000) beziehen sich in ihrem Experiment auf die emotionalen und kognitiven Reaktionen der Rezipierenden und vergleichen diese ebenso zwischen Fernsehpersonen und Personen aus dem echten Leben. Sie können auch bestätigen, dass Ärger eher in wirklichen Situationen verspürt wird, als bei der Fernsehrezeption:

Personen versetzen sich länger und eher in Aufregung über das unpassende Verhalten einer ihnen nicht bekannten Person, als über ein vergleichbares Verhalten ihrer Lieblings-TV-Person (vgl. Liebers & Schramm, 2017). In Bezug auf kognitive Reaktionen kommen sie zu dem Ergebnis, dass bei der favorisierten TV-Person eher emotionale Erregung ausgelöst wird, sobald die ZuseherInnen Informationen über sie bekommen, als beim Erhalten von Informationen einer ihnen unbekannt Person. Zusätzlich zeigen sie bei parasozialen Persongen auch wesentlich mehr kognitives Engagement als gegenüber Unbekannten (ebd.).

Cohen (2004) bezieht sich in seiner Studie auf die voraussichtlichen Gefühle, die nach einer Trennung von der Beziehungspartnerin oder dem Beziehungspartner befürchtet werden und vergleicht diese mit jenen, die nach einer Trennung (beispielweise in Form von der Beendigung einer Serie) von der Lieblingsfernsehperson beim Publikum befürchtet werden. Er ergänzt die Forschungslücke bisheriger Studien, indem er sich intensiv auf negative Gefühle bezieht. Bei den Ergebnissen spielt die Zeit, welche die TeilnehmerInnen täglich mit Fernsehen verbringen, eine wichtige Rolle. Bestehende parasoziale Beziehungen zu den Lieblingsfiguren sind für den Abbruch bzw. die Trennung von der Persona demnach wesentlich: je intensiver die TeilnehmerInnen eine parasoziale Beziehung führen, desto intensiver ist auch der empfundene emotionale Stress, welcher ausgelöst wird, sobald eine Beendigung dieser Beziehung erwartet wird. Es zeigt sich, dass vor allem diejenigen, die durch einen ängstlichen Bindungsstil gekennzeichnet sind, die intensivsten PSB führten und demnach auch mehr emotionalen Stress bei einer „Trennung“ befürchten. Die Studie kann also verdeutlichen, dass parasoziale Beziehungen von denselben psychologischen Prozessen abhängen, die auch reale soziale Beziehungen beeinflussen.

Eine weitere Studie, welche sich mit dem Vergleich parasozialer und realer sozialer Emotionen beschäftigt, ist jene der Psychologinnen Adam und Sizemore (2013). Sie fokussieren sich ausschließlich auf romantische Beziehungen beider Arten, da die bisherigen Studien vorzugsweise freundschaftliche Beziehungen behandelten, und untersuchen hierfür 86 angehende Erwachsene. Ihre Studie gleicht einer Nutzen-Kosten-Analyse. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Art des Nutzens, den sich die Personen von ihren Beziehungen erwarten, nicht von dem Nutzen parasozialer Beziehungen unterscheidet. Jedoch wird der Nutzen, welcher Glücklichkeit, weniger Einsamkeit und einen positiven Affekt nach dem Beisammensein beinhaltet, bei realen

sozialen Beziehungen als größer wahrgenommen als der Nutzen bei romantischen parasozialen Beziehungen. Die Kosten einer Beziehung werden bei den echten Bindungen als größer wahrgenommen als bei den parasozialen (vgl. Liebers & Schramm, 2017). TeilnehmerInnen, die ledig sind, berichten über einen signifikant höheren Nutzen bei romantischen parasozialen Beziehungen als die vergebenen TeilnehmerInnen. Speziell der Nutzen eines positiven Affekts nach der Interaktion wird betont. Hierbei ist auch die Intensität der parasozialen Beziehung von Bedeutung. Ein relevanter Bestandteil für das Ergebnis der Studie, sowie in vielen anderen auch, ist zudem die Fiktionalität der Medienfigur.

3.2. Empfundener Realismus

Grundsätzlich wäre anzunehmen, dass ZuseherInnen Filme und Serien, bei denen ihnen bewusst ist, dass die Geschichten frei erfunden sind und dass die Figuren in Realität nicht existieren, auf Grund der Fiktionalität, nicht emotional darauf reagieren oder Informationen für ihr eigenes Leben daraus gewinnen können (Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015). Jedoch wurde in den vorherigen Kapiteln bereits belegt, dass paradoxerweise genau das Konträre der Fall ist und Emotionen bei der Fernsehrezeption eine große Rolle spielen: die ZuseherInnen fiebern mit ihren Lieblingsfiguren mit, sie freuen sich für sie oder weinen bei traurigen Szenen, was grundsätzlich nur bei tatsächlichen Geschehnissen im realen Leben adäquat wäre. Dieses Phänomen wird als fiktionales Paradox bezeichnet (vgl. Gendler & Kovakovich, 2005; Yanal, 1999, zit. nach Bilandzic, Schramm & Matthes, 2015). Ob die Emotionen, die dabei erlebt werden, mit realen Situationen verglichen werden können, hängt bis zu einem bestimmten Grad davon ab, inwiefern der Inhalt bzw. die Personen als realistisch empfunden werden. Hier ist vom sogenannten empfundenen Realismus die Rede (vgl. Busselle & Greenberg, 2000)

Bilandzic und Busselle (2008) untersuchen das fiktionale Paradoxon und erläutern verbreitete Theorien dazu: (a) Einige Positionen gehen davon aus, dass sich die Emotionen schlichtweg unterscheiden und anders als in realen Situationen empfunden werden. Zahlreiche Studien beweisen jedoch das Gegenteil und es wird allgemein vermutet, dass sie in beiden Situationen übereinstimmen (vgl. Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015). (b) Andere Theorien beschreiben die absichtliche Unterdrückung ihres Wissens um die Fiktionalität. Diese willentliche Bändigung ist die Voraussetzung dafür,

dass fiktionale Geschichten emotional verarbeitet werden können. (c) Die letzte Möglichkeit, die sie beschreiben, ist jene Theorie, die davon ausgeht, dass der Hinweis bzw. die Wahrnehmung eines fiktionalen Inhalts gleichzeitig die Aufforderung an das Publikum sind, sich auf diese Fiktionalität von vornherein einzustellen (vgl. Segal, 1955, zit. nach Bilandzic & Busselle, 2008). Durch den Verlauf und das Vertiefen in die Handlung aktualisieren die Rezipierenden ihre Kenntnis um die Fiktionalität aber nicht permanent. Bei der Fiktionalität handelt es sich also um ein Wissen, das nicht konstant aktiv bleibt, jedoch bei Bedarf hervorgerufen werden kann (Busselle & Bilandzic, 2008).

Von welcher der beschriebenen Theorien nun ausgegangen werden kann bleibt offen, eine von ihnen ändert jedoch die Tatsache, dass eine Geschichte emotional erlebt wird oder dass Figuren bewertet werden (Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015).

Löbler (2009) kommt in seiner Befragung mit angehenden Erwachsenen zu dem Ergebnis, dass manche Rezipientinnen und Rezipienten überhaupt keinen Unterschied zwischen parasozialen und realen sozialen Beziehungen wahrnehmen. Sie empfinden die Medienfiguren sogar als ihnen nahestehender als ihre Nachbarinnen und Nachbarn (Liebers & Schramm, 2017). Bei der Befragung wurde genau auf die Wortwahl geachtet, welche die TeilnehmerInnen bei der Beschreibung ihrer Beziehungen zu Lieblingsfernsehfiguren und bei der Beschreibung ihrer realen sozialen Beziehungen benutzten. Dabei stellt sich heraus, dass die Rezipierenden die gleichen Worte verwendeten und keine Unterschiede zwischen den zwei Arten von Beziehungen machten. Im Gegensatz zu dieser Studie, in welcher parasoziale und reale Beziehungen untersucht werden, beziehen sich Nabi et al. (2006) nur auf die parasoziale Bindung. Sie untersuchen jeweils das Vergnügen, welches Personen beim Zusehen von realitätsbezogenen und von fiktiven Fernsehsendungen empfinden, um dieses zu vergleichen. Dabei beziehen sie sich auf die kognitiven und emotionalen Reaktionen, welche die TeilnehmerInnen bei den unterschiedlichen Programmen aufweisen. Personen, deren Lieblingsfernsehfigur aus einer fiktionalen Sendungen stammt, weisen stärkere parasoziale Beziehungen auf als jene, deren bevorzugter Fernsehcharakter in realitätsnahen Programmen erscheint. Außerdem werden die fiktionalen Sendungen als spannender und dramatischer wahrgenommen. Anhand dieser Studie kann die Relevanz des empfundenen Realismus dargestellt verdeutlicht werden.

Eine weitere wichtige Erhebung in Bezug auf empfundener Realität machen Gardner und Knowles (2008), die sich hierbei auf die Intensität parasozialer Beziehung berufen: in ihrem Experiment untersuchen sie bei den erwachsenen Teilnehmerinnen und Teilnehmern, ob der wahrgenommene Realismus gegenüber ihren Lieblingsfernsehfiguren mit der Intensität der parasozialen Beziehung, die sie mit ihnen führen, korreliert. Dabei können sie einen positiven Zusammenhang zwischen den beiden Faktoren feststellen. Sie beschreiben, dass die Personen Fernsehcharaktere, welche ihnen selbst ähnlich sind, als realistischer wahrnehmen. Ebenso ist diese Wahrnehmung auch mit der Sympathie, die für die Figur empfunden wird, verbunden. Ein weiterer Aspekt ihres Experiments liegt darin, eine Lernsituation nachzustellen, in welcher die persönliche Lieblingsfigur medial anwesend ist, diese also rezipiert wird. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden auf ihre motorischen Fähigkeiten getestet, indem sie unter anderem sinnlose Wörter am Computer kopieren mussten. Es stellt sich heraus, dass die Lernsituation mit medialer Anwesenheit der als real wahrgenommenen Lieblingsfernsehfigur gleichermaßen zu Erleichterung und somit zu besseren Ergebnissen führt, wie die Anwesenheit realer Personen (vgl. Liebers & Schramm, 2017).

Mikos (1996) bezieht sich auf den wesentlichen Unterschied zum Alltagsleben, welcher durch den Fernsehrahmen gegeben wird.

„Das Handeln der Zuschauer [ist] doppelt bestimmt, sie müssen so tun, als ob sie in einer Face-to-Face-Beziehung zu den ‚Performern‘ stehen und wissen doch, daß [sic] es nicht so ist.“ (Mikos, 1996, S. 100f)

Dieses Wissen kann jedoch auch in den Hintergrund des Bewusstseins verschwinden und dadurch kann vergessen werden, dass es sich um keine reziproke Interaktion bei der parasozialen handelt (Hartmann, Schramm, & Klimmt, 2004a), genauso wie es von Bilandzic und Busselle (2008) vorhin bereits dargestellt wurde. In diesen Momenten gleicht eine parasoziale Situation nahezu einer echten sozialen Interaktion.

Ein weiterer wichtiger Faktor, welcher notwendig ist, damit parasoziale Beziehungen realen sozialen Beziehungen gleichkommen, ist laut Hartmann, Schramm und Klimmt (2004a) die Adressierung, welche die jeweilige Persona vornimmt. Sie nennen drei Schlüsselreize, durch welche eine Art Illusion geschaffen werden kann, damit sich die Zuseherin oder der Zuseher direkt angesprochen fühlt: *„die dargestellte räumliche Distanz der Person, die non-verbale Bezugnahme und die verbale Bezugnahme“*

(ebd., S. 25). Unter der dargestellten räumlichen Distanz verstehen sie die in Film und Fernsehen zumeist gut umgesetzte räumliche Darstellung der Figuren und somit eine scheinbare minimale Distanz zwischen ihnen und dem Publikum. Mit non-verbaler Bezugnahme ist die Körpersprache der Persona gemeint. Die verbale Bezugnahme, welche auch ohne Blickkontakt und direkte Hinwendung zum Rezipierenden vollzogen werden kann, weist noch Forschungsbedarf auf und muss in der Literatur noch genauer untersucht und beschrieben werden (ebd., S. 27).

4. Auswirkungen parasozialer Beziehungen auf reale soziale Beziehungen

Parasoziale Beziehungen zu Medienfiguren dienen nicht nur um bestimmte Bedürfnisse oder Motive, welche in den vorherigen Kapiteln bereits genauestens beschrieben wurden, zu erleichtern oder zu befriedigen, sie können auch außerhalb der Rezeptionssituation längerfristig verschiedene Konsequenzen mit sich bringen, darunter positive, aber auch negative (Six & Gleich, 2000). Eine Reihe von Untersuchungen haben sich damit beschäftigt, inwiefern parasoziale Beziehungen als Ergänzung oder Ersatz für bestehende reale soziale Beziehungen, beispielweise Liebesbeziehungen oder Freundschaften, dienen (z.B. Vorderer & Knobloch, 1996). Außerdem gibt es Studien, welche als zentralen Untersuchungsschwerpunkt haben, in welcher Art und Weise sich die parasozialen Beziehungen auf die existierenden realen Beziehungen der ZuseherInnen auswirken können (z.B. Cohen, 1997) oder ihr Verhalten und ihre Einstellungen außerhalb der Rezeptionssituation beeinflussen können (z.B. Six & Gleich, 2000). Identifizieren sich die ZuschauerInnen aufgrund des vorbildhaften Verhaltens ihrer Lieblingsfernsehfigur mit ihr, liegt es nahe, dass versucht wird, dieses Verhalten zu imitieren und an eigenen subjektiven Einstellungen, die bislang eventuell anders geprägt waren, zu arbeiten oder zu transformieren. Veränderungen im Sozialverhalten und den individuellen Einstellungen können sich gleichzeitig auch auf soziale Interaktionen und Beziehungen auswirken, weil als Folge damit anders umgegangen wird als bislang. Daraus lässt sich schließen, dass parasoziale Beziehungen auch indirekt auf reale soziale Beziehungen einwirken können. Intensivere PSB haben demnach stärkere Auswirkungen als weniger

intensive, welche auch ohne medialer Anwesenheit des parasozialen Beziehungspartners aktiv sein können (Six & Gleich, 2000). Die wohl ausgeprägteste Form, die durch besonders intensive PSB erreicht werden kann, wäre die völlige Ersetzung realer Personen durch die imaginäre Freundschaft oder Beziehung mit einer Fernsehperson, weil die wirklichen Beziehungen sinnlos oder überflüssig scheinen. Ob diese maximale Ausweitung in der Regel überhaupt eine Rolle spielt, wurde in der Forschung noch nicht allzu genau untersucht, wodurch ein Nachholbedarf besteht. Bislang geht die Literatur eher davon aus, dass parasoziale Beziehungen vom Großteil des Publikums genutzt werden, um bestehende soziale Beziehungen im echten Leben zu ergänzen, um zusätzliche soziale Erfahrungen zu machen und damit die sozialen Kompetenzen der Zuseherinnen und Zuseher durch die vielen parasozialen Interaktionen zu verbessern. In der „Urverfassung“ über parasoziale Beziehungen von Horton und Wohl (1956) wird von ihnen genau definiert, dass unter parasozialen Beziehungen ein durch die Medien verursachtes Phänomen entsteht, welches nicht pathologisch gedeutet werden darf, da sie im Grunde genommen eine Ergänzung zu sozialen Beziehungen darstellen. Sie erwähnen jedoch auch zwei Extremfälle: die Möglichkeit einer Substitution realer sozialer Beziehungen durch parasoziale und das Weglassen einer Unterscheidung zwischen parasozialen und sozialen Beziehungen. Diese Fälle kennzeichnen Horton und Wohl nicht als zentrale Gegenstände der PSI- und PSB-Forschung, da sie nicht dem Regelfall entsprechen.

Parasoziale Beziehungen müssen jedoch nicht zwingend mit negativen Auswirkungen korrelieren, daher dürfen positive Effekte und Vorteile, die daraus möglicherweise entstehen, nicht vernachlässigt werden, beispielweise durch die schon genannten Interaktions- und Beziehungsmöglichkeiten, welche in realen Situationen nicht möglich sind (Hippel, 1992).

4.1. Positive Effekte

Personen, die sehr schüchtern sind und durch ein geringes Selbstwertgefühl gekennzeichnet sind, erfüllen sinngemäß eher die Anforderungen, welche zu einer besonders intensiven, im Extremfall sogar pathologischen, parasozialen Beziehung führen könnten, da sie die Angst vor der Ablehnung anderer Menschen von ihnen distanzieren. Dieser Hypothese gehen Derrick, Gabriel und Tippin (2008) in ihrer Untersuchung nach, wobei durch einige vorangegangene Studien bekannt ist, dass

ein geringes Selbstwertgefühl überraschenderweise nicht unbedingt mit mehr bzw. einer hohen Intensität an parasozialen Beziehungen korrelieren muss (vgl. Tsao, 1996). Nichtsdestotrotz überprüfen sie diesen Aspekt ein weiteres Mal, da in den Theorien zu PSI und PSB grundsätzlich starke Gegensätzlichkeiten an Ergebnissen vorherrschen. Außerdem beschreiben Derrick et al. die Tatsache, dass bisherige empirischen Untersuchungen die Folgen parasozialer Beziehungen eher vernachlässigt haben und nur Aspekte innerhalb dieses Beziehungsgefüges fokussiert haben. Somit wird die Hypothese, dass Personen mit geringem Selbstwertgefühl, parasoziale Beziehungen eher als Ersatz für reale soziale Beziehungen nutzen, als Leute mit hohem Selbstwert, wieder aufgegriffen und anhand drei verschiedener Erhebungen untersucht. Weiters besteht die Annahme, dass jene Personen mit geringem Selbstwertgefühl, aus den parasozialen Beziehungen einen vorteilhaften Nutzen ziehen können, welchen sie in echten zwischenmenschlichen Beziehungen nicht erhalten. Da die meisten Menschen ein ideales Selbst anstreben, welches sie aber oft selbst nicht erfüllen, wird dieses Bedürfnis dadurch ausgeglichen, indem sie vorzugsweise Beziehungen mit anderen Menschen führen, welche die Idealvorstellung des eigenen Selbst besser vertreten können und gewisse Aspekte somit assimilieren (Cialdini, et al., 1976). Daraus lässt sich schließen, dass Personen mit niedrigem Selbstwertgefühl eher eine Partnerin/einen Partner wählen, die oder der die Diskrepanzen zwischen dem eigentlichen und dem gewünschten Selbst verringern kann, da diese Leute ihrem eigenen Selbst viel kritischer gegenüberstehen, als vergleichsweise selbstbewusste Personen. Weil sie aber sehr zögernd anderen Menschen gegenüber sind und Nähe aus Angst vor Ablehnung vermeiden, wären parasoziale Beziehung die perfekte Alternative, welche zusätzlich noch ein Gefühl von Sicherheit vermitteln, um das ideale Selbst zu vervollständigen (Derrick, Gabriel, & Tippin, 2008). Die Ergebnisse der Studie bestätigen, dass Personen mit geringem Selbstwertgefühl, parasoziale PartnerInnen favorisieren, welche dem idealen Selbst entsprechen. Je mehr dieser Faktor erfüllt wird, desto mehr entsteht Empathie und Sympathie der parasozialen Person gegenüber. Im zweiten Teil der Studie kann festgestellt werden, dass Leute mit niedrigem Selbstwert durch Assimilation an die parasoziale Person vermehrt die Diskrepanzen zwischen dem aktuellen Selbst und ihrem idealen Selbst verringern können. Anhand der parasozialen Beziehung erfahren die betroffenen Menschen vermehrt eine Bewegung in Richtung ideales Selbst. Außerdem passen die Personen mit niedrigem Selbstwert bei der Medienrezeption ihr

Selbst dem parasozialen Gegenüber an, wodurch Unstimmigkeiten verringert werden können, was jedoch nur auf parasozialer Weise möglich ist und nicht in realen sozialen Beziehungen umgesetzt werden kann (ebd.).

Aus der Studie geht hervor, dass parasoziale Beziehungen Menschen mit niedrigem Selbstwertgefühl positiv zugutekommen und einen Nutzen aus dieser Beziehung ziehen können, welchen sie in realen sozialen Beziehungen nicht erhalten. Da parasoziale Beziehungen nicht gleichwertig gegenüber realen sozialen Beziehungen gesehen werden können, ist eine Ergänzung zu bestehenden, wirklich existierenden Beziehungen auf jeden Fall vorteilhafter, als ein vollständiger Ersatz dieser. Führen Menschen nichtsdestotrotz – aus welchen Gründen auch immer – ausschließlich parasoziale Beziehungen, ist das Vorhandensein dieser Verbundenheit immer noch aussichtsvoller und dienlicher, als wenn überhaupt keine Arten von Beziehungen vorhanden sind (Derrick, Gabriel, & Tippin, 2008).

Der soziale Vergleich, welcher das Produkt dieser Selbstwerttheorie ist bzw. mit ihr korreliert, spielt in Hinblick auf parasoziale Beziehungen mit Medienfiguren eine wichtige Rolle. Genauso wie im echten Leben, wenden sich Menschen bei der Medienrezeption an Personen und Figuren, die ihnen selbst ähnlich sind (Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015). Demnach erfreuen sich auch jene Produktionen an großer Beliebtheit, welche die Menschen in Film und Fernsehen wie „Du und ich“ mit möglichst vergleichbaren Alltagsproblemen präsentieren (vgl. Kapitel 1.2.4.). Wie eben erwähnt, können die Diskrepanzen, die zwischen dem eigenen Selbst und dem erwünschten idealen Selbst existieren, anhand Medienfiguren ausgeglichen werden. Dieser Effekt kann positive Seiten haben, vorrangig bei selbstbewussten und -sicheren Menschen: durch bewusste Reflexion der Hinweise und Informationen der Medienfigur, fassen jene Menschen diese positiv auf und versuchen sich dadurch zu verbessern (Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015). Weiters ist auch ein sogenannter Abwärtsvergleich möglich, der mit einer in Hinblick auf gleichwertige Eigenschaften oder Fähigkeiten besitzenden, dennoch unterlegenen Person, geführt wird. Dieser Vergleich hat zum Ergebnis, dass die eigenen Fähigkeiten gut und besser wirken und dadurch positive Konsequenzen für den Rezipierenden herauspringen. Dadurch lässt sich der Selbstwert entweder erhalten, wie er ist, oder verstärken. Vor allem Leute, die, aus welchen Gründen auch immer, durch einen niedrigen Selbstwert geprägt sind, nutzen Medienformate mit dort präsentierten Personen, bei welchen ein

Abwärtsvergleich möglich ist (Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015). Weiters ist festzuhalten, dass während der Identifikation mit der favorisierten Medienfigur eine sehr geringe Realselbst-Idealselbst-Spanne vorliegt (Döring N. , 2013, S. 307). Ebenso sind beim Aspekt des sozialen Vergleichs auch negative Effekte möglich, welche im nächsten Kapitel behandelt werden.

