

© Erschienen in Psychoscope 4/2021: 14-17

MEDIENPSYCHOLOGIE

Ein Youtuber wie du und ich?

Parasoziale Beziehungen im Wandel



Dass sich manche in eine Schauspielerin verlieben, ist kein neues Phänomen. Doch mit den neuen Medien ist die Auswahl an Medienpersonen grösser geworden. Und Youtuber lassen ihre Follower scheinbar an ihrem Privatleben teilhaben.

ANDREAS FAHR

Am 30. März 1981 versuchte John Hinckley ein Attentat auf den damaligen US-Präsidenten Ronald Reagan zu verüben. Damit wollte er die Aufmerksamkeit der US-Schauspielerin Jodie Foster erregen. John Hinckley entwickelte eine Obsession für die Schauspielerin, die er im Film *Taxi Driver* gesehen hatte. Er versuchte sie vergeblich zu kontaktieren. Und so fasste er den Plan – nach dem Vorbild der Hauptperson des Films – durch ein Attentat in die Geschichte einzugehen. John Hinckleys Verhalten war Ausdruck einer Extremform der Erotomanie, der wahnhaften, unwiderstehlichen Liebe zu einer unerreichbaren Person, die zwar existiert, die man aber nur aus den Medien kennt.

Weniger dramatisch, künstlerisch aber durchaus gelungen und amüsant anzusehen: 2007 sieht man den Schweizer Rapper Bligg in einem Musikvideo, wie er sich abends vor den Fernseher setzt und sich mit Susanne zum Date trifft. Es ist Susanne Wille gemeint, eine ehemalige Sprecherin der Nachrichtensendung *10vor10*. «Ich verehr Sie ganz ehrlich was wär bloß ohni Sie?», rappt Bligg. Intelligent, immer pünktlich und stets gepflegt gekleidet sei sie. «Oh Susanne, Sie sind – wow – die perfäkt Frau für mich.» Der harte Rapper wird angesichts von Susanne Wille sanft, macht sich extra fein, kocht für beide, ist nervös, stösst mit Rotwein vor dem TV an, bietet ihr den Ring an: «Ich gnüss dini Awesäheit mit mir am Fiirabig, insbesondere wänn mir zäme iischlafed.»

Das Video ist empfehlenswert anzuschauen. Es beschreibt pointiert ein Phänomen, das in der Medienpsychologie spätestens seit den 1950er-Jahren bekannt ist und seither systematisch untersucht wird. Forschende beschrieben den Einfluss von Fernsehpersönlichkeiten, mit denen die Zuschauerinnen und Zuschauer ein Gefühl der Verbundenheit entwickelten. Die Psychologen Donald Horton und Richard Wohl argumentierten, dass eine der auffälligen Eigenschaften der damals neuen Massenmedien – Radio, Fernsehen und Kino – darin bestehe, dass sie die Illusion einer Beziehung mit dem Darsteller von Angesicht zu Angesicht vermitteln. Die Bedingungen der Reaktion auf den Darsteller seien analog zu denen in einer Primärgruppe. Das Publikum begegnet den entferntesten und

berühmtesten Männern und Frauen, als ob sie Teil ihrer Peergroup wären. Die Psychologen schlugen vor, diese scheinbare Face-to-Face-Beziehung zwischen Zuschauer und Medienperson «parasoziale Beziehung» zu nennen.

Vielfalt und Komplementarität

Parasoziale Beziehungen können mit real existierenden Personen, wie etwa Nachrichtensprecherinnen, mit fiktionalen Medienfiguren wie Harry Potter, aber auch mit Personen «wie du und ich» gepflegt werden. Neben der Bewunderung von Celebrities, wo romantische und sexuelle Sehnsucht nach Vereinigung mit dem Star in einer Liebesbeziehung im Vordergrund steht, sind viele parasoziale Beziehungen alltagsbezogen. Virtuelle Freunde sind Ratgeber in nahezu allen Lebenslagen geworden.

Parasoziale Beziehungen weisen Ähnlichkeit auf mit sogenannten orthosozialen Beziehungen, also Face-to-Face-Kontakten. Die medial vermittelte Person wird so beschrieben, als sei er oder sie «wie ein guter Freund oder eine Freundin». Man vermisst die Person, wenn man sie längere Zeit nicht gesehen hat. Man fühlt sich in ihrer «Gegenwart» wohl, empfindet Empathie und meist auch Sympathie. Man teilt die vom Protagonisten erlebten Gefühle. Durch die Medienpersonen inszenierte räumliche Nähe und durch die verbale und nonverbale Bezugnahme werden die Rezipientinnen

Virtuelle Freunde sind Ratgeber in nahezu allen Lebenslagen geworden.