Madison & Porter (2015) beziehen sich auf die Folgen parasozialer Beziehungen im alltäglichen Leben und untersuchen Sinn und Zweck dieser speziellen Art von Bindung. In ihrer Befragung mit 276 Studentinnen und Studenten stellt sich heraus, dass jene parasozialen Beziehungen, die besonders intensiv von den Zuseherinnen und Zusehern geführt werden, im Zusammenhang mit Beziehungspflege zu dieser Fernsehperson, Entspannung, Konfliktmanagement und einem besseren Verständnis sich selbst und den eigenen Sichtweisen, gegenüberstehen. Unter Konfliktmanagement bezeichnen Madison und Porter die Tatsache, dass sich die Mehrheit der Beziehungen mit anderen Menschen im Kopf abspielt: durch Denken, intrapersonale Kommunikation und das imaginäre Bewältigen von Konflikten, bevor diese im echten Leben überhaupt stattfinden (vgl. Honeycutt, 2010). Den Ergebnissen nach können parasoziale Beziehungen positiv dazu verhelfen, das Pflegen einer imaginären Beziehung auf echte Beziehungen zu übertragen, sich selbst durch die reine Vorstellung unterschiedlicher Interaktionssituationen besser verstehen zu lernen, Konflikte vorab auf verschiedene Weisen bewältigen zu lernen und Alltagsstress zu reduzieren.

Eine Reihe von Studien (vgl. Greenwood, 2009; Wegener, 2008; Morrison & Westman, 2011) untersuchen die Tatsache, dass die jeweils favorisierten Medienfiguren eine gewisse Vorbildfunktion für die Zuseherinnen und Zuseher einnehmen können und somit auch deren Verhalten und Denken lenken können (Hartmann, 2010). Morrison und Westman (2001) zeigen, dass vor allem Frauen häufig ihr Familienleben nach jenem, welches sie im Fernsehen gesehen hatten, modellieren, jedoch finden sie hierfür keine Erklärung. Greenwood (2009) kann in ihrer Untersuchung keinen signifikanten Zusammenhang zwischen parasozialen Beziehungen zu Medienfiguren und deren Einfluss auf die Wahrnehmung des eigenen Körperbildes feststellen. Sie bezieht sich in dieser Studie vor allem auf den negativen Aspekt der Körperüberwachung und des Schams, der vor allem bei jungen Frauen eine wichtige Rolle spielen dürfte. Greenwood unterscheidet hier deutlich zwischen den Gefühlen,

einer imaginären parasozialen Freundschaft zur favorisierten TV-Person und jenen Gefühlen, welche entstehen, sobald die oder der Rezipierende die Persona lediglich als Vorbild und Ideal sieht. Wegener (2008) erforscht die Vorbildfunktion von Medienpersonen für Jugendliche. Die virtuellen Figuren stellen Vorlagen dar, welche vor allem im komplizierten Entwicklungsstadium des Jugendalters zur Orientierung dienen können. Diese müssen jedoch nicht komplett kopiert werden, sondern können auch modifiziert und anders modelliert werden. Außerdem kann diese Selbstdefinierung der Jugendlichen auch im Sinne einer Distinktion geschehen, im Falle, dass die Medienperson zur Abgrenzung dient (Wegener, 2008, S. 59). Eine parasoziale Beziehung „*erlaubt vor allem die Übernahme und Antizipation in der Realität nicht auslebbarer Rollen und bietet sich gerade in Phasen von Unsicherheit und Instabilität an*“ (ebd., S. 62). Die Medienpersonen dienen den Jugendlichen also als Vorlage, um dem Alter entsprechende Themen, wie Arbeit oder zwischenmenschlichen Beziehungen, zu vereinfachen (vgl. Hartmann, 2010). Als Ergänzung hierzu dient die Studie von Bond (2018), der den Fokus seiner Untersuchung auf parasoziale Beziehungen und deren Auswirkungen im Leben homosexueller und bisexueller Jugendlicher legt. Vor allem für Jugendliche, die nicht heterosexuell sind, ist die Peer-Group von sehr großer Bedeutung, da sie sich ihren Eltern oft nicht öffnen wollen. Paradoxerweise fällt es jedoch genau diesen Jugendlichen oft schwerer, enge soziale Beziehungen zu Gleichaltrigen zu pflegen, schlichtweg aus Angst, anders zu sein oder weil die Nähe missverständlich vom Gegenüber als romantische Intimität verwechselt werden könnte (Bond, 2011). Parasoziale Beziehungen könnten demnach als Ausgleich für die fehlenden, jedoch aus sozialpsychologischer Sicht benötigten realen sozialen Beziehungen fungieren. Bond kann feststellen, dass sich homo- und bisexuelle Jugendliche einsamer fühlen als die heterosexuellen und dass sie daher vermehrt parasoziale Beziehungen führen. Homo- und bisexuelle Jugendliche, die keine Freunde mit derselben sexuellen Orientierung haben, besitzen mehr homo- oder bisexuelle parasoziale „Freunde“ als jene, die auch im echten Leben Freundschaften mit Gleichgesinnten führen. Zuletzt kann Bond noch seine Hypothese bestätigen, dass all die nicht-heterosexuellen Jugendlichen wesentlich häufiger Medienpersonen dazu nutzen und stärker auf sie angewiesen sind, um relevante Informationen, gute Ratschläge und Unterstützung zu erhalten sowie sie als eine Art Anleitung und Beratung für ihr Leben verwenden. Die folgende Abbildung veranschaulicht all jene Bereiche, welche für die homo- und

bisexuellen Jugendlichen (LGB) dabei relevant sind. Zum Vergleich sind auch die Bereiche der Heterosexuellen eingezeichnet.

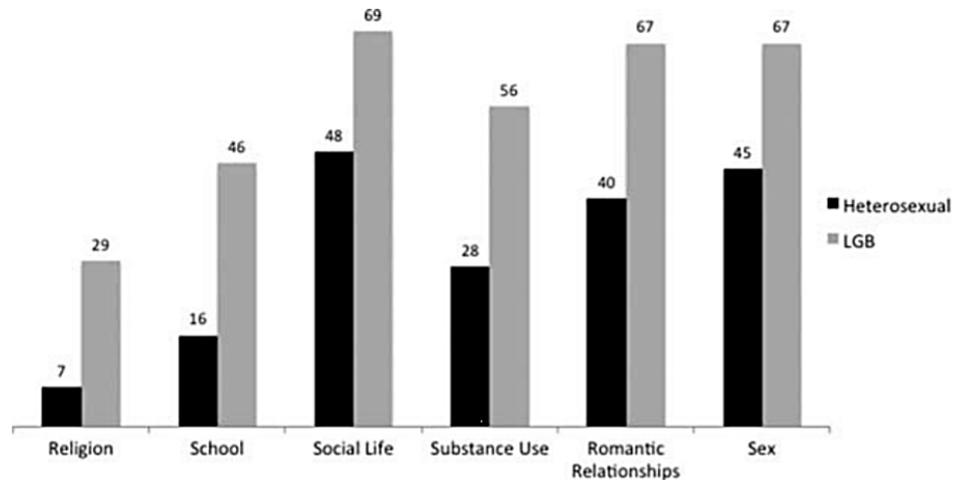


Abbildung 8: Vergleich der Dimensionen zwischen homo- & bisexuellen Jugendlichen und heterosexuellen Jugendlichen (Bond, 2018, S. 15)

Aus den Ergebnissen der Studie kann entnommen werden, dass homo- oder bisexuelle Jugendliche aufgrund von vermehrt fehlenden sozialen Kontakten im echten Leben und daraus entstehender Einsamkeit, in parasozialen Beziehungen mit Medienfiguren eine Alternative gewinnen können, welche ihnen zugleich eine Hilfestellung für ihr Leben bieten, sei es für wertvolle Informationen, Ratschläge oder als eine Art Anleitung für ihr echtes Leben.

Ein weiterer positiver Effekt von parasozialen Beziehungen zu Medienfiguren kann auch außerhalb des intrapersonellen Bereichs gefunden werden. Medieninhalte dienen besonders bei *Weak Tie Beziehungen*, also „schwachen Beziehungen“ als Gesprächsstoff (vgl. Lizardo, 2006; Baym & Ledbetter, 2009) bzw. fungieren, um mit Personen ins Gespräch zu kommen. Da besonders bei Jugendlichen die Mediennutzung von großer Bedeutung ist, wird zudem noch die interpersonelle Kommunikation, vor allem mit Peers, erheblich beeinflusst (Friemel, 2013): von großem Wert sind hier unter anderem Serien, Filme und die darin präsentierten Medienfiguren (ebd., S. 230ff).

Mit besonderem Augenmerk auf die Beeinflussung der politischen Einstellungen und der parasozialen Lieblingsperson der ZuseherInnen, untersuchen Leißner et al. (2014)

das Phänomen der parasozialen Meinungsführerschaft. Parasoziale Beziehungen bilden die Voraussetzung für die Beeinflussung der individuellen Einstellungen und Meinungen auf medialer Weise. Da die Darstellung von Politikerinnen und Politikern in den Medien oft auf personalisierter Weise erfolgt und dadurch imaginäre Beziehungen zum Publikum entstehen können, besteht die Möglichkeit, dass die Politiker die Meinungsbildung des Rezipierenden und etwaige Entscheidungen beeinflussen können (ebd., S. 253). Durch die parasoziale Beziehung entsteht ein kognitives Bewertungsschema, durch welches „*Botschaften des parasozialen Meinungsführers schneller verarbeitet und eingeordnet werden können*“ (ebd., S. 254). Von besonderer Bedeutung bei der genannten parasozialen Meinungsführerschaft, ist die individuelle Zuschreibung der Zuseherin bzw. des Zusehers. Die parasozialen Meinungsführerinnen und -führer erfüllen die Funktion der Information und (politischen) Komplexitätsreduktion, der Orientierung und der Interessensweckung. In ihrer empirischen Untersuchung können Leißner et al. feststellen, dass nicht nur Politikerinnen und Politiker parasoziale Meinungsführerinnen und -führer darstellen, sondern auch zum Beispiel Moderatorinnen und Moderatoren oder Comedians. Schwierigkeiten ergeben sich hier bei der Einordnung des Effekts, ob die parasoziale Meinungsführerschaft den positiven oder den negativen Auswirkungen parasozialer Beziehungen untergeordnet wird bzw., ob die Auswirkung überhaupt reale soziale Beziehungen betrifft und sich in diesen äußert. Da jedoch davon ausgegangen wird, Menschen somit mehr für Politik begeistern zu können und sich damit eine eigene Meinung zu bilden, wird die parasoziale Meinungsführerschaft bei der Kategorie der positiven Auswirkungen eingeordnet. Aufgrund des Ergebnisses, dass dadurch nicht nur die politische Einstellung beeinflusst werden kann, sondern auch die Möglichkeit besteht, andere Veränderungen in den persönlichen Einstellungen und Meinungen zu vollziehen, die sich indirekt auf reale soziale Beziehungen auswirken können, wird der Effekt der parasozialen Meinungsführerschaft hier hinzugefügt.

4.2. Negative Effekte

Horton und Wohl beziehen sich grundsätzlich auf parasoziale Beziehungen, die als eine Art Ergänzung realer Beziehungen fungieren. Bezüglich der betroffenen Minderheit, welche die PSB als Substitution realer Beziehungen verwenden, vertreten sie folgende Ansicht: „*It is only when the para-social relationship becomes a substitute*

for autonomous social participation, when it proceeds in absolute defiance of objective reality, that it can be regarded as pathological.“ (Horton & Wohl, 1956).

Madison, Porter und Greule (2016) führen eine Studie durch, die jene Faktoren und Voraussetzungen überprüfen sollen, welche dazu führen, dass parasoziale Beziehungen zur Kompensation realer sozialer Interaktionen im echten Leben werden. Mit ihren Ergebnissen unterstützen sie die Theorie, dass parasoziale Beziehungen nicht bloß Erweiterungen realer sozialer Beziehungen sind: Menschen, die parasoziale Beziehungen dafür nutzen, Situationen internal vorab und imaginär zu erproben und damit ein besseres Selbstverständnis von sich selbst entwickeln, neigen eher dazu, PSB als Kompensation für reale menschliche Interaktionen zu nutzen. Faktoren wie Beziehungspflege und Konfliktmanagement, welche sie in einer ihrer vorherigen Studien miteinbezogen haben (vgl. Madison & Porter, 2015), stehen im negativen Zusammenhang mit der Kompensation realer Beziehungen. Es ist fraglich, ob Menschen die Beziehungen der Realität mit parasozialen ausgleichen, indem sie die imaginären Fernsehcharaktere in ihre reale Welt einbinden oder, ob sie sich selbst in den komplexen virtuellen Fernsehwelten mit ihren Lieblingsfiguren sehen und dort „leben“ (Madison, Porter, & Greule, 2016). Weiters untersuchen die Autorinnen die Eigenschaften der NutzerInnen, welche primär die imaginären Beziehungen nutzen, um reale damit auszubalancieren. Hier zeigt sich, dass Selbstdominanz ein wichtiger Auslöser ist. Die Eigenschaft scheint plausibel, weil bei imaginären Erprobungen gewisser Situationen, das eigene Selbst ein Gespräch initiiert und leitet, während die imaginäre Gesprächspartnerin bzw. der -partner lediglich als Zuhörer fungiert. Außerdem stellt sich der Faktor Varietät als voraussagend für Kompensation heraus, weil die große Variation und Auswahl im Fernseh- und Filmprogramm dazu führt, viele verschiedene Fernsehcharaktere zu favorisieren. Da sich wie erwähnt Selbstdominanz bei Erprobungen als wichtiger Faktor kristallisierte, ist diese in unterschiedlichen Szenarien und mit wechselnden Figuren besser umzusetzen. Es zeigt sich, dass die modernen und komplexen Fernsehproduktionen, die Kompensation beeinflussen können.

Carolan (2017) stellt fest, dass Personen, die sehr viel fernsehen, Änderungen im sozialen Leben widerfahren. Da bereits belegt wurde, dass Vielseher eher parasoziale Beziehungen aufbauen (vgl. Vorderer, 1996), kann dieser Bezug hier angewandt werden. 55,4% der Befragten in Carolans Studie geben zu, dass sie des Öfteren schon

zuhause geblieben sind und dort lieber alleine Fernsehserien geschaut haben, anstatt sich mit Freunden zu treffen (S. 15).

Bereits im vorherigen Kapitel wurde auf den Aspekt des sozialen Vergleichs und des Selbstwerts hingewiesen. Jene haben aber nicht nur die bislang beschriebenen positiven Konsequenzen zur Folge, denn vor allem bei Zuseherinnen und Zuseher, welche nicht durch ein starkes Selbstbewusstsein geprägt sind, können soziale Vergleiche auch negativ verlaufen. Der eigene Selbstwert kann unter Umständen sogar reduziert werden, sobald ein sogenannter Aufwärtsvergleich geschieht, der bei einem Vergleich mit einer überlegenen Person erfolgt (Bilandzic, Schramm, & Matthes, 2015). Grundsätzlich lässt sich jedoch feststellen, dass hauptsächlich Medienfiguren gewählt werden, die der eigenen Person ähnlich sind und bei welchen keine allzu großen Rangunterschiede vorhanden sind (vgl. Kapitel 1.2.4. und 4.1.).

Kanazawa (2002) untersucht und beschreibt die gesellschaftlichen Auswirkungen von hohem Fernsehkonsum. Er beschäftigt sich mit der Tatsache, dass die Menschen immer mehr Zeit vor dem Fernseher verbringen. Laut einer Vorstudie (Putnam, 1995) sind sowohl Frauen als auch Männer, die sehr viel fernsehen, unzufriedener mit ihrem Freundeskreis, weil sie sich durch den hohen Fernsehkonsum nahezu selbst ausgrenzen und ihre Beziehungen weniger pflegen, als vergleichsweise Personen, die weniger fernsehen und viel Zeit mit den echten Freundinnen und Freunden verbringen. Kanazawa möchte die Ergebnisse von Putnam widerlegen und stellt daher die Hypothese auf, dass das menschliche Gehirn nicht zwischen realen und imaginären Freundinnen oder Freunden unterscheiden kann. Somit glauben Menschen, die viel fernsehen und parasoziale Beziehungen führen, sie hätten einen größeren Freundeskreis, als ihr real existierender es wirklich ist. Laut ihm denkt die Rezipientin bzw. der Rezipient, dass durch die parasozialen Interaktionen an realen menschlichen Interaktionen teilgenommen wird, obwohl es sich um imaginäre im Fernsehen handelt, an denen man eigentlich gar nicht teilnehmen kann. *„Watching TV is our form of participating in civic groups because we do not really know that we are not participating in them.“* (Kanazawa, 2001, S. 171). Er kommt anhand seiner Studie zu dem Ergebnis, dass die Zufriedenheit mit dem Freundeskreis von Menschen, die gewisse TV-Genres regelmäßig rezipieren, in derselben Art und Weise gesteigert wird, wie von jenen Personen, die im Vergleich weniger fernsehen und aufgrund von regelmäßigen Interaktionen mit dem realen

Freundeskreis sehr zufrieden sind. Bei Frauen tritt dieser Effekt auf, wenn sie Dramen und Sitcoms rezipieren, bei Männern dann, wenn sie Nachrichten schauen oder Programme des öffentlichen Rundfunkdienstes, in welchen weniger Familien und mehr Leute bei der Arbeit gezeigt werden, regelmäßig einschalten. Kanazawa kann somit also beweisen, dass das häufige Rezipieren gewisser Genres im TV und der darin enthaltenen Medienfiguren, denselben Effekt bezüglich subjektiver Zufriedenheit mit dem Freundeskreis hat, wie im echten Leben viele Freunde zu haben und häufig deren Gesellschaft zu genießen. Somit widerlegt er die Ergebnisse von Putnam. Einerseits ist dieses Resultat positiv zu werten, da bei der Zuseherin bzw. dem Zuseher ein gutes, zufriedenstellendes Gefühl erweckt wird, das Ergebnis von Kanazawa wird jedoch bei den negativen Effekten parasozialer Beziehungen in Bezug auf die Qualität realer sozialer Beziehungen eingeordnet: die angebliche Erweiterung des Freundeskreises findet nur im Kopf statt und kompensiert nicht die Tatsache, dass reale soziale Freundschaften dadurch höchstwahrscheinlich vernachlässigt werden. Parasoziale und reale Freundschaften sind hinsichtlich vieler Aspekte des Lebens nicht gleichzusetzen und die betroffenen Personen können auch nicht gleichermaßen Gebrauch davon machen.

Vorderer und Knobloch (1996) belegen anhand ihrer Studie von Schülerinnen und Schülern, dass unter anderem diejenigen stärkere parasoziale Beziehungen aufweisen, welche den Wunsch nach Geselligkeit haben, diesen jedoch aufgrund ihrer Introversion nicht erfüllen können. Die parasozialen Beziehungen wirken in diesem Fall als eine Art Ersatz und kompensieren die menschlichen Bedürfnisse nach sozialer Nähe. Dieser Effekt kann gewissermaßen positiv gedeutet werden: die Schülerinnen und Schüler führen anstatt nahezu gar keinen sozialen Beziehungen eine Art imaginäre Scheinbeziehung. Wie im vorherigen Kapitel bereits anhand gewisser Studien (z.B. Bond, 2018) gezeigt wurde, wirken die PSB in verschiedenen Fällen als eine Art Ausgleich fehlender sozialer Kontakte. Intensivieren die Leute ihre parasozialen Beziehungen immer mehr und fixieren sich nur noch auf diese, können all jene Effekte aber ebenso als negativ gewertet werden, da die Möglichkeit besteht, gar kein Interesse mehr an realen sozialen Beziehungen zu haben oder die etwaige bestehende Schüchternheit oder Einsamkeit anhand realer Interaktionen überwinden zu können. In Bezug auf diesen negativen Effekt parasozialer Beziehungen gibt es jedoch keine aussagekräftigen bzw. sich nicht widersprechenden Studien und es besteht somit eine Lücke innerhalb der PSI-/PSB-Forschung. Dasselbe gilt für die

Studie von Visscher und Vorderer (1998): zwar kommen sie zu dem Entschluss, dass parasoziale Beziehungen mit einer eher kritischen bis hin zu einer negativen Selbsteinschätzung der oder des Rezipierenden korrelieren, jedoch lässt sich als Ergebnis nicht eindeutig feststellen, ob es ein negativer oder ein positiver Effekt ist, wenn die betroffenen Leute aufgrund ihrer neurotischen Persönlichkeit reale Kontakte grundsätzlich vermeiden und sich vermehrt den parasozialen widmen. Auf der einen Seite können sie beispielweise auch ihre in der Realität nicht erfüllten sexuellen Bedürfnisse anhand vermehrter Ersatzangebote wie Pornografie befriedigen (vgl. Eysenck & Eysenck, 1987; Kronewald, 2007), auf der anderen Seite stürzen sie sich in eine nicht existierende Scheinwelt, welche nicht mit der realen gleichzusetzen ist. Wie in Kapitel 2.3. dargestellt wurde, ist Einsamkeit kein eindeutiger Indikator dafür, diese anhand vermehrten parasozialen Beziehungen zu Medienfiguren auszugleichen (vgl. Fabian, 1993; Hartmann et al., 2004a). Daher bleibt es eher bei einer unsicheren Vermutung, ob vollständige Substitutionen überhaupt einen tatsächlich auftretenden Effekt parasozialer Beziehungen darstellen.

„[...] the link between two measures of social anxiety and the strength of a parasocial interaction to a celebrity is either very weak or non-existent. There may be a few persons who pursue parasocial relationships with celebrities in an attempt to alleviate shyness or loneliness. [...] However, these appear to be weak trends, at best. Further research is needed to determine if these weak trends are illusory or real.“ (Ashe & McCutcheon, 2001, S. 130)

Papacharissi und Mendelson (2007) kommen anhand ihrer Untersuchung von 157 Studentinnen und Studenten zu dem Ergebnis, dass unter den meistgewählten TV-Nutzungsmotiven von Realityshows unter anderem Gesellschaft und soziale Interaktion angeführt werden. Jene Zuseherinnen und Zuseher, die am wenigsten reale zwischenmenschliche Interaktionen führen, widmen sich eher dem Reality-TV-Programm zur Befriedigung voyeuristischer Bedürfnisse und um Gesellschaft zu erhalten. Auch der umgekehrte Fall zeigte sich: Personen, die voyeuristisch veranlagt sind und fernsehen, um Gesellschaft zu haben, erleben eindeutig weniger zwischenmenschliche Interaktionen im echten Leben. Aufgrund dieser Studie lässt sich verdeutlichen, dass eine Wechselwirkung und nicht eindeutige Trennbarkeit zwischen positiven und negativen Effekten, die zuvor versucht wurde zu beschreiben, bestehen kann.

5. Fazit und Ausblick auf den empirischen Teil der Arbeit

In den ersten Kapiteln der Arbeit wurde ein weitläufiger Überblick über die Grundlagen und Abgrenzungen zum Forschungsfeld der parasozialen Beziehung gegeben. Zahlreiche Studien und Untersuchungen wurden mit dem Ziel eines besseren Verständnisses über die PSB-Prozesse dargestellt. Es zeigte sich, dass eine spezielle personenorientierte Medienrezeption als Voraussetzung für parasoziale Beziehungen dient und dass gewisse personenbezogene Faktoren, wie vorzugsweise das weibliche Geschlecht, eine neurotische Persönlichkeit, ein ängstlich-ambivalenter Bindungsstil, u. v. m, vermehrt parasoziale Beziehungen zulassen und diese intensivieren können. Ebenso wurde dargestellt, dass verschiedene Motive die Zuseherinnen und Zuseher dazu bewegen, vermehrt Medien (darunter Serien und Filme) zu konsumieren und dadurch parasoziale Beziehungen schaffen oder bestehende verstärken. Hierzu zählen Eskapismus, Einsamkeit, Routine, Unterhaltung, Stimmungsregulation oder bestimmte genre-spezifische Emotionen, die während der Rezeption erlebt werden. All jene Begriffe wurden genau erläutert und anhand zahlreicher Beispiele umschrieben. Später wurde versucht, einen Vergleich hinsichtlich der Gefühle, Emotionen und der vorherrschenden Stimmung zwischen realen sozialen und parasozialen Beziehungen zu vollziehen. Hierbei wurde deutlich, dass dieser Vergleich eher zwischen der Fernsehperson und einer nicht-nahestehenden Person, wie z.B. einer nur flüchtig bekannten Person, der Nachbarin oder dem Nachbar bzw. einer unbekannten Person gemacht werden kann, jedoch eher nicht zwischen der Fernsehperson und einem nahestehenden Menschen der ZuschauerInnen, weil diese nahezu immer einen höheren Stellenwert einnimmt. Ebenso relevant war der Fokus auf die wahrgenommene Realität parasozialer Beziehungen: hier zeigten verschiedene Studien zwar unterschiedliche Ergebnisse, grundsätzlich lässt sich jedoch sagen, dass der Realitätsgrad der Medienfigur, die Adressierung, sowie Ähnlichkeiten zwischen ihr und den Rezipierenden relevant sind. Den Abschluss des Theorieteils der Arbeit stellten die positiven und negativen Auswirkungen parasozialer Beziehungen mit Bezug auf reale soziale Beziehungen dar. Es konnten bei beiden Dimensionen anhand zahlreicher Studien verschiedene Effekte aufgezeigt werden. Zwar kristallisierten sich etwas mehr positive Auswirkungen bei diesem Vergleich heraus, was durchaus als gut empfunden werden kann, solange die parasozialen Beziehungen als Ergänzung der realen Beziehungen fungieren, jedoch ist beim Großteil keine eindeutige Trennung zwischen positiv und negativ machbar. Grund dafür ist die Zweideutigkeit der

Auswirkungen. Da in der Forschung zu dem PSI- und PSB-Konzept im Grunde genommen keine eindeutigen und übereinstimmenden Ergebnisse vorliegen, ist es nicht verwunderlich, dass auch beim Untersuchungsschwerpunkt „Auswirkungen parasozialer Beziehungen“ Nachholbedarf besteht und sich bisherige Ergebnisse widersprechen. Diese Tatsachen veranlassen dazu, im empirischen Teil der Arbeit die bislang belegten Studien aufgrund der Uneinigkeiten zum Teil nochmals zu überprüfen, sowie einige neue Aspekte, vor allem in Bezug auf die Auswirkungen parasozialer Beziehungen, hinzuzufügen, da dieses Feld noch nicht allzu präzise erforscht wurde.

EMPIRISCHER TEIL

6. Ziel der Studie, Forschungsfragen und Hypothesen

Anhand des empirischen Teils der Arbeit soll erreicht werden, bereits existierende Studien bzw. deren Ergebnisse zu überprüfen und diese als Folge dessen, zu verifizieren oder zu falsifizieren. Relevant ist die Untersuchung deshalb, weil die zahlreichen Studien im Forschungsfeld zur parasozialen Interaktion bzw. parasozialen Beziehung zum Teil sich stark widersprechende Resultate liefern und Großteils auch schon weit über 20 Jahre alt sind. Die zu überprüfenden Bereiche beinhalten folgende Aspekte: Persönlichkeitsvariablen der Zuschauerinnen und Zuschauer, Art der parasozialen Beziehung, Vergleich zwischen Emotionen bei parasozialen Situationen und realen sozialen Situationen und bestimmten Fernsehmotiven hinsichtlich parasozialer Beziehungen. Zudem soll der Fokus der Arbeit auf die Auswirkungen parasozialer Beziehungen bezüglich der Qualität realer sozialer Beziehungen gerichtet werden. Dieser Aspekt muss in der bisherigen Forschung noch präziser aufgearbeitet werden, da hierzu bislang Lücken existieren und ebenso zum Großteil nicht übereinstimmende Ergebnisse dargeboten werden. Der daraus resultierende Nutzen dient für ein erweitertes und genaueres Verständnis parasozialer Beziehungen und deren Folgen. Da es sich hierbei um multidisziplinäre Forschungsbereiche handelt, profitieren zukünftig Forscher, sowohl in der Medien- und Sozialpsychologie, in der Rezeptions- und Wirkungsforschung, als auch in der Soziologie und Kommunikationswissenschaft.

Aus der allgemeinen Problemstellung, welche die Diplomarbeit grundsätzlich behandelt, geht folgende prinzipielle Fragestellung hervor:

Welche Auswirkungen haben parasoziale Beziehungen zu Medienfiguren auf die Qualität realer sozialer Beziehungen?

Es soll überprüft werden, inwiefern sich parasoziale Beziehungen zu Medienfiguren auf das Verhalten der Rezipierenden auswirken können, indirekt durch bestimmte Einstellungsänderungen, aber auch direkt, durch eine Veränderung im sozialen Verhalten der Zuschauerinnen und Zuschauer, bis hin zur Substitution realer Freundinnen und Freunde. Aus dieser Hauptforschungsfrage, bzw. aus etablierten, im ersten Teil der Arbeit beschriebenen Theorien, lassen sich die im Folgenden beschriebenen Hypothesen und eine Subforschungsfrage ableiten.

6.1. Personenmerkmale

Zunächst ist es wichtig, charakteristische Persönlichkeitsmerkmale der Zuseherinnen und Zuseher zu erörtern. Dabei geht es vor allem um Eigenschaften, welche dazu leiten, vermehrt und intensiver parasoziale Beziehungen zu führen.

Neurotische Menschen sind zunehmend durch einen Zustand von Spannung, Selbstzweifel, Unsicherheit und Stimmungsschwankungen gezeichnet, wodurch es ihnen oft erschwert wird, zwischenmenschliche Beziehungen zu führen. Häufig bedingt ihre psychische Verfassung soziale Angst. Das Bedürfnis nach Kontakt und Nähe steckt jedoch in jedem Menschen und muss auf eine gewisse Art und Weise kompensiert werden (Tsay & Bodine, 2012). Ist dieser Ausgleich anhand realer zwischenmenschlicher Beziehungen nicht möglich, stellen parasoziale Beziehungen zu Medienfiguren einen einfachen Ersatz dar.

Hypothese 1 (H1): Neurotische Menschen führen intensive parasoziale Beziehungen zu Medienfiguren.

6.2. Art der parasozialen Beziehung

Neben verschiedenen Persönlichkeitsmerkmalen der Zuseherinnen und Zuseher ist es wichtig, die Art der parasozialen Beziehung, welche sie zur Medienfigur führen, zu erfassen. Hierbei kann zwischen freundschaftlicher und romantischer PSB unterschieden werden, welche von diversen Bedürfnissen abhängen können. Es gilt herauszufinden, ob sich Singles von Lierten bezüglich der Art ihrer parasozialen Beziehung differenzieren. Singles haben eher das Bedürfnis nach Nähe und es besteht vermehrt der Wunsch nach zwischenmenschlicher Intimität zu einer anderen Person, als es bei Leuten in einer Partnerschaft der Fall ist, die dieses Verlangen durch ihre Partnerin oder ihren Partner kompensieren können. Dadurch liegt die Vermutung nahe, dass Singles ihre Lieblingsfernsehfigur häufiger attraktiver wahrnehmen und in ihr die Traumpartnerin oder den Traumpartner sehen. Hier steht das sexuelle Element der parasozialen Beziehung im Fokus. Da diese Begierden bei liierten Personen grundsätzlich innerhalb der realen Beziehung befriedigt werden können, werden mit Medienfiguren eher keine romantischen parasozialen Beziehungen geführt (Kronewald, 2007). Bei Singles ist es dementsprechend genau Gegenteil.

Hypothese 2 (H2): Singles weisen eher romantische parasoziale Beziehungen auf als Personen in einer Partnerschaft.

6.3. Nutzungsmotive

Menschen haben diverse Motive, weshalb sie Serien und Filme rezipieren. Diese stehen deshalb im Zusammenhang mit parasozialen Beziehungen, weil die Gründe unter gewissen Umständen parasoziale Beziehungen entstehen lassen können, oder diese intensivieren. Demnach ergibt sich die Frage, ob es bestimmte TV-Nutzungsmotive gibt, welche in Wechselwirkung mit parasozialen Beziehungen stehen.

Verschiedene Bedürfnisse der Personen führen dazu, dass der Fernseher häufiger benutzt wird. Aus Studien ging bereits hervor, dass Vielseherinnen und Vielseher vermehrt parasoziale Beziehungen führen (Vorderer, 1996a). In bisherigen Erhebungen wurden unter anderem die Motive Einsamkeit (vgl. Rubin, Perse, & Powell, 1985; Wang, Fink, & Cai, 2008), Unterhaltung (Vorderer, Klimmt, & Ritterfeld, 2004), Stimmungsregulierung bzw. *Mood-Management* (Klimmt, Hartmann, & Schramm, 2006), Routine (Fahlenbrach, Brück, & Bartsch, 2008) und Eskapismus (Tsay & Bodine, 2012) auf ihre Relevanz untersucht. Die zuletzt erwähnten Autorinnen integrieren in ihre Studie den Großteil dieser Nutzungsmotive. Sie gehen davon aus, dass die aktiven Fernsehgründe, wie Eskapismus und Unterhaltung, positiv mit PSI korrelieren, die passiven Motive, wie Routine und Stimmungsregulierung, jedoch negativ in Verbindung mit ihr stehen. Ein wesentlicher Unterschied zur hier aufliegenden Studie ergibt sich darin, dass sich Tsay und Bodine in ihrer Erhebung auf parasoziale Interaktionen beschränken. Hier tritt das in Kapitel 7.2.1. geschilderte Problem hinsichtlich der Messskalen, welche prinzipiell auf PSI ausgerichtet sind und PSB im weitesten Sinne vernachlässigen, auf. Nichtsdestotrotz wird, wie in anderen Untersuchungen, auch hier mit diesen gearbeitet. Reliabilitätsanalysen sollen Abhilfe schaffen. Weil das umstrittene Motiv der Einsamkeit in bisherigen Studien zum Großteil widerlegt werden konnte (Kapitel 2.3.), bezieht sich folgende Hypothese nun ausschließlich auf die Ergebnisse von Tsay und Bodine und beinhaltet die aktiven Fernsehgründe, worunter Eskapismus und Unterhaltung zählen.

Hypothese 3 (H3): Aktive Fernsehgründe führen zu intensiven parasozialen Beziehungen.

6.4. Vergleich zwischen parasozialen und realen Gefühlen

Sowohl positive als auch negative Gefühle während oder nach dem parasozialen und dem realen sozialen Kontakt lassen sich zum Teil vergleichen. Demnach gilt die Vermutung, dass gewisse Gefühle bei beiden Situationen erlebt werden. Die Frage ist jedoch, ob sich jene Gefühle voneinander differenzieren lassen. Erlebte Empfindungen können nur dann einander gegenübergestellt werden, sobald die parasoziale Beziehung besonders intensiv ist und die Beziehung zu der realen Person ebenso stark ist, oder aber sobald weder die parasoziale Beziehung, noch die reale Beziehung intensiv sind. In Studien stellte sich bislang heraus, dass eher ein Vergleich mit einer nicht nahestehenden realen Person, z.B. der Nachbarin/dem Nachbarn, gemacht werden konnte. Bei subjektiv wichtigen Personen, wie zum Beispiel der besten Freundin/dem besten Freund, liegen die parasozialen Gefühle jedoch deutlich unter denen der realen Situation (Gleich, 1996; Géhri, 2008). Daher wird vermutet, dass die Gefühle bei parasozialen Beziehungen als weniger intensiv gewertet werden, als jene bei nahestehenden realen Personen.

Hypothese 4 (H4): Die Gefühle, die während oder nach dem Zusammensein mit einer nahestehenden Person erlebt werden, sind intensiver als jene, die während oder nach der Fernsehrezeption mit der Lieblingsfigur erlebt werden.

6.5. Auswirkungen parasozialer Beziehungen

Letztendlich sollen die Auswirkungen parasozialer Beziehungen näher beleuchtet werden. Studien, wenn auch nicht allzu viele, haben gezeigt, dass die imaginären Beziehungen Auswirkungen verschiedenster Art haben können. Der Extremfall wäre die Substitution realer sozialer Beziehungen, wobei diese eine Ausnahme bleibt und in den pathologischen Bereich eingeordnet werden sollte (Horton & Wohl, 1956). Es kann verschiedene Gründe geben, weshalb parasoziale Beziehungen als Kompensation realer sozialer Beziehungen genutzt werden, diese sind auch keinesfalls verwerflich oder fragwürdig, solange sie eine Erweiterung zu bestehenden realen Beziehungen darstellen. Jedoch muss es sich bei den Auswirkungen parasozialer Beziehungen nicht nur um eine Kompensierung realer Bindungen handeln, sondern diese können sich auch indirekt, beispielweise durch eine Veränderung der im Verhalten der Zuseherin/des Zusehers zeigen. Dieser Einfluss

kann versteckt wiederum einen Effekt auf reale Beziehungen aufweisen, beispielweise sobald die Zusehenden ihr soziales Verhalten im Zusammensein mit anderen Leuten ändern, weil sie dieses bei der Lieblingsfernsehfigur als gut befinden und Ratschläge von ihr nutzen (Bond, 2018). Vor allem für das Familien- oder das Beziehungsleben, welche in Filmen und Serien oft einen wichtigen Punkt darstellen, können verschiedene Rollen imitiert werden, wenn sie als besonders erwünscht oder ideal empfunden werden (Morrison & Westman, 2001; Madison & Porter, 2015). Ist die TV-Person innerhalb der Serie oder des Films ein wahrlicher Familienmensch, könnte es demnach durchaus sein, dass die Zuseherin oder der Zuseher diese Rolle imitiert und in ihr echtes Leben transplantiert. Es muss sich aber nicht nur um Imitation handeln: pflegen die ZuseherInnen ihre Beziehung zu der Medienfigur, so übertragen sie diese Tätigkeit auf echte Beziehungen (Madison & Porter, 2015). Viele Studien haben bewiesen, dass anhand parasozialer Interaktionen und Beziehungen, Konversationen und Situationen, bevor sie im echten Leben passieren, imaginär einstudiert werden können. Vor allem introvertierte Leute und Personen mit einem niedrigen Selbstwert dürften hiervon profitieren (Derrick, Gabriel, & Tippin, 2008; Tsao, 1996). Die Vermutung liegt nahe, dass durch Imitation der Lieblingsfigur der eigene Selbstwert und das Sozialverhalten womöglich verstärkt und verbessert werden können. Beispielweise öffnet sich eine grundsätzlich schüchterne Person anderen Leuten von nun an mehr, weil sie es bei ihrer Lieblingsfernsehperson als gut empfindet und ihr nachahmen möchte. Ebenso werden hierdurch Diskrepanzen zwischen dem aktuellen Selbst und dem idealen Selbst verringert (Derrick, Gabriel, & Tippin, 2008).

Hypothese 5 (H5): Personen mit niedrigem Selbstwert imitieren vermehrt ihre Lieblingsfernsehperson.

Hypothese 6 (H6): Die Imitation der Lieblingsfigur wirkt sich positiv auf das Sozialverhalten der ZuschauerInnen aus.

Denkbar ist jedoch auch eine negative Art von Auswirkung: stürzen sich die Zusehenden immer mehr in die bestehende parasoziale Beziehung mit der Lieblingsfernsehfigur, könnten reale Kontakte darunter leiden, wobei es sich dabei jedoch nicht sofort um eine Substitution handeln muss. Intensive parasoziale Beziehungen führen möglicherweise dazu, dass sich die Betroffenen in ihrer Freizeit vermehrt lieber mit der Fernsehperson, als mit nahestehenden Leuten des echten Lebens beschäftigen. Diese Folge ist dann als negativ zu deuten, sobald die Zeit lieber

alleine vor dem Fernseher verbracht wird, als in der Gesellschaft anderer zu sein (Putnam, 1995). Weiters kann es zu Vergleichen zwischen der parasozialen Freundin/dem parasozialen Freund und der Freundin/dem Freund des echten Lebens kommen, welche möglicherweise in Unzufriedenheit und Änderungsversuchen enden. Daraus lässt sich die folgende Hypothese ableiten:

Hypothese 7 (H7): Intensive Parasoziale Beziehungen zu Medienfiguren haben einen negativen Effekt auf reale freundschaftliche Beziehungen.

Neben der freundschaftlichen Komponente sollen auch Liebesbeziehungen beleuchtet werden. Intensive parasoziale Beziehungen können auch hier wieder in einer Nebeneinanderstellung der parasozialen Person und der realen Liebespartnerin bzw. des realen Liebespartners enden und somit möglicherweise Gefühle von Unzufriedenheit innerhalb der realen Partnerschaft auslösen. Im schlimmsten Fall wird von der Zuseherin oder dem Zuseher sogar versucht, die Beziehungspartnerin oder den Beziehungspartner an die als perfekt empfundene Medienfigur anzupassen. Auf Grund der Tatsache, dass dieser Forschungsbereich bislang eher vernachlässigt wurde und es sich um eine Forschungslücke handelt, wird für die Auswirkungen auf Partnerschaften eine Subforschungsfrage anstatt einer Hypothese aufgestellt, da sich Hypothesen aus geeigneten Theorien oder bereits vorhanden Studien ableiten lassen sollten (Döring & Bortz, 2016).

Subforschungsfrage (SFF): Wirken sich intensive parasoziale Beziehungen mit Serien- und Filmfiguren negativ auf die Qualität der Partnerschaft im echten Leben aus?

7. Empirisches Design

7.1. Erhebungsmethode

Damit die Hypothesen und die (Sub-)Forschungsfrage überprüft und beantwortet werden können, eignen sich sowohl qualitative als auch quantitative Erhebungsmethoden, wobei für die eigene Arbeit ein quantitativer Zugang als zweckmäßiger befunden wurde. Es wurde eine Online-Umfrage erstellt, welche auf standardisierter Weise und in möglichst kurzer Zeit ermöglichen sollte, repräsentative Ergebnisse mit größtmöglicher Anonymität zu gewähren. Anonymität ist daher ein

wichtiger Faktor, weil die Versuchspersonen teilweise zu persönlichen Themen und Bereichen ihres Lebens befragt werden, wobei bei Face-to-Face-Situationen eine gewisse Hemmschwelle auftreten könnte, da es sich möglicherweise um subjektiv empfundene intime Einblicke in die Privatsphäre handelt. Persönliche Interviews wurden daher ausgeschlossen. Eine Online-Befragung bietet, gegenüber schriftlichen Befragungen, außerdem die Möglichkeit, notwendige automatische Filter auf eine sehr mühelose Art und Weise in die Umfrage einzubauen. Weiters richtet sich eine Online-Befragung auf die Zielgruppe der Jugendlichen und (jungen) Erwachsenen, da diese den Hauptanteil an Online-Nutzerinnen und Online-Nutzern darstellen (Kronewald, 2007). Generell gilt eine Erhebung anhand strukturierter Fragebögen in der empirischen Sozialforschung als dominierend (Döring & Bortz, 2016). Subjektives Erleben und vergangenes Verhalten, welches nicht direkt beobachtbar ist, lässt sich hiermit am besten erfassen. Neben all diesen Vorteilen ist jedoch auch mit möglichen Kehrseiten zu rechnen: aufgrund der Anonymität lassen sich Antworten besser verfälschen und da es sich um eine reaktive Methode handelt, sind sich die TeilnehmerInnen bewusst, dass sie an einer Umfrage teilnehmen. Dies könnte zur Folge haben, dass die Antworten stark von dem Fragebogen selbst und der Situation, in welcher an der Umfrage teilgenommen wird, abhängig sind (ebd., S.399). Anhand eines Pretests wurde der Fragebogen auf Verständlichkeit und etwaiger Interpretationsprobleme von zwei Versuchspersonen überprüft, indem sie aufgefordert wurden, den Online-Fragebogen unter Beobachtung und ausführlichem Feedback zu beantworten. Dadurch wurde ermöglicht, dass ein unmittelbarer Zugang zum Denken und zum Verständnis der TeilnehmerInnen geschaffen wurde (Kronewald, 2007). Anhand dieser Ergebnisse wurden die Fragen zum Teil noch einmal überarbeitet und umformuliert. Die Online-Umfrage wurde sieben Tage lang freigeschalten und konnte innerhalb dieses Zeitraums von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern aufgerufen und daran teilgenommen werden.

7.2. Fragebogen

Die einzelnen Seiten des Fragebogens werden in den folgenden Kapiteln genauer erläutert. Die Reihenfolge wurde in thematisch zusammenhängende Blöcke gegliedert. Der Ablauf der Umfrage wurde hinsichtlich der Chronologie der benutzten Items und der verschiedenen Themenbereiche jedoch zum Teil geändert und nicht in jener

Abfolge abgefragt, wie sie in den nächsten Kapiteln dargestellt wird. Damit soll hinsichtlich der kognitiven Verarbeitungsprozesse der TeilnehmerInnen jener Effekt verhindert werden, dass diese aufgrund von Erkennen der Absicht der Fragen, ihre Antworten verfälschen (Döring & Bortz, 2016). Die Darstellung der Variablen wird anhand einer Unterteilung in unabhängige Variablen (soziodemografische Merkmale, Persönlichkeitsmerkmale, Angaben zur Person) und abhängige Variablen (parasoziale Beziehung, Fernsehnutzungsmotive, Auswirkungen parasozialer Beziehungen) konkretisiert. In Tabelle 1 wird die Endverfassung des Fragebogens mit sinnvoller Reihenfolge veranschaulicht.

Tabelle 1: Ablauf und Aufbau des Fragebogens (vgl. Kronewald, 2007)

Seite 1	Begrüßung, Einführung
Seite 2	Demographie (Alter, Geschlecht, höchster Bildungsabschluss, sexuelle Orientierung, <i>Filterfrage</i> : Beziehungsstand)
Seite 3	Parasoziale Beziehung
Seite 4	Lieblingsfernsehperson (Geschlecht, ungefähres Alter, sexuelle Orientierung)
Seite 5	Persönlichkeitstest
Seite 6	Art der parasozialen Beziehung
Seite 7	Freundeskreis
Seite 8	Fernsehnutzungsmotive
Seite 9	Vergleich zwischen PSB und realer sozialer Beziehung: <i>Version für parasoziale Beziehung</i>
Seite 10	<i>Version „in einer Partnerschaft“</i> : Auswirkungen der PSB auf die Partnerschaft
Seite 11	Selbstwerttest
Seite 12	Auswirkungen der PSB auf das Sozialverhalten und Freundschaften
Seite 13	Vergleich zwischen PSB und realer sozialer Beziehung: <i>Version für reale soziale Beziehung</i>
Seite 14	Auswirkungen der PSB auf das Sozialverhalten und den Selbstwert

7.2.1. Parasoziale Beziehungen

Als Ausgangspunkt für die Erhebung ist es wichtig erfassen zu können, ob die Teilnehmerinnen und Teilnehmer parasoziale Beziehungen zu ihren Lieblingsfiguren führen. Daher werden Items der in diesem Forschungsbereich fast schon als Standard gesehenen PSI-Skala von Rubin et al. (1985), bzw. deren Adaption nach Gleich (1995,1997) zur Erhebung der Beziehungsqualität, sowie Items der PSI-Prozess-Skalen nach Schramm und Hartmann (2008), übernommen. Auch eigene Items wurden der Vollständigkeit halber erstellt (z.B. „Ich sehe gewisse Serien oder Filme gerne, weil ___ darin mitspielt“). Die PSI-Skala nach Rubin bezieht sich ausschließlich auf parasoziale Interaktionen und steht daher schon lange unter Kritik. Von diesem Standpunkt her soll die Skala nach Gleich einen Ausgleich bezüglich darüberhinausgehender Aktivitäten und Dimensionen darstellen. Jene Studie ist auch deshalb notwendig, weil die Skala von Rubin ausschließlich die parasozialen Interaktionen zu Nachrichtensprecherinnen und -sprechern misst, in der vorliegenden Studie jedoch Serien und Filme relevant sind. Dennoch stellt auch die Skala nach Gleich kein eindeutiges Instrument zur Ermessung von parasozialen Beziehungen dar. Nichtsdestotrotz erwiesen sich alle verwendeten Skalen in bisherigen Studien als erfolgreich und werden trotz einiger Kritikpunkte zum Teil auch hier übernommen, zusätzlich aber noch an die Studie angepasst und Reliabilitätsanalysen unterzogen. Anhand positiver Bewertungen der Items kann ein Großteil der Hypothesen in Korrelation mit andern Skalen überprüft werden. Die in der Befragung verwendete PSB-Skala beinhaltete letztendlich 13 Items, worunter jedoch Item Nummer 2 „In meiner Jugendzeit hatte ich wesentlich mehr Lieblingsfernsehpersonen als jetzt“ lediglich als Zwischenfrage diente und nicht für die Bewertung einer PSB verwendet wurde. Somit handelte es sich genaugenommen um eine PSB-Skala mit 12 Items. Die vollständige Skala, inklusive der eigens erstellten Items, wird im Anhang ersichtlich gemacht. Tabelle 2 zeigt all jene Items, welche für die Erfassung von parasozialen Beziehungen von vorhandene Skalen adaptiert worden sind.

Tabelle 2: Adaptierte Items zur Messung parasozialer Beziehungen

Item	Adaptierte Quelle
Wenn ____ zu einer anderen Serie wechseln würde, dann würde ich ihn mir dort anschauen.	Gleich, 1995
Wenn in Zeitungen oder Zeitschriften etwas über ____ steht, würde ich es auf jeden Fall lesen.	Gleich, 1995
Ich freue mich darauf, ____ beim nächsten Mal wieder in der Sendung zu sehen.	Gleich, 1995
Ich würde ____ gerne einmal persönlich treffen und kennenlernen.	Gleich, 1995
Manchmal passiert es mir, dass ich in Gedanken oder auch tatsächlich irgendetwas zu ____ sage.	Gleich, 1995
Es tut mir leid für ____, wenn ihm ein Missgeschick passiert (z.B., wenn er sich verspricht).	Gleich, 1995
Ich finde es angenehm, die Stimme von ____ zuhause zu hören.	Gleich, 1995
Es kommt sogar vor, dass ich ____ vermisste, wenn er längere Zeit nicht auf dem Bildschirm erscheint.	Gleich, 1995
Nach bestimmten Dingen, die ____ gesagt oder getan hat, hätte man meine Reaktionen am Gesicht ablesen können.	Schramm & Hartmann, 2008
Obwohl ____ prominent und bekannt ist, sehe ich in ihm eher eine ganz normale Person wie „du und ich“.	Gleich, 1995

7.2.2. Personenmerkmale

Bei den Personenmerkmalen sind sowohl soziodemografische Merkmale, der Beziehungsstand und die Persönlichkeitsmerkmale von Bedeutung.

Soziodemografische Kriterien wurden anhand Standardfragen nach Geschlecht, Alter, höchster Schulabschluss, Beziehungsstatus und sexueller Orientierung geklärt. Die erste Seite ist für alle TeilnehmerInnen verpflichtend. Die Frage nach dem aktuellen Beziehungsstatus der Person war eine Filterfrage und ließ im Verlauf der Umfrage die Seite „Auswirkungen auf die Partnerschaft“ demnach erscheinen oder nicht.

Für die Erfassung der Persönlichkeitsmerkmale wurden in dieser Studie adaptierte Items aus dem International Personality Item Pool (IPIP), welche Tsay und Bodine

davon in ihrer Studie verwenden, in der deutschen Übersetzung benutzt (vgl. IPIP, 2018; Tsay und Bodine, 2012). Der Fragepool in der Umfrage umfasste anstatt der „Big Five“ nur die Dimensionen Extraversion, Neurotizismus, Offenheit und Verträglichkeit. Tsay und Bodine (2012) beschreiben in ihrer Studie, dass Gewissenhaftigkeit in Bezug auf das Fernsehen wegen der widersprüchlichen Befunden in bisherigen Studien, keine Relevanz hat. Dies ist der Grund, weshalb auch in dieser Erhebung auf den Faktor Gewissenhaftigkeit bewusst verzichtet wurde. Die TeilnehmerInnen konnten zwischen zwei Auswahlmöglichkeiten wählen, ob die jeweilige Aussage auf sie zutrifft oder nicht.

Tabelle 3: Ausgewählte Items des IPIP in der deutschen Übersetzung (vgl. Tsay & Bodine, 2012, S. 191)

Extraversion
<p>Ich fühle mich in Gegenwart von Menschen sehr wohl. Ich beginne oft Gespräche mit Fremden. Ich habe kein Problem damit, im Mittelpunkt zu stehen. Bei langweiligen Gesellschaften bringe ich Leben hinein. Ich bin sehr gesprächig.</p>
Neurotizismus
<p>Ich habe oft Stimmungsschwankungen. Ich fühle mich schnell gestresst. Ich habe oft das Gefühl von Spannung in mir. Gelingt mir etwas nicht wie geplant, regt es mich stark auf. Ich bin sehr leicht deprimiert und niedergeschlagen.</p>
Offenheit für Erfahrung
<p>Ich bin ein sehr neugieriger Mensch. In der Not werde ich erfinderisch und finde immer eine Lösung. Ich habe eine lebendige Fantasie. Oft handle ich zu schnell und bin zu unvorsichtig.</p>
Verträglichkeit
<p>Ich versetze mich oft in die Lage anderer. Ich bin sehr kooperativ. Ich bin sehr nachgiebig.</p>

Weiters wurden die TeilnehmerInnen auf ihren Selbstwert untersucht. Hierzu wurde die deutsche und revidierte Übersetzung der *Self-Esteem-Scale* nach Rosenberg von Collani und Herzberg (2003) verwendet. Es konnte zwischen 4 Dimensionen gewählt werden, ob die jeweilige Aussage zutrifft oder nicht. Der Selbstwert war für Hypothese H5 relevant, da untersucht werden soll, ob vor allem Leute mit niedrigem Selbstwert die Medienpersonen imitieren und sich dadurch selbst bessern können.

Tabelle 4: Items zur Messung des Selbstwerts nach Collani & Herzberg, 2003

Item	Indikator für positiven (+) oder negativen (-) Selbstwert
Alles in allem bin ich mit mir selbst zufrieden	+
Hin und wieder denke ich, dass ich gar nichts taue.	-
Ich besitze eine Reihe guter Eigenschaften	+
Ich kann vieles genauso gut wie die meisten anderen Menschen auch	+
Ich fürchte, es gibt nicht viel, worauf ich stolz sein kann.	-
Ich fühle mich von Zeit zu Zeit richtig nutzlos.	-
Ich halte mich für einen wertvollen Menschen, jedenfalls bin ich nicht weniger wertvoll als andere auch.	+
Ich wünschte, ich könnte vor mir selbst mehr Achtung haben.	-
Alles in allem neige ich dazu, mich für einen Versager zu halten.	-
Ich habe eine positive Einstellung zu mir selbst gefunden.	+

Um den Freundeskreis der TeilnehmerInnen untersuchen zu können, wurde eine Auswahl zwischen vier Items erstellt, unter welchen wählbar war, ob sie entweder keine Freundinnen und Freunde haben, welchen sie alles von sich anvertrauen, Freundinnen oder Freunde haben, jedoch niemanden etwas anvertrauen, mehrere Freundinnen oder Freunde haben, aber maximal ein bis zwei Personen davon alles von sich anvertrauen oder viele Freundinnen und Freunde haben, unter denen sie mindestens drei Personen alles von sich anvertrauen würden.

7.2.3. Personamerkmale

Nicht nur die soziodemografischen Angaben der Zuseherinnen und Zuseher wurden erfasst, sondern auch jene der Medienpersonen. Demnach wurde nach ihrem Geschlecht, dem ungefähren Alter und der sexuellen Orientierung gefragt.

7.2.4. Art der parasozialen Beziehung

Da parasoziale Beziehungen, wie in den vorherigen Abschnitt schon des Öfteren erwähnt, verschiedene Ausprägungen annehmen können, vergleichbar mit Bindungen im realen Leben, wird zwischen freundschaftlicher und romantischer parasozialer Beziehung unterschieden. Freundschaftliche PSB umfassen die Dimensionen der Ähnlichkeit und der Gemeinsamkeiten mit der Medienfigur. Außerdem zeigt die Rezipientin oder der Rezipient ihr gegenüber Vertrauen und Verständnis (Kronewald, 2007). Romantische parasoziale Beziehungen äußern sich vor allem durch das Vorhandensein einer sexuellen Komponente sowie einer starken Anziehungskraft zu der Medienfigur. Entsprechende Items wurden sowohl von der *Preliminary Multiple PSR Scale* von Tukachinsky (2010), von Gleich (1995,1997), als auch von Kronewald (2007) adaptiert bzw. zum Teil in einer etwas abgeänderten Form übernommen. Zusätzlich wurden eigene Items kreiert, um eine vollständige Passgenauigkeit garantieren zu können (z.B. „Sehe ich ___ zu, wie er jemanden näherkommt, wäre ich gerne anstelle dieser Person“). Auch zwei Items der PSI-Prozess-Skalen von Schramm und Hartmann (2008) wurden benutzt. Die TeilnehmerInnen konnten auf einer fünfstelligen Likert-Skala zwischen „trifft gar nicht zu“ und „trifft völlig zu“ wählen. Die Ergebnisse sind für die Überprüfung von Hypothese H2 relevant, ob Singles tatsächlich eher romantische PSB führen. Die adaptierten Items, inklusive deren Quellen, werden anhand Tabelle 5 dargestellt. Die vollständige Skala, welche insgesamt 16 Items beinhaltet, kann im Anhang nachgeschlagen werden.

Tabelle 5: Adaptierte Items zur Erfassung der Art der parasozialen Beziehung

	Adaptierte Quelle
Freundschaftliche PSB	
Wenn ___ eine reale Person wäre, könnte ich ihm problemlos negative Dinge über mich verraten.	Tukachinsky, 2010
Manchmal würde ich ___ gerne um Rat fragen.	Tukachinsky, 2010
Wenn ___ eine reale Person wäre, würde er immer auf mich zählen können.	Tukachinsky, 2010
Ich glaube, ___ und ich sind uns sehr ähnlich.	Gleich, 1997
Ich habe das Gefühl, ___ ist für mich so etwas wie ein „guter alter Freund“.	Gleich, 1995
Hin und wieder habe ich darüber nachgedacht, ob ___ mir selbst ähnlich oder unähnlich ist.	Schramm & Hartmann, 2008
Ich bewundere ___.	Tukachinsky, 2010
Ich habe immer wieder überlegt, ob ich Leute kenne, die ___ ähnlich sind.	Schramm & Hartmann, 2008
Romantische PSB	
Ich finde, ___ ist attraktiv.	Gleich, 1995
Ich fühle mich ___ sehr nahe.	Gleich, 1997
___ entspricht genau meinen Vorstellungen, wie mein Partner aussehen sollte.	Tukachinsky, 2010
In meinen intimen Fantasien spielt ___ manchmal eine Rolle.	Kronewald, 2007
___ könnte für mich der ideale Partner sein.	Tukachinsky, 2010

7.2.5. Fernsehnutzungsmotive und parasoziale Beziehungen

Die Motive zur Fernsehnutzung sollten in Relation zur vorhandenen parasozialen Beziehung gemessen werden. Dies wurde anhand adaptierter Items, einerseits von Schramm und Hartmann (2008), andererseits von Bente und Fromm (1997), sowie der PSI-Skala und Fernsehnutzungsmotivskala von Rubin et al. (1983, 1985), umgesetzt. Es handelte sich hierbei jedoch um Abänderungen: bei jedem Item wurde als Ergänzung jeweils extra noch der Aspekt der Lieblingsfernsehperson eingefügt, damit sich das Fernsehnutzungsmotiv intensiver auf die parasoziale Beziehung bezieht. Beispielweise wurde das Originalitem „Ich schaue fern, weil ich dabei richtig abschalten kann“ (Bente & Fromm, 1997) auf „Ich wähle gezielt eine Serie/einen Film mit ___, weil ich weiß, dass ich dabei richtig abschalten kann“ umgeändert.

Beantwortungen der Items waren auf einer fünfstufigen Likert-Skala von „trifft gar nicht zu“ bis „trifft völlig zu“ möglich. In der Befragung wurden die Dimensionen „Emotionen“, „Eskapismus“, „Einsamkeit“, „Unterhaltung“, „Stimmungsregulation“ und „Routine“ eingefügt, für die Hypothese H3 sind jedoch nur „Eskapismus“, „Unterhaltung“, also die aktiven Fernsehgründe (Tsay & Bodine, 2012), relevant. Die restlichen Items wurden nicht beachtet, können jedoch für zukünftige Studien übernommen werden. Zusätzlich wurden auch wieder eigene Items hinzugefügt. In Tabelle 6 sind all jene Items sichtbar, welche auf anderen Quellen basieren.

Tabelle 6: Adaptierte Items zur Erfassung des Fernsehnutzungsmotivs in Bezug auf die PSB in Anlehnung an verschiedene Quellen

Dimension	Item	Anlehnung an die Quelle von ...
Emotionen	Ich bin immer voller Mitgefühl mit ____. Wenn ich eine Sendung mit ____ sehe, erlebe ich beim Schauen eine Reihe von verschiedensten Emotionen (z.B. Freude, Furcht, Liebe, Mitleid).	Schramm & Hartmann, 2008 Schramm & Hartmann, 2008
Eskapismus	Ich wähle gezielt eine Serie/einen Film mit ____, weil ich weiß, dass ich dabei richtig abschalten kann. ____ zu sehen, hilft mir dabei, dem Alltag zu entfliehen und vorhandene Probleme zu vergessen.	Bente & Fromm, 1997 Rubin, 1983
Einsamkeit	Ich sehe mir ____ an, um Gesellschaft zu haben. Wenn ich mich einsam fühle sehe ich mir gezielt etwas mit ____ an, dann geht es mir besser.	Kronewald, 2007 Bente & Fromm, 1997
Unterhaltung	Ich sehe Serien/Filme mit ____ deshalb gerne, weil er mich gut unterhält.	Rubin et al., 1983
Stimmungsregulation	Das Verhalten von ____ hat einen starken Einfluss auf meine eigene Stimmung. Wenn ich vor dem Schauen einer Serie/eines Films mit ____ verärgert oder traurig war, geht es mir danach meist besser. Manchmal werde ich durch einen traurigen Gesichtsausdruck von ____ selbst traurig. Ich sehe mir gezielt eine Sendung mit ____ an, wenn mir langweilig ist.	Schramm & Hartmann, 2008 Schramm & Hartmann, 2008 Schramm & Hartmann, 2008 Rubin, 1983
Routine	Eine Serie/einen Film mit ____ zu sehen, gehört bei mir zum Alltag.	Rubin, 1983

7.2.6. Vergleich parasozialer und realer sozialer Gefühle

Um einen Vergleich zwischen parasozialen und realen Gefühlen, die entweder bei der Fernsehrezeption oder beim Zusammensein mit echten nahestehenden Personen erlebt werden, zu ermöglichen, schien es notwendig, dieselben Items einmal in Bezug auf die Lieblingsfernsehperson und einmal in Bezug auf eine nahestehende Person zu verwenden. Die zwei Versionen durften jedoch nicht direkt hintereinander folgen, um mögliche Verfälschungen auszuschließen (vgl. Kapitel 7.2.). Folgende Tabelle soll die zwei unterschiedlichen Versionen, anhand welcher die Gefühle verglichen werden sollten, darstellen. Die Items basierten zum Teil auf jenen von Gleich (1995, 1996) und Rubin (1983), jedoch wurden sie umformuliert und angepasst, um die Befragung zu kürzen und zu vereinfachen. Gleich verwendet in seiner Erhebung eine Methode, anhand welcher er eine Nebeneinanderstellung der Lieblingsfernsehperson und Freundinnen und Freunden sowie Nachbarinnen und Nachbarn der TeilnehmerInnen, mithilfe von sieben Dimensionen zur Beurteilungen der jeweiligen Beziehungsqualität ermöglicht. Die TeilnehmerInnen sollten in seiner Erhebung die jeweilige Qualität der Beziehungen einschätzen und für jede Person (TV-Figur, Nachbar/Nachbarin, Freund/Freundin) auf einer Skala von 1 bis 5 bewerten. Die Dimensionen umfassten Vertrauen, Leidenschaft, Nähe/Kontakt, Ideal, Intellektuelle Anregung, Charakter und Soziabilität. Eine Abänderung dieser Art von Erhebung war in der vorliegenden Studie deshalb relevant, weil erfahrungsgemäß längere Befragungen früher abgebrochen werden und somit versucht werden sollte, den Umfang der Items möglichst minimal zu gestalten. Ebenso erleichterte die in dieser Studie verwendete Form die Umsetzung. Die Items basierten demnach auf der Idee von Gleich und seinen verwendeten Items, wurden aber für die hier vorliegende Erhebung passend umformuliert. Tabelle 7 soll jene Quellen verdeutlichen. Ebenso wurden eigene Items hinzugefügt, welche im Anhang bei dem vollständigen Fragebogen sichtbar gemacht werden. Insgesamt handelte es sich um zwei einzelne Skalen mit jeweils 7 Items.

Tabelle 7: Adaptierte Items zum Vergleich parasozialer und realer Gefühle

Dimension/Item	Anlehnung an folgende Quellen
Version 1: Parasoziale Gefühle	
Wenn ich ___ am Bildschirm sehe, kommt es mir vor, als wenn ich mit Freunden zusammen wäre, dann fühle ich mich wohl. Nachdem ich ___ in der Serie/im Film gesehen habe, bin ich meist glücklich. Wenn ich ___ am Bildschirm sehe, amüsiere ich mich gut. Nachdem ich die Sendung mit ___ gesehen habe, kommt ein Gefühl von Zufriedenheit in mir auf. Wenn ___ in der Serie/im Film eine unerwartete Entscheidung fällt, welche mir nicht zusagt, bin ich verärgert.	Gleich, 1995 Gleich, 1996 Rubin, 1983 Gleich, 1996 Gleich, 1996
Version 2: Reale Gefühle	
Wenn sich ___ einen langersehnten Wunsch erfüllen kann, freue ich mich mit ihm. Nachdem ich etwas mit ___ unternommen habe, kommt ein Gefühl von Zufriedenheit in mir auf. Wenn ___ eine Entscheidung fällt, welche mir nicht zusagt, bin ich verärgert.	Gleich, 1996 Gleich, 1996 Gleich, 1996

7.2.7. Auswirkungen

Im Rahmen dieser Studie liegt der Forschungsschwerpunkt auf den Auswirkungen parasozialer Beziehungen. Einerseits wurden die Effekte, welche sich direkt an der Qualität realer Beziehungen bemerkbar machen, untersucht, andererseits indirekte Auswirkungen, welche sich im sozialen Verhalten und im Selbstwert der ZuschauerInnen äußern. Folgende Tabelle soll wieder jene Items kennzeichnen, welche von anderen Erhebungen (Gleich, 1997, 1995; Tukachinsky, 2010; Visscher & Vorderer, 1998) übernommen und adaptiert worden sind. Die vollständigen Items in ihrer richtigen Abfolge sind im Anhang im Originalfragebogen dargestellt.

Tabelle 8: Dimensionen und adaptierte Items zur Erfassung der Auswirkungen von PSB

Dimension/Item	Quelle
Soziales Verhalten	
<p>___ ist unter anderem deshalb meine Lieblingsfigur, weil er sich in gewissen Situation immer passend verhält und ich dadurch einiges lernen könnte.</p> <p>Manchmal würde ich gerne wissen, was ___ in dieser Situation machen würde.</p> <p>___ ermutigt mich, bei Aufgaben/Problemen auch neue oder ungewöhnliche Lösungen auszuprobieren.</p> <p>Ich nutze erfolgreiche Ratschläge, welche ___ in der Serie/im Film gibt.</p> <p>Bei Konflikten in zwischenmenschlichen Beziehung überlege ich manchmal, damit genauso umzugehen, wie ___ es oft tut.</p> <p>Ich versuche mir gerne vorzustellen, was ___ wohl denkt und vergleiche dies mit meinen eigenen Gedanken.</p> <p>Ich denke manchmal an ___, auch wenn ich gar nicht fernsehe und überlege mir, was er zu bestimmten Dingen sagen würde.</p>	<p>Gleich, 1997</p> <p>Tukachinsky, 2010</p> <p>Gleich, 1997</p> <p>Gleich, 1997</p> <p>Gleich, 1997</p> <p>Gleich, 1995</p> <p>Vorderer, 1996</p>
Partnerschaft	
<p>Wenn ich ___ mit meinem Partner vergleiche, werde ich unzufrieden mit meiner Beziehung.</p>	Tukachinsky, 2010
Freundschaft	
<p>Manchmal schaue ich mir die Serie/den Film mit ___ gemeinsam mit einem Freund an.</p> <p>Es kommt vor, dass ich mich mit Freunden über ___ unterhalte.</p>	<p>Visscher/Vorderer, 1998</p> <p>Visscher/Vorderer, 1998</p>

Eigene Items, wie zum Beispiel „Ich hätte gerne, dass sich mein Partner wie ___ verhalten würde“ oder „Manchmal versuche ich mich im echten Leben genauso wie ___ zu verhalten“, waren hier von großer Bedeutung, da vor allem zu den Auswirkungen von PSB auf Partnerschaften noch wenig Befunde vorliegen und somit keine Items übernommen und adaptiert werden konnten. Die Überprüfung von Hypothese H6 erfolgte unter anderem anhand der Bewertungen innerhalb der Dimension „Soziales Verhalten“. H7 kann entweder verifiziert oder falsifiziert werden, indem festgestellt wird, wie die Items der Dimension „Freundschaft“ bewertet worden sind. Für die Subforschungsfrage SFF ist die Dimension „Partnerschaft“ zu relevant.

7.3. Auswertungsmethode

Um möglichst valide und objektive Ergebnisse zu erhalten, wurden alle Dimensionen anhand gängiger statistischer Verfahren unter Beachtung gewisser Gütekriterien (Objektivität, Reliabilität und Validität) untersucht. Hierfür wurde das Statistikprogramm SPSS benutzt.

Es soll ein weiteres Mal darauf hingewiesen werden, dass einige Dimensionen und Items innerhalb des erstellten Online-Fragebogens aufgrund von einer Eingrenzung der Hypothesenanzahl auf jene, welche den höchsten Aussagegehalt haben, um Signifikanzen bestmöglich zu erhalten, in der folgenden Auswertung ungeachtet werden lassen. Daher werden diese bei Kapitel 8 auch nicht mehr einzeln angeführt. Es soll jedoch darauf verwiesen werden, dass sie bei weiteren Untersuchungen eingesetzt werden können.

7.4. Stichprobe

Es handelte sich um eine Erhebung mit einer willkürlichen Stichprobenauswahl. Mit dieser Methode konnte am besten ein rasches Zusammenkommen von Untersuchungsteilnehmerinnen und -teilnehmern garantiert werden (Döring & Bortz, 2016). Der Online-Fragebogen wurde auf *Social Media*-Plattformen wie Facebook und in dort vorhandenen Serien- und Filmcommunities in Umlauf gebracht.

Um herauszufinden, ob die TeilnehmerInnen parasoziale Beziehungen führen, diente zu Beginn die PSI-Skala nach Rubin, Perse & Powell (1985). All jene, welche ein Alter unter 12 Jahren aufwiesen, wurden von der Umfrage ausgeschlossen, da nicht das Verhalten von Kindern untersucht werden sollte.

Um einen besseren Überblick der Struktur der Stichprobe zu verschaffen, werden alle Elemente in Tabelle 9 veranschaulicht.

Tabelle 9: Beschreibung der Stichprobe

Dimension			
TeilnehmerInnen	Anzahl absolut	186	100%
	Anzahl abgeschlossene Umfrage	110	59,1%
Soziodemografie		n=110	
<i>Geschlecht</i>	männlich	32	29,1%
	weiblich	78	70,9%
<i>Alter</i>	Ø	28,6 Jahre	
<i>Höchster Schulabschluss</i>	Hochschule	39	35,5%
	Matura	48	43,6%
	Berufsbildende mittlere Schule	10	9,1%
	Lehre	8	7,3%
	Pflichtschule	/	/
	Kein Schulabschluss	1	0,9%
	Sonstiges	4	3,6%
<i>Beziehungsstand</i>	In einer Beziehung	84	76,4%
	Single	26	23,6%
<i>Sexuelle Orientierung</i>	heterosexuell	102	92,7%
	homosexuell	2	1,8%
	bisexuell	6	5,5%

Selbstadministrierte Fragebögen sind sehr häufig von Abbruchraten gekennzeichnet, weil keine motivierende Wirkung der Interviewerin oder des Interviewers vorhanden ist (Döring & Bortz, 2016). Dieser Effekt zeigte sich auch in dieser Umfrage. Wie der Tabelle zu entnehmen ist, haben von 100% lediglich 59,1% die Umfrage tatsächlich beendet. Da es sich hierbei dennoch um 110 TeilnehmerInnen handelte, konnten die Ergebnisse der verbliebenen Probandinnen und Probanden problemlos gewertet werden. Grund dafür ist höchstwahrscheinlich der zeitliche Aufwand der Umfrage, welcher rund 15 Minuten betrug. Ebenfalls lässt sich durch die Tabelle abbilden, dass ein weitaus größerer Teil der Befragten einen höheren Schulabschluss hatte (35,5% Hochschule und 43,6% Matura) als einen niedrigen oder gar keinen. Ebenso unausgeglichen war das Geschlechterverhältnis: während Frauen 70,9% der

Befragten ausmachten, waren es bei den Männern nur 29,1%. Das Alter betreffend nahmen Personen von 16 bis 60 Jahre an der Umfrage teil. Dies lässt sich mit einem Altersdurchschnitt von 29,1 Jahren zusammenfassen. Zudem stellte sich heraus, dass die Mehrheit der Teilnehmenden zum Zeitpunkt der Erhebung in einer Partnerschaft (76,4%) war.

8. Operationalisierung und Ergebnisse

Im Folgenden werden nun die empirischen Ergebnisse und das jeweils verwendete Auswertungsverfahren erläutert. Um dies so übersichtlich wie möglich zu gestalten, werden sie nach den jeweiligen Hypothesen, welche in Kapitel 6 aufgestellt wurden, sowie nach deren überkategorisierten Dimensionen gegliedert. Eigene Abbildungen und Tabellen sollen jeweils zum besseren Verständnis dienen. Wie bereits erwähnt, wird von nun an nur noch auf jene Items und Dimensionen des Fragebogens Bezug genommen, welche für die als zu überprüfend geltenden Hypothesen relevant waren.

8.1. Neurotizismus und parasoziale Beziehungen

Um Hypothese 1 „*Neurotische Menschen führen intensive parasoziale Beziehungen*“ überprüfen zu können, wurden sowohl die Items der PSB-Skala, als auch die Items für Neurotizismus der verwendeten Persönlichkeitsskala zuerst einer Reliabilitätsanalyse unterzogen. Bei der PSB-Skala konnte ein zufriedenstellendes Cronbachs Alpha erreicht werden ($\alpha = 0,87$). Demnach war die Reliabilität gegeben und es konnte ein Mittelwert der Items für PSB gebildet werden. Dasselbe gilt für die Dimension Neurotizismus. Auch hier wurde ein Cronbachs Alpha von über 0,65 erreicht ($\alpha = 0,74$), woraufhin es ermöglicht wurde, einen Summenscore der Items zu bilden, welche Neurotizismus abfragten.

Bevor eine Korrelationsberechnung durchgeführt werden sollte, wurde noch ein Test auf Ausreißer durchgeführt, woraufhin mittels Boxplot-Diagramm ein Ausreißer bei der PSB-Skala identifiziert werden konnte. Tabelle 10 soll einen Überblick über die Mittelwerte und Standardabweichungen der zwei zu untersuchenden Dimensionen verschaffen.

Tabelle 10: Deskriptive Statistiken PSB und Neurotizismus

	Mittelwert	Standardabweichung	N
Mittelwert PSB	2,7940	,81031	108
Neurotizismus	2,6818	1,71305	110

Nach der Durchführung der Datenbereinigung, konnte anhand einer Pearson-Korrelation, welche sich als am besten geeignet hierfür herausstellte, ein statistisch signifikanter ($p = 0,008$; $p < 0,05$), jedoch eher schwacher Zusammenhang von $r = 0,23$ zwischen parasozialen Beziehungen und Neurotizismus berechnet werden (Tabelle 11). Je höher der Wert bei den Items für Neurotizismus war, desto höher war auch der Wert der PSB-Skala. Hypothese 1 wurde somit bestätigt: neurotische Menschen führen intensive parasoziale Beziehungen.

Tabelle 11: Korrelation zwischen PSB und Neurotizismus

		PSB	Neurotizismus
PSB	Korrelation nach Pearson	1	,232
	Signifikanz (1-seitig)		,008
	N	108	108
Neurotizismus	Korrelation nach Pearson	,232	1
	Signifikanz (1-seitig)	,008	
	N	108	110

8.2. Beziehungsstatus und Art der parasozialen Beziehung

Auch für Hypothese 2 „Singles weisen eher romantische parasoziale Beziehungen auf als Lierte“ mussten die sechs Items für romantische parasoziale Beziehungen der Vollständigkeit halber zuerst einer Reliabilitätsanalyse unterzogen werden. Dadurch wurde anhand eines sehr guten Cronbachs Alpha von $\alpha = 0,86$ ersichtlich, dass ein Mittelwert gebildet werden konnte (Tabelle 16).

Der Beziehungsstatus stellte die unabhängige Variable dar. In Tabelle 9 aus Kapitel 7.4. konnte anhand der Beschreibung der Stichprobe bereits erläutert werden, wie viele Personen sich im Moment der Befragung in einer Beziehung befanden (76,4%), bzw. wie viele der TeilnehmerInnen alleinstehend (23,6%) waren. Anhand Abbildung 10 soll dies noch einmal graphisch dargestellt werden. Es wird deutlich, dass ein weitaus größerer Teil der Befragten liert war.



Abbildung 9: Prozentuelle Darstellung des Beziehungsstands der TeilnehmerInnen

Für die Items der romantischen parasozialen Beziehung wurde ein Mittelwert (MW = 2,2294) mit einer Standardabweichung von 0,97520 errechnet.

Ein Boxplot-Diagramm konnte ein weiteres Mal Ausreißer identifizieren, diesmal handelte sich jedoch um einige mehr als bei Hypothese 1, weshalb direkt ein Mann-Whitney-U-Test anstatt eines t-Tests angewandt wurde. Abbildung 11 stellt die Ausreißer vor und nach der Datenreinigung dar.

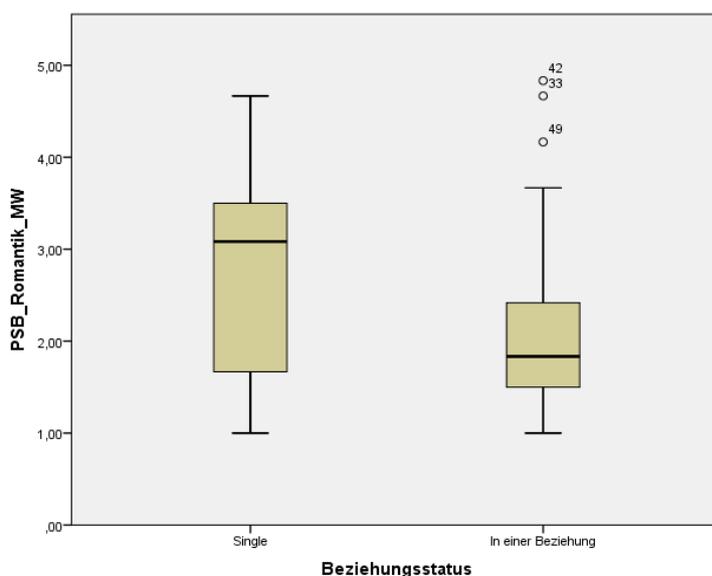


Abbildung 10: Ausreißer vor und nach der Datenreinigung

Anhand dieses parameterfreien statistischen Tests konnte herausgefunden werden, ob die zwei Gruppen (Single und Liert) signifikante Unterschiede aufwiesen. Die Interpretation erfolgte durch den Vergleich der mittleren Ränge (Tabelle 12), welche unterschiedliche Tendenzen aufzeigten, woraus sich ein statistisch signifikantes Ergebnis ($p = 0,002$; $p < 0,05$) ergab und Hypothese 2 somit bestätigt wurde. Singles weisen eher romantische parasoziale Beziehungen auf als Lierte. Die Effektstärke betrug $r = 0,30$, wobei es sich um einen mittleren Effekt handelte (Tabelle 13).

Tabelle 12: Ränge

	Beziehungsstatus	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Romantische PSB	Single	26	71,92	1870,00
	In einer Beziehung	83	49,70	4125,00
	Gesamt	109		

Tabelle 13: Statistik für Mann-Whitney-Test

	Romantische PSB
Mann-Whitney-U	639,000
Wilcoxon-W	4125,000
Z	-3,137
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,002

8.3. Fernsehnutzungsmotive

Für Hypothese 3 „Aktive Fernseh motive führen zu intensiven parasozialen Beziehungen“, musste vorab wieder ein Reliabilitätstest für die Items der aktiven Fernseh motive Unterhaltung und Eskapismus vollzogen werden, um die Exaktheit der Messung garantieren zu können. Die PSB-Skala wurde bereits bei Hypothese 1 diesbezüglich getestet. Es ergab sich ein gutes Cronbachs Alpha von $\alpha = 0,84$, worauf die Mittelwerte ohne Probleme berechnet werden konnten.

Daraufhin wurden die Häufigkeiten berechnet, inwiefern die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sich für die aktiven Fernseh motive in Bezug auf ihre parasoziale Beziehung entschieden, oder eher andere Gründe wählten. Es wurden diesmal keine Ausreißer identifiziert, was wiederum mittels Boxplot-Diagramm ersichtlich gemacht werden konnte. Die Datenbereinigung der PSB-Skala von Hypothese 1 wurde

beibehalten. Da es sich um eine gerichtete Hypothese handelte, wurde eine einseitige Testung vollzogen.

Zusammenhänge zwischen intensiven parasozialen Beziehungen und den aktiven Fernsehmotiven Eskapismus und Unterhaltung wurden mit den Mittelwerten anhand einer Korrelation nach Pearson berechnet (Tabelle 14). Je höher die Zustimmung zu diesen Fernsehgründen war, desto höher waren auch die Werte, welche in der PSB-Skala angegeben wurden. Es konnte anhand des Korrelationskoeffizienten der lineare Zusammenhang zwischen den zwei Merkmalen untersucht werden, welcher $r = 0,69$ ergab und somit einen statistisch signifikanten ($p = 0,00$; $p < 0,05$) und sogar starken Zusammenhang zeigte, weshalb die Hypothese angenommen werden darf (Tabelle 15).

Tabelle 14: Deskriptive Statistiken der aktiven Fernseh motive und der PSB

	Mittelwert	Standardabweichung	N
PSB	2,7940	,81031	108
aktive Fernseh motive	3,0409	1,12342	110

Tabelle 15: Korrelationen zwischen aktiven Fernseh motiven und PSB

		Mittelwert PSB	aktive Fernseh motive
PSB	Korrelation nach Pearson	1	,690
	Signifikanz (1-seitig)		,000
	N	108	108
aktive Fernseh motive	Korrelation nach Pearson	,690	1
	Signifikanz (1-seitig)	,000	
	N	108	110

8.4. Vergleichbarkeit parasozialer und realer Gefühle

Hypothese 4 besagt, dass die Gefühle, welche während oder nach dem Zusammensein mit einer nahestehenden Person erlebt werden, intensiver sind als jene, die während oder nach der Fernsehrezeption mit der Lieblingsperson aufkommen. Tabelle 16 und 17 sollen durch die jeweilige Darstellung der beiden Versionen einen Vergleich ermöglichen, woraus die einzelnen Mittelwerte und Standardabweichungen der insgesamt zwölf Items entnommen werden können.

Tabelle 16: Statistiken Gefühle der parasozialen Situation (Version 1)

		Item1_Version1	Item2_Version1	Item3_Version1	Item4_Version1
N	Gültig	110	110	110	109
	Fehlend	1	1	1	2
Mittelwert		3,51	1,95	2,50	3,37
Standardabweichung		1,373	1,124	1,147	1,207
		Item5_Version1	Item6_Version1	Item7_Version1	
N	Gültig	110	110	110	
	Fehlend	1	1	1	
Mittelwert		2,37	2,56	2,25	
Standardabweichung		1,240	1,129	1,259	

Tabelle 17: Statistiken Gefühle der realen Situation (Version 2)

		Item1_Version2	Item2_Version2	Item3_Version2	Item4_Version2
N	Gültig	110	110	110	110
	Fehlend	1	1	1	1
Mittelwert		4,34	4,45	4,35	4,39
Standardabweichung		1,183	1,063	1,063	1,059
		Item5_Version2	Item6_Version2	Item7_Version2	
N	Gültig	110	109	110	
	Fehlend	1	2	1	
Mittelwert		4,55	4,37	3,24	
Standardabweichung		1,001	1,006	1,165	

Bei der Untersuchung auf Ausreißer, konnten diesmal – zumindest bei der Version der Gefühle während oder nach realen Situationen (Version 2) – sehr viele davon identifiziert werden. Als Folge dessen wurde ein Wilcoxon-Test durchgeführt, durch welchen die zwei Stichproben auf Unterschiedlichkeit ihrer zentralen Tendenz untersucht werden konnten. Es wurden jeweils die positiven und negativen Ränge bzw. Bindungen untersucht, wobei die Kategorie „Bindungen“ nicht relevant war, da idente Antworten bei beiden Versionen keine Rolle spielten.

Die statistische Signifikanz war in jedem der Fälle gegeben (immer $p = 0,00$; $p < 0,05$). Ebenso ließen sich die zentralen Tendenzen für alle Items unterscheiden. Obwohl die Mittelwertunterschiede immer signifikant waren, musste zusätzlich noch geklärt werden, ob die Differenzen tatsächlich als bedeutsam und groß genug charakterisiert werden dürfen. Hierfür wurde anhand des vorhandenen z-Werts (Tabelle 18) und der jeweiligen Stichprobengröße der Korrelationskoeffizient r nach Pearson berechnet. Hierfür wurde Tabelle 19 erstellt, um einen besseren Überblick der Korrelationskoeffizienten der einzelnen Items, welche miteinander verglichen wurden, zu verschaffen.

Tabelle 18: Statistik für Test

	Item1_Version2 – Item1_Version1	Item2_Version2 – Item2_Version1	Item3_Version2 – Item3_Version1	Item4_Version2 – Item4_Version1
Z	-4,142	-8,354	-7,987	-5,581
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000	,000	,000	,000
	Item5_Version2 – Item5_Version1	Item6_Version2 – Item6_Version1	Item7_Version2 – Item7_Version1	
Z	-8,281	-8,108	-5,875	
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000	,000	,000	

Tabelle 19: Effektgröße der Vergleiche

Version PSB	Version reale Situation	Korrelationskoeffizient r
Serien- und/oder Filmschauen ist eine wichtige Beschäftigung in meinem Leben.	Unternehmungen mit ___ sind wichtige Freizeitbeschäftigungen für mich.	0,39 (mittlerer Effekt)
Wenn ich ___ am Bildschirm sehe, kommt es mir vor, als wenn ich mit Freunden zusammen wäre, dann fühle ich mich wohl.	In der Umgebung von ___ fühle ich mich wohl.	0,80 (starker Effekt)
Nachdem ich ___ in der Serie/im Film gesehen habe, bin ich meist glücklich.	Nach einer Unternehmung mit ___, bin ich meist glücklich.	0,76 (starker Effekt)
Wenn ich ___ am Bildschirm sehe, amüsiere ich mich gut.	Unternehme ich etwas mit ___, amüsiere ich mich gut.	0,53 (starker Effekt)
Wenn sich ___ einen langersehten Wunsch erfüllen kann, freue ich mich mit ihm.	Wenn sich ___ einen langersehten Wunsch erfüllen kann, freue ich mich mit ihm.	0,79 (starker Effekt)
Nachdem ich die Sendung mit ___ gesehen habe, kommt ein Gefühl von Zufriedenheit in mir auf.	Nachdem ich etwas mit ___ unternommen habe, kommt ein Gefühl von Zufriedenheit in mir auf.	0,78 (starker Effekt)
Wenn ___ in der Serie/im Film eine unerwartete Entscheidung fällt, welche mir nicht zusagt, bin ich verärgert.	Wenn ___ eine Entscheidung fällt, welche mir nicht zusagt, bin ich verärgert.	0,56 (starker Effekt)

8.5. Auswirkungen parasozialer Beziehungen

8.5.1. Imitation der Lieblingsfigur und Selbstwert

Zur Untersuchung der Hypothese 5 „Personen mit niedrigem Selbstwert imitieren vermehrt ihre Lieblingsfernsehperson.“, wurde zuerst eine Reliabilitätsanalyse für die Items des Selbstwerts benötigt. Da bei jener Analyse des Selbstwerts ein Cronbachs Alpha-Wert von $\alpha = 0,037$ errechnet wurde, welcher auf einen schlechten Wert zurückzuführen gilt, war keine Reliabilität gegeben. Demnach musste eine Faktorenanalyse vollzogen werden. Diese diente dazu, die Daten von einer Vielzahl an Variablen auf eine geringere Zahl an Faktoren zu reduzieren. Anhand des KMO-Maßes konnte überprüft werden, inwiefern die Teil-Korrelationen, welche für jede

Variable berechnet wurden, angemessen waren. Mithilfe des Bartlett-Tests auf Sphärizität konnte herausgefunden werden, ob die Korrelationsmatrix gleich der Identitätsmatrix war (IBM Knowledge Center, 2018). Es handelte es sich um ein KMO-Kriterium von 0,861, woraufhin eine Faktorenanalyse durchgeführt werden konnte, da der Wert zwischen null und eins lag.

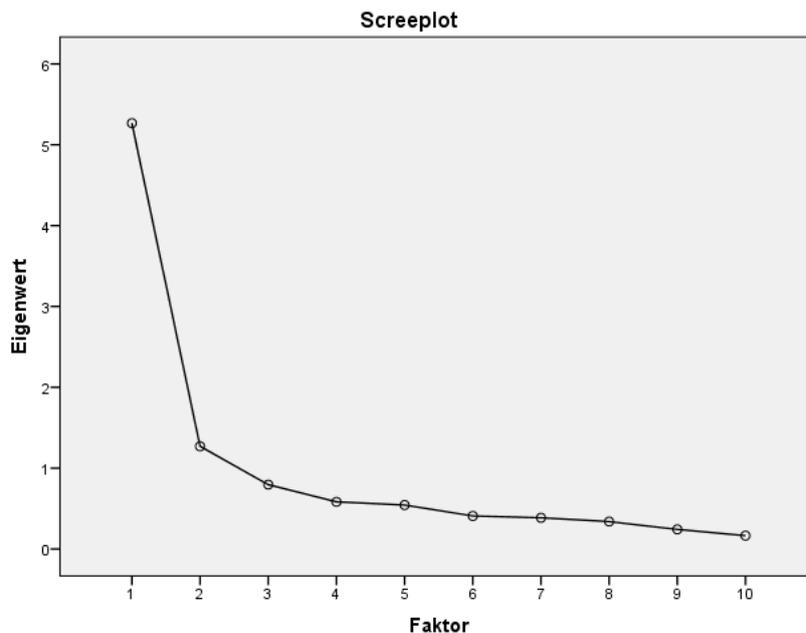


Abbildung 11: Screeplot

Der Screeplot in Abbildung 11 veranschaulicht, dass von einem zweifaktoriellen Ergebnis ausgegangen werden konnte, welches durch den „Knick“ graphisch dargestellt wurde. Die Faktorenanalyse zeigte zwei Faktoren hinter den Items, die 65% der Varianz erklärten. Die rotierte Komponentenmatrix (Tabelle 20) zeigt die Ladung der Items nach einer Varimax-Transformation, durch welche es möglich wurde, die Ladungen der jeweiligen Items auf einen Faktor zu maximieren und auf den anderen Faktor zu minimieren. Aus dieser Matrix konnten nun die Items zum zugehörigen Faktor zugeordnet werden. Es ist festzuhalten, dass die meisten Items auf den ersten Faktor laden. Faktor 1 beinhaltet nun all jene Items, welche sich demnach am besten mit dem Begriff „niedriger bis mittlerer Selbstwert“ zusammenfassen ließen, während Faktor 2 diejenigen Items umfasste, welche grundsätzlich einen „positiven Selbstwert“ vertraten. Es ist jedoch zu erwähnen, dass bei Faktor 1 auch zwei Items in die Kategorie „niedriger bis mittlerer Selbstwert“ hineinfallen, welche grundsätzlich

ausschlaggebend für einen hohen Selbstwert sind („*Alles in allem bin ich mit mir selbst zufrieden.*“, „*Ich habe eine positive Einstellung zu mir selbst gefunden.*“). Auf diese Problematik der Faktorenanalyse und Limitation der Erhebung soll in der Diskussion (Kapitel 9) eingegangen werden.

Tabelle 20: Rotierte Komponentenmatrix

	Komponente	
	Niedriger bis mittlerer Selbstwert	Positiver Selbstwert
Alles in allem bin ich mit mir selbst zufrieden.	-,623	,494
Hin und wieder denke ich, dass ich gar nichts taue	,853	-,169
Ich besitze eine Reihe guter Eigenschaften.		,818
Ich kann vieles genauso gut wie die meisten anderen Menschen auch.	-,133	,849
Ich fürchte, es gibt nicht viel, worauf ich stolz sein kann.	,601	-,548
Ich fühle mich von Zeit zu Zeit richtig nutzlos.	,840	-,164
Ich halte mich für einen wertvollen Menschen, jedenfalls bin ich nicht weniger wertvoll als andere auch.	-,415	,479
Ich wünschte, ich könnte vor mir selbst mehr Achtung haben.	,830	
Alles in allem neige ich dazu, mich für einen Versager zu halten.	,667	-,399
Ich habe eine positive Einstellung zu mir selbst gefunden.	-,626	,506

Die Items, welche feststellten, ob die ZuschauerInnen ihre Lieblingsfernsehfiguren imitieren, musste vorab ebenso einer Reliabilitätsanalyse unterzogen werden, um später ein genaues Messergebnis versichern zu können. Hier konnte jedoch sogar ein exzellentes Cronbachs Alpha von $\alpha = 0,902$ erreicht werden. Problemlos wurden somit die Mittelwerte berechnet, ohne eine Faktorenanalyse anwenden zu müssen.

Aufgrund einer positiven Testung auf Ausreißer, sowohl bei den Dimensionen des Selbstwerts, als auch bei der der Imitation, wurde die Rangkorrelation nach Spearman berechnet, anhand welcher sich der lineare Zusammenhang zwischen zwei Variablen ergibt. Die nicht-parametrische Korrelation der Dimension Imitation und des ersten Faktors „niedriger bis mittlerer Selbstwert“ kann aus Tabelle 21 entnommen werden. Es handelte sich um ein statistisch signifikantes Ergebnis ($p = 0,00$; $p < 0,05$) mit einem mittleren Effekt von $r = 0,42$. Je höher die Werte bei den Items der Imitation der Lieblingsfigur waren, desto höher erwiesen sich auch die Werte des Faktors „niedriger

bis mittlerer Selbstwert“. Mit anderen Worten: Personen, bei welchen anhand der Selbstwertskala ersichtlich wurde, dass eher ein niedriger bzw. nicht allzu hoher Selbstwert vorhanden ist, imitieren häufig ihre Lieblingsfernsehperson. In Tabelle 22 wird ersichtlich, dass der zweite Faktor „positiver Selbstwert“, welcher die andere Dimension des Selbstwerts in der Untersuchung darstellte, in einem negativen Zusammenhang zur Imitation stand ($r = -0,21$). Es kann von einem Effekt mittlerer Stärke gesprochen werden. Je niedriger die Werte bei den Items der Imitation der Lieblingsfigur waren, desto höher waren die Werte beim Faktor „positiver Selbstwert“ des Selbstwerts. Anders formuliert: jene Personen, die bei den Items „*Ich besitze eine Reihe guter Eigenschaften.*“, „*Ich kann vieles genauso gut wie die meisten anderen Menschen auch.*“ und „*Ich halte mich für einen wertvollen Menschen, jedenfalls bin ich nicht weniger wertvoll als andere auch.*“, zugestimmt haben, also einen eher hohen Selbstwert aufweisen können, sind grundsätzlich nicht anfällig dafür, ihre Lieblingsfernsehfigur zu imitieren. Hypothese 5 kann demnach angenommen werden.

Tabelle 21: Korrelationen Imitation und „niedriger bis mittlerer Selbstwert“

			Imitation	Niedriger bis mittlerer Selbstwert
Spearman-Rho	Imitation	Korrelationskoeffizient	1,000	,422
		Sig. (1-seitig)	.	,000
		N	105	101
	Niedriger bis mittlerer Selbstwert	Korrelationskoeffizient	,422	1,000
		Sig. (1-seitig)	,000	.
		N	101	105

Tabelle 22: Korrelationen Imitation und "positiver Selbstwert"

			Imitation	Positiver Selbstwert
Spearman-Rho	Imitation	Korrelationskoeffizient	1,000	-,206
		Sig. (1-seitig)	.	,020
		N	105	101
	Positiver Selbstwert	Korrelationskoeffizient	-,206	1,000
		Sig. (1-seitig)	,020	.
		N	101	105

8.5.2. Imitation der Lieblingsfigur und Sozialverhalten

Auch alle Items, welche Auswirkungen auf das Sozialverhalten der Rezipierenden umfassten, wurden einer Reliabilitätsanalyse unterzogen. Cronbachs Alpha betrug

beim Sozialverhalten $\alpha = 0,885$. Dies bedeutete, dass ein guter Wert auflag, die Reliabilität gegeben war und Mittelwerte problemlos berechnet werden konnten. Auch hier wurde anhand einer Rangkorrelationsanalyse nach Spearman der lineare Zusammenhang zwischen den Items der Imitation und jenen des Sozialverhaltens erfasst. Es ergab sich ein statistisch signifikanter Zusammenhang ($p = 0,00$; $p < 0,05$) mit einem starken Effekt von $r = 0,61$ (Tabelle 23). Je höher die Werte bezüglich Imitation waren, desto höher waren die Werte beim positiven Sozialverhalten der ZuschauerInnen. Hypothese 6 „Die Imitation der Lieblingsfigur wirkt sich positiv auf das Sozialverhalten der ZuschauerInnen aus“ kann demnach verifiziert werden: Die Imitation der Lieblingsfigur wirkt sich eindeutig positiv auf das soziale Verhalten aus.

Tabelle 23: Korrelationen Imitation und Sozialverhalten

		Imitation	Sozialverhalten	
Spearman-Rho	Imitation	Korrelationskoeffizient	1,000	
		Sig. (1-seitig)	,000	
		N	105	
	Sozialverhalten	Korrelationskoeffizient	,614	1,000
		Sig. (1-seitig)	,000	.
		N	103	107

8.5.3. Freundschaften

Bevor Hypothese 6 „Intensive Parasoziale Beziehungen haben einen negativen Effekt auf reale freundschaftliche Beziehungen“ untersucht werden konnte, wurden die Items, welche auf negative Auswirkungen ausgerichtet waren, einer Reliabilitätsanalyse unterzogen. Es konnte ein Cronbachs Alpha von $\alpha = 0,75$ erreicht werden. Daraufhin war die Reliabilität gegeben, woraufhin ein Mittelwert gebildet werden konnte. Dieser ergab einen Wert von 1,7313 mit einer Standardabweichung von 0,87125. Da anhand eines Boxplot-Diagramms Ausreißer festgestellt werden konnten, wurde anstatt einer Pearson-Korrelation auf eine Spearman-Korrelation zurückgegriffen. Ebenso konnte hiermit der Zusammenhang zweier Variablen (hohe PSB-Werte und Auswirkungen auf freundschaftliche Beziehungen) ermittelt werden. Tabelle 24 veranschaulicht die nicht parametrische Korrelationen. Die Hypothese geht wie bereits erwähnt davon aus, je höher die Items der PSB-Skala bewertet wurden, desto höher wurden auch die Items für die negativen Auswirkungen auf reale freundschaftliche Beziehungen bewertet. Es konnte ein statistisch signifikanter Zusammenhang ($p = 0,00$; $p < 0,05$) festgestellt

werden. Die Effektstärke zeigt einen mittleren Korrelationswert von $r = 0,46$. Die Hypothese bestätigt sich somit: intensive parasoziale Beziehungen bedingen negative Auswirkungen auf reale freundschaftliche Beziehungen.

Tabelle 24: Korrelationen PSB und Auswirkungen auf freundschaftliche Beziehungen

			Negative Auswirkungen	PSB
Spearman-Rho	Negative Auswirkungen	Korrelationskoeffizient	1,000	,455
		Sig. (1-seitig)	.	,000
	N		107	106
	PSB	Korrelationskoeffizient	,455	1,000
Sig. (1-seitig)		,000	.	
N		106	109	

8.5.4. Partnerschaften

Neben den Auswirkungen auf freundschaftliche Beziehungen des realen Lebens sollten ebenso Auswirkungen auf Partnerschaften untersucht werden. Hierfür wurde die Subforschungsfrage *„Wirken sich intensive parasoziale Beziehungen mit Serien- und Filmfiguren negativ auf die Qualität der Partnerschaft im echten Leben aus?“* aufgestellt. Es wurde, wie bei der vorherigen Hypothese, davon ausgegangen, dass besonders intensive parasoziale Beziehungen negative Auswirkungen haben können. Um diesen Aspekt zu untersuchen, wurden die Items, welche sich auf die negativen Auswirkungen auf Partnerschaften bezogen, anhand einer Reliabilitätsanalyse überprüft. Es handelte sich um eine Filterfrage, wodurch es nur den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, welche beim Beziehungsstatus „in einer Partnerschaft“ wählten ($n=82$), ermöglicht wurde, die Fragen zu beantworten. Es wurde ein zufriedenstellendes Cronbachs Alpha von $\alpha = 0,83$ erreicht, wodurch es möglich war, einen Mittelwert von 1,4607 mit einer Standardabweichung von 0,59262 zu errechnen. Anhand eines Boxplot-Diagramms wurden wieder Ausreißer identifiziert, woraufhin die Spearman-Korrelation erneut als am besten geeignet empfunden wurde. Es ergab sich ein statistisch signifikanter Zusammenhang ($p = 0,00$; $p < 0,05$) mit einem Korrelationskoeffizienten, welcher $r = 0,454$ betrug und somit einem mittleren Effekt entsprach (Tabelle 25). Demnach kann die Frage, ob sich besonders intensive

parasoziale Beziehungen negativ auf die Qualität der Partnerschaften im echten Leben auswirken, bejaht werden.

Tabelle 25: Korrelationen zwischen PSB und negativen Auswirkungen auf Partnerschaften

			Mittelwert PSB	Negative Auswirkungen Partnerschaft
Spearman-Rho	Mittelwert PSB	Korrelationskoeffizient	1,000	,454
		Sig. (1-seitig)	.	,000
		N	109	81
	Negative Auswirkungen Partnerschaft	Korrelationskoeffizient	,454	1,000
		Sig. (1-seitig)	,000	.
		N	81	82

9. Diskussion

Der Forschungsschwerpunkt der Arbeit lag darin, parasoziale Beziehungen zu Film- und Serienfiguren und deren Auswirkungen auf die Qualität realer sozialer Beziehungen, zu untersuchen. Hierfür wurden sieben Hypothesen aufgestellt und eine Subforschungsfrage formuliert, welche sich mit der Thematik befassten.

Hypothese 1 *„Neurotische Menschen führen intensive parasoziale Beziehungen zu Medienfiguren.“* konnte verifiziert werden. Vorhandene Studien, welche den Zusammenhang zwischen der Persönlichkeitseigenschaft Neurotizismus und parasozialen Beziehungen bereits bestätigten (z.B. Tsay & Bodine, 2012), können durch das vorliegende Ergebnis erneut bekräftigt werden. Es wird ersichtlich, dass es durchaus gewisse Merkmale der Rezipierenden gibt, welche parasoziale Beziehungen intensivieren und aufrechterhalten können. Neurotizismus ist deshalb ein hierfür ausschlaggebendes Charakteristikum, weil neurotische Leute aufgrund ihrer psychischen Verfassung, welche durch Spannung, Stress und einem erschwerten Umgang mit anderen Personen gekennzeichnet ist, zwischenmenschliche Beziehungen vermehrt meiden und diese mit parasozialen kompensieren.

Die zweite Hypothese *„Singles weisen eher romantische parasoziale Beziehungen auf als Personen in einer Partnerschaft.“* konnte anhand der signifikanten Ergebnisse ebenso bestätigt werden. Wie Kronewald (2007) oder Tukachinsky (2010) bereits herausgefunden haben, versuchen alleinstehende Personen vermehrt ihre sexuellen und intimen Bedürfnisse durch eine parasoziale Beziehung, welche über eine Freundschaft hinausgeht, zu befriedigen. Liierte Personen können diese Begierden mit ihrer Partnerin oder ihrem Partner ausleben, demnach sind bei dieser Zielgruppe die romantischen parasozialen Beziehungen mit den Lieblingsfiguren eher nebensächlich. Den Singles bleibt teilweise keine andere Wahl, als sich in die parasoziale Beziehung zu stürzen und für eine imaginäre Person zu schwärmen. Anhand der Studie konnte auch gezeigt werden, dass romantische PSB nicht nur zwingendermaßen im Jugendalter eine wichtige Rolle spielen, schließlich lag der Altersdurchschnitt der TeilnehmerInnen bei 28,6 Jahren.

Ebenso als relevant haben sich die Ergebnisse der Untersuchung von Hypothese 3 herausgestellt: *„Aktive Fernseh motive führen zu intensiven parasozialen Beziehungen.“* Bereits in der Studie von Tsay und Bodine (2012), an welche hier angeknüpft wurde, stellte sich ein wesentlich signifikanterer Zusammenhang zwischen

den aktiven Fernsehmotiven, worunter Eskapismus und Unterhaltung zählen, heraus, als bei den passiven Fernsehmotiven. Dieses Resultat konnte anhand der Untersuchung eindeutig bestätigt werden. Die Zusehenden, welche aus eskapistischen Gründen oder zur Unterhaltung Filme und Serien rezipieren, führen gleichzeitig intensive parasoziale Beziehungen zu Fernsehfiguren. Die Zuschauerinnen und Zuschauer fliehen von alltäglichen Problemen in eine imaginäre Welt, in welcher die Lieblingsfigur existiert, wobei sie sich gut unterhalten fühlen und dadurch möglichen Stress und negative Gedanken ausblenden können.

Wie in vorhandenen Erhebungen bereits verdeutlicht wurde (z.B. Gleich, 1996; Géhri, 2008), erleben Personen unterschiedliche Gefühle, sowohl während dem Zusammensein mit nahestehenden Leuten, als auch während der Fernsehrezeption. Bislang wurde berichtet, dass ein Vergleich nur zwischen eher unbekanntem, nicht-nahestehenden Personen und der Lieblingsfernsehperson gemacht werden konnte. Sobald es sich um eine gute Freundin oder einen guten Freund im echten Leben handelte, wurde die Lieblingsfernsehperson, bzw. die Gefühle, die während dem Zusammensein mit ihr erlebt werden, als deutlich schlechter eingestuft. Auch in der vorliegenden Untersuchung konnte diese Annahme ein weiteres Mal bestätigt werden. Hypothese 4 *„Die Gefühle, die während oder nach dem Zusammensein mit einer nahestehenden Person erlebt werden, sind intensiver als jene, die während oder nach der Fernsehrezeption mit der Lieblingsfigur erlebt werden.“* wurde verifiziert. Bei jedem der zu vergleichenden Items wurden die Gefühle während oder nach der parasozialen Situation der realen Situation gegenüber als schlechter eingestuft. Jedoch muss angemerkt werden, dass es bei der Untersuchung dieser Hypothese einige Ausreißer gab, worauf die zu vergleichenden Gruppen unterschiedlich groß waren, woraufhin eine Nebeneinanderstellung deutlich erschwert wurde. Wie bereits erwähnt, waren die Ergebnisse zwar alle signifikant, jedoch sollten die Dimensionen einer besseren Interpretation halber in einer weiteren Studie erneut überprüft und verglichen werden und etwaige Stichprobendifferenzen ausgeglichen werden. Nichtsdestotrotz lässt sich vom Resultat ableiten, dass die Leute die Situationen mit nahestehenden Personen in Bezug auf ihre erlebten Gefühle deutlich positiver einstufen als jene in parasozialen Situationen.

Hypothese 5 *„Personen mit niedrigem Selbstwert imitieren vermehrt ihre Lieblingsfernsehperson.“* stellte sich vom Untersuchungsaufwand als relativ hoch dar,

da eine Faktorenanalyse aufgrund mangelnder Reliabilität der Items der Selbstwertskala notwendig war. Dies war auch der Grund, weshalb das Ergebnis zwar als bestätigt angesehen werden kann, jedoch ist es nicht zur Gänze signifikant. Die Interpretation der durch die Analyse entstandenen Faktoren, erwies sich als relativ schwierig, da auf Faktor 1 zwei Items luden, welche sich vom Rest der Items unterschieden und eher Faktor 2 „positiver Selbstwert“ zugeordnet werden konnten. Es wurde dennoch auf eine erneute Faktorenanalyse ohne diese zwei Items verzichtet, und jene beibehalten, da den zwei nichtpassenden Items fünf angemessene Items gegenüberstanden und sich die Ergebnisse der Hypothese 5 grundsätzlich sowieso nicht als besonders aussagekräftig herausstellten. Außerdem wurden die anderen Hypothesen für die Beantwortung der Forschungsfrage als relevanter angesehen. Die schlechte Reliabilität war für die Limitation demnach der Hauptgrund. Es sollte in weiteren Studien auf jeden Fall auf andere Selbstwert-Skalen zurückgegriffen werden, da der vorliegende Fragebogen hierdurch eingeschränkt ist. Hypothese 5 kann anhand der verarbeiteten Ergebnisse jedoch bestätigt werden: jene Personen, welche durch einen eher hohen Selbstwert gekennzeichnet sind, imitieren ihre Lieblingsfernsehfigur kaum, jene, welche jedoch eher zu einem niedrigen bzw. mittelmäßigen Selbstwertgefühl tendieren, imitieren sie verstärkt. Bisherige Studien (z.B. Derrick, Gabriel, & Tippin, 2008) kamen zu dem Resultat, dass die Imitation der Lieblingsfigur den Selbstwert der ZuschauerInnen stärken kann und Diskrepanzen zwischen aktuellem, nichtzufriedenstellendem Selbst und dem idealen Selbst, welches durch die parasoziale Person vertreten wird, verringert werden können. Die hierfür aufliegenden Ergebnisse können daran anknüpfen, sind jedoch nicht aussagekräftig genug und verlangen an weiteren Untersuchungen.

Die darauffolgende Hypothese 6 „*Die Imitation der Lieblingsfigur wirkt sich positiv auf das Sozialverhalten der ZuschauerInnen aus.*“ ließ sich jedoch wieder problemlos verifizieren: Personen, welche angaben, dass sie ihre Lieblingsfernsehperson gerne imitieren, hatten auch bei den positiven Auswirkungen auf ihr Sozialverhalten relativ hohe Werte. Ergebnisse von vorliegende Studien, wie beispielweise von Bond (2018), Madison & Porter (2015) oder Morrison & Westman (2001), wurden anhand dieser Hypothese überprüft und können ein weiteres Mal bestätigt werden. Empfinden die Zusehenden das Verhalten ihrer Lieblingsfernsehperson als erstrebenswert, übernehmen sie es und versuchen es im realen Leben umzusetzen. Dies hat vor allem Auswirkungen auf zwischenmenschliche Beziehungen: grundsätzlich wird positives

Sozialverhalten übernommen, was reale Beziehung stärken kann. Die Personen gehen anders mit Leuten um und nützen die Ratschläge, welche ihre Lieblingsfernsehperson gibt.

Weiters konnte Hypothese 7 verifiziert werden: „*Intensive Parasoziale Beziehungen zu Medienfiguren haben einen negativen Effekt auf reale freundschaftliche Beziehungen.*“ Im Theorieteil wurden unterschiedliche Ergebnisse von bislang durchgeführten Studien dargestellt. Die hier untersuchte Hypothese bezieht sich auf die Resultate von Putnam (1995) und kann diese bestätigen. In der vorliegenden Erhebung umfasst das Ergebnis jedoch besonders intensive parasoziale Beziehungen und nicht parasoziale Beziehungen von mittelmäßigem Ausmaß. Es bedeutet daher nicht sofort, dass auf Grund des Vorhandenseins parasozialer Beziehungen zu Medienfiguren, reale Freundschaften darunter leiden müssen. Nur wenn die PSB besonders intensiv sind, ist dies der Fall. Demnach wünschen sich die betroffenen Personen, dass ihre Freundinnen und Freunde des echten Lebens mehr der parasozialen Figur gleichen, mit welcher sie am liebsten ihre Freizeit verbringen. Es muss jedoch angeführt werden, dass in weiteren Studien ein Bezug auf das Vorhandensein von Freundinnen und Freunden des echten Lebens geschaffen werden sollte. Zwar wurde dies im vorliegenden Fragebogen auch beachtet, jedoch bedarf es an einer verbesserten Skala zur Erfassung von Freundschaften, welche zudem die Dimension Einsamkeit beinhalten sollte. Nichtsdestotrotz lässt sich festhalten, dass intensive parasoziale Beziehungen negative Auswirkungen auf Freundschaften im echten Leben mit sich bringen, sei es durch Vernachlässigung oder Unzufriedenheit.

Zu guter Letzt wurde noch die Subforschungsfrage „*Wirken sich intensive parasoziale Beziehungen mit Serien- und Filmfiguren negativ auf die Qualität der Partnerschaft im echten Leben aus?*“ beantwortet. Hier ergaben sich ähnlich Ergebnisse wie bei Hypothese 7: intensive parasoziale Beziehungen wirken sich negativ auf die Qualität von Partnerschaften im echten Leben aus. Es ist jedoch wieder darauf hinzuweisen, dass hier von besonders intensiven PSB ausgegangen wird, wodurch jedes andere Ausmaß parasozialer Beziehungen nicht vertreten werden kann. Personen, welche eine starke Beziehung zu ihrer Lieblingsfigur führen, äußern öfters den Wunsch, dass sich ihre Partnerin bzw. ihr Partner mehr wie die parasoziale Person verhalten sollte. Auch äußerliche Aspekte spielen eine Rolle. Weiters verbringen die betroffenen

Befragten des Öfteren lieber ihre Zeit alleine vor dem Fernseher, als zusammen mit der Partnerin oder dem Partner.

Grundsätzlich soll noch angemerkt werden, dass bei der vorliegenden Studie beachtet werden muss, dass ein unausgeglichenes Geschlechterverhältnis bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern herrschte und die Abbruchrate sehr hoch war.

Die allgemeine Forschungsfrage, ob parasoziale Beziehungen Auswirkungen auf die Qualität realer sozialer Beziehungen haben, lässt sich den eben beschriebenen Ergebnissen nach nur zum Teil beantworten. Handelt es sich um intensive parasoziale Beziehungen, so ist dies der Fall. Abgeschwächte Formen müssten jedoch in weiteren Studien genauer untersucht werden, um mit vollkommener Sicherheit eine Antwort darauf geben zu können. Dies und viele weitere mögliche Aspekte, welche analysiert werden hätten können, waren in der vorliegenden Arbeit jedoch nicht möglich, da sie den Rahmen des Werks gesprengt hätten. Es wurde jedoch versucht, auf verschiedene Dimensionen, welche sich direkt oder indirekt (z.B. durch das Sozialverhalten) an realen Beziehungen auswirken, einzugehen.

Die Ergebnisse sind für den Forschungsbereich der parasozialen Interaktion bzw. Beziehung, trotz einiger beschriebener Limitationen, dennoch von Bedeutung, da bislang eine Vielzahl an widersprüchlichen Ergebnissen vorliegt und somit eine weitere Überprüfung vorhandener Resultate getätigt werden konnte. Gleichzeitig wurde es mit der Arbeit ermöglicht, bestehende Forschungslücken aufzuarbeiten, wenn auch nur in geringem Maße. Bezüglich der Auswirkungen parasozialer Beziehungen, ist nichtsdestotrotz noch ein Aufholbedarf an Analysen und Untersuchungen notwendig, da eine zufriedenstellende Abdeckung mit der Erstellung einer Arbeit natürlich nicht vollbracht werden kann.

Es konnte anhand der Arbeit verdeutlicht werden, dass parasoziale Beziehungen grundsätzlich ein weitverbreitendes alltägliches Phänomen darstellen, die keineswegs verwerflich oder negativ zu deuten sind. Wie in den meisten Fällen des Lebens sind es nur die Extremfälle, welche möglicherweise negative Effekte mit sich bringen können.

Literaturverzeichnis

- Adam, A., & Sizemore, B. (1. Juni 2013). Parasocial romance: A social exchange perspective. *Interpersona*, 7(1), S. 12-25.
- Asendorpf, J., & Banse, R. (2000). *Die Psychologie der Beziehung*. Göttingen: Verlag Hans Huber.
- Ashe, D. D., & McCutcheon, L. E. (1. Jänner 2001). Shyness, loneliness, and attitude toward celebrities. *Current Research in Social Psychology*, 6(9), S. 124-132.
- Baeßler, B. (2009). *Medienpersonen als parasoziale Beziehungspartner: ein theoretischer und empirischer Beitrag zu personazentrierter Rezeption*. Baden-Baden: Nomos, Ed. Fischer.
- Bartsch. (2012). Emotional gratification in entertainment experience. Why viewers of movies and television series find it rewarding to experience emotions. *Media Psychology*, 15(3), S. 267–302.
- Bartsch, A. (2014). Emotionales Erleben. In C. Wunsch, H. Schramm, V. Gehrau, & H. Bilanzic, *Handbuch Medienrezeption* (S. 207-222). Baden-Baden: Nomos-Verlag .
- Baym, N. K., & Ledbetter, A. (1. April 2009). Tunes that bind? Predicting friendship strength in a music-based social network. *Information, Communication & Society*, 12(3), S. 08-427.
- Bente, G., & Backes, M. (1996). Vielsehen, parasoziale Interaktion und zwischenmenschliche Verständigung. Eine explorative Studie zum Zusammenhang von Fernsehkonsum und interpersonellem Verhalten jugendlicher Zuschauer. In P. Vorderer, *Fernsehen als "Beziehungskiste". Parasoziale Beziehungen und Interaktionen zu TV-Personen* (S. 181-202). Opladen: Westdeutscher Verlag .
- Bente, G., & Fromm, B. (1997). *Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen*. Opladen: Leske + Budrich.
- Bilanzic, H., Schramm, H., & Matthes, J. (2015). *Medienrezeptionsforschung*. Konstanz: UVK.

- Bond, B. J. (2011). Sexual alienation: A review of factors influencing the loneliness of gay, lesbian, and bisexual adolescents. In S. J. Bevinn, *Psychology of Loneliness* (S. 123-135). Hauppauge, NY: Nova Science.
- Bond, B. J. (17. Jänner 2018). Parasocial relationships with media personae: Why they matter and how they differ among heterosexual, lesbian, gay, and bisexual adolescents. *Media Psychology*.
- Bonfadelli, H., & Friemel, T. N. (2017). *Medienwirkungsforschung*. Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft mbH, UVK Lucius.
- Bosshart, L., & Macconi, I. (1998). Media entertainment. *Communication Research Trends*, 18(3).
- Bryant, J., & Miron, D. (2002). Entertainment as media effect. In J. Bryant, & D. Zillmann, *Media effects: Advances in theory and research* (S. 549-582). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Busselle, R. W., & Greenberg, B. S. (1. August 2000). The nature of television realism judgments: A reevaluation of their conceptualization and measurement. *Mass Communication and Society*, 3(2-3), S. 249–268.
- Busselle, R., & Bilandzic, H. (Mai 2008). Fictionality and perceives realism in experiencing stories: A model of narrative comprehension and engagement. *Communication Theory*, 18(2), S. 255-280.
- Carolan, K. (April 2017). Has the shift from appointment television to binge watching influenced audience's motivations and behavioural habits? *Bachelor Thesis in the department of Communications in Creative Multimedia*. Dundalk: Dundalk Institute of Technology. Abgerufen am 14. März 2018 von https://www.researchgate.net/publication/316841683_Has_the_Shift_from_Appointment_Television_to_Binge_Watching_Influenced_Audience%27s_Motivations_and_Behavioural_Habits
- Cialdini, R. B., Border, R. J., Thorne, A., Walker, M. R., Freeman, S., & Sloan, L. R. (1976). Basking in reflected glory: Three (football) field studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34(3), S. 366–375.

- Cohen, J. (1. September 1997). Parasocial relations and romantic attraction: Gender and dating status differences. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41(4), S. 516-529.
- Cohen, J. (1. August 2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication and Society*, 4(3), S. 245-264.
- 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), S. 187-202.
- Cole, T., & Leets, L. (April 1999). Attachment styles and intimate television viewing: Insecurely forming relationships in a parasocial way. *Journal of Social and Personal Relationships*, 16(4), S. 495–511.
- Collani, G., & Herzberg, P. Y. (1. März 2003). Zur internen Struktur des globalen Selbstwertgefühls nach Rosenberg. *Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie*, 24(1), S. 9-22.
- Collins, N. L., & Read, S. J. (1990). Adult attachment, working models, and relationship. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(4), S. 644–663.
- Derrick, J. L., Gabriel, S., & Tippin, B. (19. Mai 2008). Parasocial relationships and self-discrepancies: Faux relationships have benefits for low self-esteem individuals. *Personal Relationships*, 15(2), S. 261-280.
- Döring, N. (2013). Wie Medienpersonen Emotionen und Selbstkonzept der Mediennutzer beeinflussen. In W. Schweiger, & A. Fahr, *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Döring, N., & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
- Engle, Y., & Kasser, T. (1. März 2005). Why do adolescent girls idolize male celebrities? *Journal of Adolescent*, 20(2), S. 263-283.
- Eysenck, H., & Eysenck, M. W. (1987). *Persönlichkeit und Individualität. Ein naturwissenschaftliches Paradigma*. München, Weinheim: Psychologie Verlags Union.

- Fabian, T. (1993). *Fernsehen und Einsamkeit im Alter : eine empirische Untersuchung zu parasozialer Interaktion*. Münster: Lit.
- Fahlenbrach, K., Brück, I., & Bartsch, A. (2008). *Medienrituale: Rituelle Performanz in Film, Fernsehen und Neuen Medien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fahr, A. (2014). Persönlichkeit. In C. Wünsch, *Handbuch Medienrezeption* (S. 129-144). Baden-Baden: Nomos-Verlag.
- Friemel, T. (2013). *Sozialpsychologie der Mediennutzung : Motive, Charakteristiken und Wirkungen interpersonaler Kommunikation über massenmediale Inhalte*. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.
- Früh, W., & Wünsch, C. (21. Juni 2009). Empathie und Medienempathie. *Publizistik*, 54(2), S. 191-215.
- Gardner, W. L., & Knowles, M. L. (April 2008). Love makes you real. Favorite television characters are perceived as "real" in a social facilitation paradigm. *Social Cognition*, 26(2), S. 156-168.
- Géhri, S. (2008). Parasoziale Beziehungen. *Dissertation*. Wien: Universität Wien.
- Gendler, T. S., & Kovakovich, K. (2005). Genuine rational fictional emotions. In M. Kieran, *Contemporary debates in aesthetics and the philosophy of art* (S. 241–253). Wiley-Blackwell.
- Giles, D. C. (1. August 2002). Parasocial interaction: a review of the literature and a model for future research. *Media Psychology*, 4(3), S. 279–305.
- Gleason, T. R., Theran, S. A., & Newberg, E. M. (23. Februar 2017). Parasocial interactions and relationships in early adolescence. *Frontiers in psychology*, 8, S. 255.
- Gleich, U. (1995). Die Beziehung von Fernsehzuschauern zu Medienpersonen - Eine explorative Untersuchung. In R. Arbinger, & R. S. Jäger, *Zukunftsperspektiven empirisch-pädagogischer Forschung* (S. 363-381). Landau: Verlag Empirische Pädagogik.
- Gleich, U. (1996). Sind Fernsehpersonen die "Freunde" des Zuschauers? Ein Vergleich zwischen parasozialen und realen sozialen Beziehungen. In P.

- Vorderer, *Fernsehen als "Beziehungskiste": Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen* (S. 113-144). Opladen: Westdeutscher Verlag .
- Gleich, U. (1997). *Parasoziale Interaktionen und Beziehungen von Fernsehzuschauern mit Personen auf dem Bildschirm: Ein theoretische und empirischer Beitrag zum Konzept des aktiven Rezipienten*. Landau: Verlag Empirische Pädagogik .
- Gleich, U. (2014). Parasoziale Interaktion und sozialer Vergleich . In C. Wunsch, H. Schramm, V. Gehrau, & H. Bilandzic, *Handbuch Medienrezeption* (S. 243-256). Baden-Baden: Nomos.
- Greenwood, D. (März 2009). Idealized TV friends and you women's body concerns. *Body Image*, 6(2), S. 97-104.
- Greenwood, D., & Long, C. (April 2011). Attachment, belongingness needs, and relationship status predict imagined intimacy with media figures. *Communication Research*, 38(2), S. 278-297.
- Hartmann, T. (2010). *Parasoziale Interaktion und Beziehungen*. Baden-Baden: Nomos-Verlag.
- Hartmann, T., & Goldhoorn, C. (7. Dezember 2011). Horton and Wohl revisited: Exploring viewers' experience of parasocial interaction. *Journal of Communication*, 61(6), S. 1104-1121.
- Hartmann, T., Schramm, H., & Klimmt, C. (2004a). *Vorbereitende Überlegungen zur theoretischen Modellierung parasozialer Interaktionen im Prozess der Medienrezeption*. Abgerufen am 28. Februar 2018 von <https://www.ijk.hmtmhannover.de/fileadmin/www.ijk/pdf/Forschung/PSI.pdf>
- Hartmann, T., Schramm, H., & Klimmt, C. (März 2004b). Personenorientierte Medienrezeption: Ein Zwei-Ebenen-Modell parasozialer Interaktionen. *Publizistik*, 49(1), S. 25-47.
- Hartmann, T., Stuke, D., & Daschmann, G. (1. Jänner 2008). Parasocial relationships with drivers affect suspense in racing sport spectators. *Journal of Media Psychology*, 20(1), S. 24-34.

- Hastall, M. R. (2014). Spannung . In C. Wunsch, H. Schramm, V. Gehrau, & H. Bilandzic, *Handbuch Medienrezeption* (S. 257-272). Baden-Baden: Nomos-Verlag.
- Hazan, C., & Shaver, P. R. (März 1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), S. 511–524.
- Herbst, T. (2013). *Eskapismus durch Serienkonsum : Der Einfluss von Online Streams auf suchtartiges Verhalten*. Hamburg: Diplomica-Verlag.
- Hippel, K. (1. Jänner 1992). Parasoziale Interaktion: Bericht und Bibliographie. *Montage/AV: Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, 1(1), S. 135-150.
- Höfer, W. (2013). *Medien und Emotionen : Zum Medienhandeln junger Menschen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Honeycutt, J. M. (2010). *Imagine that: Studies in imagined interaction*. Creskill, NJ: Hampton Press, Inc .
- Horton, D., & Wohl, R. R. (19. März 1956). Mass communication and para-social interaction. Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19, S. 215–229.
- IBM Knowledge Center. (23. April 2018). Von Faktorenanalyse: Deskriptive Statistiken: https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/de/SSLVMB_23.0.0/spss/base/idh_fact_des.html abgerufen
- International Personality Item Pool: A Scientific Collaboratory for the Development of Advanced Measures of Personality Traits and Other Individual Differences*. (3. März 2018). Abgerufen am 3. April 2018 von <http://ipip.ori.org/>
- Jordan, J. M., & Bahk, C. M. (1. Jänner 2001). The cognitive bases and social consequences of communication involvement. *Communication Research Reports*, 18(1), S. 11-25.
- Jose, P. E., & Brewer, W. F. (1984). Development of story liking: Character identification, suspense, and outcome resolution. *Developmental Psychology*, 20(5), S. 911-924.
- Kanazawa, S. (Mai 2002). Bowling with our imaginary friends. *Evolution and Human Behavior*, 23(3), S. 167-171.

- Katz, E., & Foulkes, D. (März 1962). On the use of the mass media as „escape“: Clarification of a concept. *Public Opinion Quarterly*, 26(3), S. 377-388.
- Kleinginna, P. R. (1981). A categorized list of emotion definitions, with suggestions for a consensual definition. In H. Thomaes, *Motivation und Emotion. Band 1: Theorien und Formen der Motivation* (S. 345-355). Göttingen: Hogrefe.
- Koch, T. (2010). *Macht der Gewohnheit? Der Einfluss der Habitualisierung auf die Fernsehnutzung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Krohne, H. W. (1996). *Angst und Angstbewältigung*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Kronewald, E. (2007). *Fernsehnutzung von Singles und Lierten : die Relevanz des Merkmals Beziehungsstand für Fernsehnutzungsmotive und parasoziale Beziehungen*. München: Fischer.
- Krotz, F. (1996). Parasoziale Interaktion und Identität im elektronisch mediatisierten Kommunikationsraum. In P. Vorderer, *Fernsehen als "Beziehungskiste": parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen* (S. 73-90). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Leißner, L., Stehr, P., Rössler, P., Döringer, E., Morsbach, M., & Simon, L. (17. Juli 2014). Parasoziale Meinungsführerschaft. Beeinflussung durch Medienpersonen im Rahmen parasozialer Beziehungen: Theoretische Konzeption und erste empirische Befunde. *Publizistik*, 59(3), S. 247-267.
- Liebers, N., & Schramm, H. (2017). *60 Jahre Forschung zu parasozialen Interaktion und Beziehungen: Steckbriefe von 250 Studien*. Baden-Baden: Nomos.
- Lizardo, O. (2006). How cultural tastes shape personal networks. *American Sociological Review*, 71(5), S. 778-807.
- Löbler, H. (2009. März 2009). My relationship to Scarlett O'Hara - Characterising parasocial relationships using the Repertory Grid Technique. *Journal of Customer Behaviour*, 8(1), S. 29-50.
- Madison, P. T., Porter, L. V., & Greule, A. (2016). Parasocial compensation hypothesis: Predictors of using parasocial relationships to compensate for real-life interaction. *Imagination, Cognition and Personality: Consciousness in Theory, Research, and Clinical Practice*, 35(3), S. 1-22.

- Madison, T. P., & Porter, L. V. (2015). The people we meet. *Imagination, Cognition and Personality*, 35(1), S. 47-71.
- Mikos, L. (1996). Parasoziale Interaktion und indirekte Adressierung . In P. Vorderer, *Fernsehen als "Beziehungskiste": Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen* (S. 101). Opladen: Westdeutscher Verlag .
- Morrison, C., & Westman, A. S. (2001). Women report being more likely than men to model their relationships after what they have seen on TV. *Psychological Reports*, 89(2), S. 252-254.
- Nabi, R. L., Stitt, C. R., Halford, J., & Finnerty, K. L. (1. November 2006). Emotional and cognitive predictors of the enjoyment of reality-based and fictional television programming: An elaboration of the uses and gratifications perspective. *Media Psychology*, 8(4), S. 421-447.
- Oliver, M. B. (1993). Exploring the paradox of the enjoyment of sad films. *Human Communication Research*, 19(3), S. 315–342.
- Papacharissi, Z., & Mendelson, A. L. (12. Juli 2007). An exploratory study of reality appeal: Uses and gratifications of reality TV shows. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(2), S. 355-370.
- Putnam, R. D. (Juli 1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), S. 65 – 78.
- Reimer, M. (2008). Eskapismus-Konzept. In U. Sander, F. Gross, & K.-U. Hugger, *Handbuch Medienpädagogik* (S. 297-300). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH.
- Rubin, A. M. (1. Oktober 1983). Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivations. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 27(1), S. 37–52.
- Rubin, A. M. (September 1984). Ritualized and instrumental television viewing. *Journal of Communication*, 34(3), S. 67-77.
- Rubin, A. M. (18. Dezember 2002). The uses and gratifications perspective of media effects. In J. Bryant, & D. Zillmann, *Media effects: Advances in theory and research* (S. 525-548). Mahwa, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- Rubin, A. M., Perse, E. M., & Powell, R. A. (März 1985). Loneliness, parasocial interaction, and local television news viewing. *Human Communication Research*, 12(2), S. 155-180.
- Rubin, R. B., & Mchugh, M. P. (1. Juni 1987). Development of parasocial interaction relationships. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31(3), S. 279-292.
- Russell, D., Cutrona, C. E., Rose, J., & Yurko, K. (1984). Social and emotional loneliness: An examination of Weiss's typology of loneliness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(6), S. 1313-1321.
- Schramm, H., & Hartmann, T. (Dezember 2008). The PSI-Process Scales. A new measure to assess the intensity and breadth of parasocial processes. *Communications*, 33(4), S. 385-401.
- Schramm, H., & Wirth, W. (2006). Medien und Emotionen. Bestandsaufnahme eines vernachlässigten Forschungsfeldes aus medienpsychologischer Perspektive. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 54(1), S. 25-55.
- Schweiger, W. (2007). *Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS.
- Six, U., & Gleich, U. (2000). Sozio-emotionale und kognitive Reaktionen auf Ereignisszenarien mit TV-Personen. Ein Experiment zur parasozialen Beziehung. In A. Schorr, *Publikums- und Wirkungsforschung : ein Reader* (S. 363-383). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag .
- Tsao, J. (1. März 1996). Compensatory media use: An exploration of two paradigms. *Communication Studies*, 47(1-2), S. 89-109.
- Tsay, M., & Bodine, B. M. (Juli 2012). Exploring parasocial interaction in college students as a multidimensional construct: Do personality, interpersonal need, and television motive predict their relationships with media characters? *Psychology of Popular Media Culture*, 1(3), S. 185–200.
- Tukachinsky, R. (Jänner 2010). Para-romantic love and para-friendships: development and assessment of a multiple-parasocial relationships scale. *American Journal of Media Psychology*, 3(1-2), S. 73-94.
- Visscher, A., & Vorderer, P. (1998). Freunde in guten und in schlechten Zeiten. Parasoziale Beziehungen von Vielsehern und Charakteren einer Daily Soap. In

- W. Herbert, & M. Jurga, *Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch* (S. 453-469). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Vorderer, P. (1994). „Spannung ist, wenn's spannend ist“. Zum Stand der (psychologischen) Spannungsforschung. *Rundfunk und Fernsehen*(42), S. 323–339.
- Vorderer, P. (1996a). *Fernsehen als "Beziehungskiste" : parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*. Opladen: Westdeutscher-Verlag.
- Vorderer, P. (1996b). Rezeptionsmotivation: Warum nutzen Rezipienten mediale Unterhaltungsangebote? *Publizistik*, 41(16), S. 310–326.
- Vorderer, P., & Knobloch, S. (September 1996). Parasoziale Beziehungen zu Serienfiguren: Ergänzung oder Ersatz? *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 8(3), S. 201-216.
- Vorderer, P., Klimmt, C., & Ritterfeld, U. (November 2004). Enjoyment: At the heart of media entertainment. *Communication Theory*, 14(4), S. 388-408.
- Wang, Q., Fink, E. L., & Cai, D. A. (21. Februar 2008). Loneliness, gender, and parasocial interaction: A uses and gratifications approach. *Communication Quarterly*, 56(1), S. 87-109.
- Wegener, C. (2008). *Medien, Aneignung und Identität : „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH.
- Weiß, R. (2001). *Fern-Sehen im Alltag. Zur Sozialpsychologie der Medienrezeption* . Wiesbaden: Westdeutscher Verlag .
- Wirth, W. (2013). Grundlagen emotionaler Medienwirkungen. In W. Schweiger, & A. Fahr, *Handbuch Medienwirkungsforschung* (S. 227-246). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Wright, P. (1986). The acquaintance description form. In S. Duck, & D. Perlman, *Understanding personal relationships. An interdisciplinary approach* (S. 39-62). London: Sage.
- Wulff, H. J. (1996). Charaktersynthese und Paraperson. In P. Vorderer, *Fernsehen als "Beziehungskiste": Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen* (S. 29-48). Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Wünsch, C. (2014). Empathie und Identifikation . In C. Wünsch, H. Schramm, V. Gehrau, & H. Bilandzic, *Handbuch Medienrezeption* (S. 223-242). Baden-Baden: Nomos-Verlag.
- Wünsch, C., Schramm, H., Gehrau, V., & Bilandzic, H. (2014). *Handbuch Medienrezeption*. Baden-Baden: Nomos-Verl.-Ges.
- Zillman, D. (1988). Mood management through communication choices. *American Behavioral Scientist*, 31(3), S. 327–340.
- Zillman, D. (1991). Empathy: Affect from bearing witness to the emotions of others. In J. Bryant, & D. Zillman, *Responding to the screen: Reception and reaction processes* (S. 135–168). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Zillmann, D. (Jänner 1995). Mechanisms of Emotional Involvement with Drama. *Poetics: Journal for empirical research on literature, the media and the arts*, 23(1-2), S. 33-51.
- Zuckerman, M. (1979). *Sensation seeking: Beyond the optimal level of arousal*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Anhang

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer!

Im Rahmen meiner Diplomarbeit führe ich eine Umfrage im Bereich Sozialpsychologie durch, welche das Beziehungsverhalten zu Medienfiguren in Serien und Filmen erfassen soll.

Die Befragung erfolgt anonym und nimmt ungefähr 10 Minuten in Anspruch.

Für ein einfacheres Verständnis wird auf geschlechtergerechte Formulierungen verzichtet, jedoch sind in allen Fällen sowohl weibliche, als auch männliche Formen gemeint.

Geschlecht: *

Weiblich

Männlich

Alter: *

Höchster Schulabschluss: *

Beziehungsstand: *

Single

—

Sexuelle Orientierung: *

Die nun folgenden Aussagen beziehen sich auf eine von Ihnen ausgewählte Lieblingsfernsehperson aus einer Serie und/oder einem Film. Kreuzen Sie bitte an, in welchem Ausmaß folgende Aussagen auf Sie zutreffen. (0 = trifft gar nicht zu, 1 = trifft eher nicht zu, 2 = trifft teilweise zu, 3 = trifft eher zu, 4 = trifft völlig zu)

	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft teilweise zu	trifft eher zu	trifft völlig zu
Ich habe eine bestimmte Lieblingsfernsehperson, welche in Serien und/oder Filmen mitspielt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In meiner Jugendzeit hatte ich wesentlich mehr Lieblingsfernsehpersonen als jetzt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich sehe gewisse Serien oder Filme gerne, weil ___ darin mitspielt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ___ zu einer anderen Serie wechseln würde, dann würde ich ihn mir dort anschauen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn in Zeitungen oder Zeitschriften etwas über ___ steht, würde ich es auf jeden Fall lesen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich freue mich darauf, ___ beim nächsten Mal wieder in der Sendung zu sehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich würde ___ gerne einmal persönlich treffen und kennenlernen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manchmal passiert es mir, dass ich in Gedanken oder auch tatsächlich irgendetwas zu ___ sage.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es tut mir leid für ___, wenn ihm ein Missgeschick passiert (z.B., wenn er sich verspricht).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde es angenehm, die Stimme von ___ zuhause zu hören.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es kommt sogar vor, dass ich ___ vermisse, wenn er längere Zeit nicht auf dem Bildschirm erscheint.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nach bestimmten Dingen, die ___ gesagt oder getan hat, hätte man meine Reaktionen am Gesicht ablesen können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obwohl ___ prominent und bekannt ist, sehe ich in ihm eher eine ganz normale Person wie „du und ich“.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Meine ausgewählte Lieblingsfernsehperson ist:

Weiblich

Männlich

(Ungefähres) Alter der Lieblingsfigur:

1 - 12 Jahre

13 - 17 Jahre

18 - 27 Jahre

28 - 37 Jahre

38 - 47 Jahre

älter als 48 Jahre

Sexuelle Orientierung der Lieblingsfigur:

Bitte wählen... ▼

Kreuzen Sie bei den folgenden Aussagen nun möglichst spontan und ehrlich an, ob sie auf Sie selbst zutreffen oder nicht.

(Stimmt eine Aussage nicht völlig auf Sie zu, oder lehnen Sie sie nicht völlig ab, wählen Sie bitte jene Antwort, die eher auf Sie zutrifft.)

	trifft zu	trifft nicht zu
Ich fühle mich in Gegenwart von Menschen sehr wohl.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich beginne oft Gespräche mit Fremden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe kein Problem damit, im Mittelpunkt zu stehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bei langweiligen Gesellschaften bringe ich Leben hinein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin sehr gesprächig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe oft Stimmungsschwankungen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich schnell gestresst.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe oft das Gefühl von Spannung in mir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gelingt mir etwas nicht wie geplant, regt es mich stark auf.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin sehr leicht deprimiert und niedergeschlagen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin ein sehr neugieriger Mensch.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In der Not werde ich erfinderisch und finde immer eine Lösung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe eine lebendige Fantasie.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oft handle ich zu schnell und bin zu unvorsichtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich versetze mich oft in die Lage anderer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin sehr kooperativ.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin sehr nachgiebig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Die nun folgenden Aussagen beziehen sich wieder auf die von Ihnen ausgewählte Lieblingsfernsehperson aus einer Serie und/oder einem Film. Kreuzen Sie bitte an, in welchem Ausmaß folgende Aussagen auf Sie zutreffen. (0 = trifft gar nicht zu, 1 = trifft eher nicht zu, 2 = trifft teilweise zu, 3 = trifft eher zu, 4 = trifft völlig zu)

	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft teilweise zu	trifft eher zu	trifft völlig zu
Wenn ___ eine reale Person wäre, könnte ich ihm problemlos negative Dinge über mich verraten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manchmal würde ich ___ gerne um Rat fragen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ___ eine reale Person wäre, würde er immer auf mich zählen können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich glaube, ___ und ich sind uns sehr ähnlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe das Gefühl, ___ ist für mich so etwas wie ein „guter alter Freund“.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hin und wieder habe ich darüber nachgedacht, ob ___ mir selbst ähnlich oder unähnlich ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bewundere ___.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe immer wieder überlegt, ob ich Leute kenne, die ___ ähnlich sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Leben von ___ ähnelt meinem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
___ erinnert mich an jemanden aus meinem persönlichen Umfeld.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde, ___ ist attraktiv.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich ___ sehr nahe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
___ entspricht genau meinen Vorstellungen, wie mein Partner aussehen sollte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In meinen intimen Fantasien spielt ___ manchmal eine Rolle.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
___ könnte für mich der ideale Partner sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sehe ich ___ zu, wie er jemandem näherkommt, wäre ich gerne anstelle dieser Person.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kreuzen Sie bitte jene Aussage über Ihren Freundeskreis möglichst spontan und ehrlich an, welche am besten auf Sie zutrifft.

- Ich habe einen großen Freundeskreis, mindestens 3 Personen davon würde ich alles von mir anvertrauen.
- Ich habe mehrere Freunde, davon aber maximal 1-2 Personen, denen ich alles anvertrauen würde.
- Ich habe ein paar Freunde, jedoch würde ich keinem davon alles von mir anvertrauen.
- Ich habe eigentlich keine Freunde oder jemanden, dem ich alles von mir anvertrauen würde.

Die nun folgenden Aussagen beziehen sich wieder auf die von Ihnen ausgewählte Lieblingsfernsehperson aus einer Serie und/oder einem Film. Kreuzen Sie bitte an, in welchem Ausmaß folgende Aussagen auf Sie zutreffen. (0 = trifft gar nicht zu, 1 = trifft eher nicht zu, 2 = trifft teilweise zu, 3 = trifft eher zu, 4 = trifft völlig zu)

	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft teilweise zu	trifft eher zu	trifft völlig zu
Ich bin immer voller Mitgefühl mit ____.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich eine Sendung mit ____ sehe, erlebe ich beim Schauen eine Reihe von verschiedensten Emotionen (z.B. Freude, Furcht, Liebe, Mitleid).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich wähle gezielt eine Serie/einen Film mit ____, weil ich weiß, dass ich dabei richtig abschalten kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
____ zu sehen, hilft mir dabei, dem Alltag zu entfliehen und vorhandene Probleme zu vergessen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich sehe mir ____ an, um Gesellschaft zu haben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich mich einsam fühle, sehe ich mir gezielt etwas mit ____ an, dann geht es mir besser.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich sehe Serien/Filme mit ____ deshalb gerne, weil er mich gut unterhält.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich ____ sehe, vergesse ich die Welt um mich, weil ich mich sehr amüsiere.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Verhalten von ____ hat einen starken Einfluss auf meine eigene Stimmung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich vor dem Schauen einer Serie/eines Films mit ____ verärgert oder traurig war, geht es mir danach meist besser.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manchmal werde ich alleine durch einen traurigen Gesichtsausdruck von ____ selbst traurig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich sehe mir gezielt eine Sendung mit ____ an, wenn mir langweilig ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eine Serie/einen Film mit ____ zu sehen, gehört bei mir zum Alltag.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Die nun folgenden Aussagen beziehen sich auf Ihr eigenes Verhalten beim Sehen von Serien und Filmen. Bitte beziehen Sie sich wieder auf die von Ihnen gewählte Lieblingsfernsehperson. (0 = trifft gar nicht zu, 1 = trifft eher nicht zu, 2 = trifft teilweise zu, 3 = trifft eher zu, 4 = trifft völlig zu)

	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft teilweise zu	trifft eher zu	trifft völlig zu
Serien- und/oder Filmschauen ist eine wichtige Beschäftigung in meinem Leben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich ___ am Bildschirm sehe, kommt es mir vor, als wenn ich mit Freunden zusammen wäre, dann fühle ich mich wohl.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nachdem ich ___ in der Serie/im Film gesehen habe, bin ich meist glücklich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich ___ am Bildschirm sehe, amüsiere ich mich gut.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn sich ___ einen langersehnten Wunsch erfüllen kann, freue ich mich mit ihm.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nachdem ich die Sendung mit ___ gesehen habe, kommt ein Gefühl von Zufriedenheit in mir auf.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ___ in der Serie/im Film eine unerwartete Entscheidung fällt, welche mir nicht zusagt, bin ich verärgert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Beziehen Sie sich bitte wieder auf die von Ihnen ausgewählte Lieblingsfernsehperson aus einer Serie und/oder einem Film und auf Ihren Beziehungspartner. Kreuzen Sie an, in welchem Ausmaß folgende Aussagen auf Sie zutreffen. (0 = trifft gar nicht zu, 1 = trifft eher nicht zu, 2 = trifft teilweise zu, 3 = trifft eher zu, 4 = trifft völlig zu)

	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft teilweise zu	trifft eher zu	trifft völlig zu
Ich hätte gerne, dass sich mein Partner wie ___ verhalten würde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich wünsche mir, dass sich mein Partner wie ___ kleiden und stylen würde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich glaube, dass eine Beziehung mit ___ einfacher wäre, als mit meinem Partner.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich sehe lieber alleine eine Sendung mit ___, als gemeinsam mit meinem Partner eine Sendung ohne ___ zu sehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oft sehe ich lieber eine Serie/einen Film mit ___, als gemeinsam mit meinem Partner auszugehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hätte ich die Möglichkeit, ___ persönlich zu treffen, wäre mir die Meinung meines Partners hierfür nicht wichtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich mir imaginär den perfekten Partner zusammenstellen könnte, denke ich dabei eher an ___, als an meinen tatsächlichen Partner.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
___ könnte für mich theoretisch der richtige Beziehungspartner sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich ___ mit meinem Partner vergleiche, werde ich mit meiner Beziehung unzufrieden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kreuzen Sie bei den folgenden Aussagen nun möglichst spontan und ehrlich an, ob sie auf Sie selbst zutreffen oder nicht.

(0 = trifft gar nicht zu, 1 = trifft eher nicht zu, 2 = trifft eher zu, 3 = trifft völlig zu)

	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft eher zu	trifft völlig zu
Alles in allem bin ich mit mir selbst zufrieden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hin und wieder denke ich, dass ich gar nichts tauge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich besitze eine Reihe guter Eigenschaften.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich kann vieles genauso gut wie die meisten anderen Menschen auch.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fürchte, es gibt nicht viel, worauf ich stolz sein kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich von Zeit zu Zeit richtig nutzlos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich halte mich für einen wertvollen Menschen, jedenfalls bin ich nicht weniger wertvoll als andere auch.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich wünschte, ich könnte vor mir selbst mehr Achtung haben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alles in allem neige ich dazu, mich für einen Versager zu halten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe eine positive Einstellung zu mir selbst gefunden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Beziehen Sie sich bei den Aussagen bitte wieder auf die gewählte Lieblingsfernsehperson. (0 = trifft gar nicht zu, 1 = trifft eher nicht zu, 2 = trifft teilweise zu, 3 = trifft eher zu, 4 = trifft völlig zu)

	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft teilweise zu	trifft eher zu	trifft völlig zu
Ich versuche, Rituale von ___s Familienleben in meine Familie einzuführen.	<input type="radio"/>				
Ich möchte (in Zukunft) dasselbe Familienleben führen, wie ___ es hat.	<input type="radio"/>				
Wenn ___ mit seiner Familie gezeigt wird, habe ich danach das Bedürfnis, mehr mit meiner Familie/gewissen Familienmitgliedern zu unternehmen.	<input type="radio"/>				
Ich hätte in meiner Familie gerne dieselbe Position, die ___ in seiner Familie in der Serie/im Film einnimmt.	<input type="radio"/>				
Manchmal versuche ich, mich im Umfeld meiner Familie so zu verhalten, wie ___ es macht.	<input type="radio"/>				
Manchmal schaue ich mir die Serie/den Film mit ___ gemeinsam mit einem Freund an.	<input type="radio"/>				
Es kommt vor, dass ich mich mit Freunden über ___ unterhalte.	<input type="radio"/>				
Oft sehe ich lieber eine Serie/einen Film mit ___, als mich mit Freunden zu verabreden.	<input type="radio"/>				
Wenn ich gerade dabei bin, eine Serie/einen Film mit ___ zu sehen und mich ein Freund anruft, muss er warten bis die Folge oder der Film zu Ende ist.	<input type="radio"/>				
Oft wünsche ich mir, dass ich genauso einen Freund im echten Leben hätte, wie ___ es ist.	<input type="radio"/>				
Manchmal hätte ich gerne, dass sich meine Freunde mehr wie ___ verhalten würden.	<input type="radio"/>				

Die nun folgenden Aussagen beziehen sich auf Ihr eigenes Freizeitverhalten. Bitte beziehen Sie sich dabei auf einen guten Freund oder Ihren Partner, bzw. einer Person, der Sie nahe stehen. (0 = trifft gar nicht zu, 1 = trifft eher nicht zu, 2 = trifft teilweise zu, 3 = trifft eher zu, 4 = trifft völlig zu)

	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft teilweise zu	trifft eher zu	trifft völlig zu
Unternehmungen mit ___ sind wichtige Freizeitbeschäftigungen für mich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In der Umgebung von ___ fühle ich mich wohl.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nach einer Unternehmung mit ___, bin ich meist glücklich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unternehme ich etwas mit ___, amüsiere ich mich gut.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn sich ___ einen langersehnten Wunsch erfüllen kann, freue ich mich mit ihm.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nachdem ich etwas mit ___ unternommen habe, kommt ein Gefühl von Zufriedenheit in mir auf.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ___ eine Entscheidung fällt, welche mir nicht zusagt, bin ich verärgert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Die nun folgenden Aussagen beziehen sich wieder auf die von Ihnen ausgewählte Lieblingsfernsehperson aus einer Serie und/oder einem Film. Kreuzen Sie bitte an, in welchem Ausmaß folgende Aussagen auf Sie zutreffen. (0 = trifft gar nicht zu, 1 = trifft eher nicht zu, 2 = trifft teilweise zu, 3 = trifft eher zu, 4 = trifft völlig zu)

	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft teilweise zu	trifft eher zu	trifft völlig zu
___ dient mir manchmal als Beispiel, wie ich am besten reale Unterhaltungen führen könnte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
___ selbst hat mir schon als Gesprächsthema gedient und die Kommunikation vereinfacht, wenn ich mich mit Fremden unterhielt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durch das Beobachten von ___ in der Serie/im Film, kann ich mögliche zukünftige Handlungen und Kommunikationen im echten Leben einstudieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durch Imitation von ___ bin ich offener gegenüber anderen Leuten geworden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
___ ermutigt mich, bei Aufgaben/Problemen auch neue oder ungewöhnliche Lösungen auszuprobieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe das Gefühl, dass mich ___ in persönlichen Einstellungen negativ beeinflussen könnte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich nutze erfolgreiche Ratschläge, welche ___ in der Serie/im Film gibt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bei Konflikten in zwischenmenschlichen Beziehung überlege ich manchmal, damit genauso umzugehen, wie ___ es oft tut.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich versuche mir gerne vorzustellen, was ___ wohl denkt und vergleiche dies mit meinen eigenen Gedanken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manchmal versuche ich mich im echten Leben genauso wie ___ zu verhalten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
___ ist unter anderem deshalb meine Lieblingsfigur, weil er sich in gewissen Situationen immer passend verhält und ich dadurch einiges lernen könnte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich denke manchmal an ___, auch wenn ich gar nicht fernsehe und überlege mir, was er zu bestimmten Dingen sagen würde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manchmal würde ich gerne wissen, was ___ in dieser Situation machen würde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durch das Verhalten von ___ fühle ich mich selbst auch selbstbewusster.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>