und Rezipienten zusätzlich herausgefordert, sich zu involvieren und sich intensiv mit der Medienperson auseinanderzusetzen. All das kann durchaus positive Effekte haben. Die US-Kommunikationswissenschaftlerin Keren Eyal etwa konnte belegen, dass die besondere Attraktivität von Mediencharakteren in der Vielfalt liegt. Der Zuschauer kann Charaktere kennenlernen, die es in seinem unmittelbaren Umfeld nicht gibt. Die Vielfalt der Auswahl macht also die Medienwelt besonders reizvoll. Die Forscherin konnte auch zeigen, dass die Intensität der Beziehung zu Mediencharakteren meist weniger stark ist als zu Personen im realen sozialen Umfeld. Man investiert zudem weniger in die Beziehungen und sie sind von kürzerer Dauer.

Andere Studien untersuchten den Trennungsschmerz nach einem sogenannten «parasocial breakup», also dem Ende der Beziehung mit einer Medienperson. Ein solches Beziehungsende tritt dann auf, wenn eine Serie beendet wird, ein Protagonist die Serie verlässt oder «stirbt». Dieser Schmerz wird als weniger schlimm empfunden als das Beziehungsende mit einer Person aus der Peer Group.

Neueste medienpsychologische Forschung interessiert sich insbesondere dafür, warum oft gerade ambivalente Charaktere besonders attraktiv für die Mediennutzerinnen und Mediennutzer sind. Also Personen, die man nicht unbedingt als beste Freunde ha-

Parasoziale Interaktionen können nur vorübergehend Trost oder Unterstützung bieten.

ben will. Gerade die Ambivalenz, das Auf und Ab, die Annäherungs- und Vermeidungskonflikte regen offenbar zum Miterleben und zum Nachdenken an. Meist stellen Beziehungen zu Medienfiguren aber eher eine attraktive Ergänzung als einen Ersatz zu «echten» Beziehungen dar.

Kompensation und Kontrolle

Also alles kein Problem? Sind Mediencharaktere eine wunderbare Ergänzung zu unserem manchmal eintönigen Alltag? Für die meisten schon, für Personen mit bestimmten Prädispositionen jedoch nicht. Empirische Befunde der US-Psychologin Sally Theran vom Wellesley College belegen, dass sich vor allem der ängstlich-ambivalente Bindungstyp besonders stark in parasoziale Beziehungen involviert. Menschen mit diesem Bindungstyp sind in Beziehungen eher ängstlich und unsicher. Sie haben mehr Angst, den Partner zu verlieren, und tendieren zum Klammern. Sie vertrauen zwar recht schnell, werden aber auch leicht enttäuscht. Offenbar finden gerade Mädchen mit diesem Bindungsstil in Medienfiguren eine sichere Partnerin, die sie nicht verlässt, immer da ist, wenn sie sie brauchen, und verlässlich ist. Die Zuschauerin kann darüber hinaus die Medienbeziehung kontrollieren und wird selten enttäuscht.

Einerseits wird ein Zuschauer vom Objekt der parasozialen Beziehung selten Zurückweisung erleben.

Andererseits wird es nie zu einer echten Gegenseitigkeit der Interaktionen kommen. Folglich können parasoziale Interaktionen einem besorgten Individuum nur vorübergehend Trost oder Unterstützung bieten. Aber es ist eher unwahrscheinlich, dass sie reparativ wirken können und die Entwicklung eines sicheren Bindungsstils unterstützen.

Wie beim Phänomen des Eskapismus, also der Flucht in eine Scheinwelt, können auch bei parasozialen Beziehungen zu Mediencharakteren sowohl dysfunktionale als auch funktionale Effekte beobachtet werden. Zu ersteren gehört die Verstärkung ungünstiger Verhaltensweisen, der zunehmende Rückzug in die Medienwelt sowie die Kultivierung von unrealistischen Erwartungen an Beziehungen. Zu den funktionalen Effekten zählt die emotionale Stabilisierung, die Erweiterung des Verhaltensrepertoires sowie die Befriedigung von Wachstumsmotiven.

Beziehungen in den sozialen Medien

In den vergangenen Jahren hat sich die Forschung zu parasozialen Phänomenen auf die Beziehungen zu Personen in den sozialen Medien ausgeweitet, insbesondere auf Youtube, Facebook, Instagram, Tiktok und anderen. Diese Online-Plattformen sind äusserst beliebt, da sie eine sehr grosse Vielfalt und eine hohe Flexibilität der Nutzung bieten. Ausserdem können auf diesen Medien Personen und Inhalte noch besser nach den eigenen Interessen ausgewählt werden. Die Popularität der neuen Medien zeigt sich in Form von Abonentinnen und Abonnenten, Likes, Shares und Kommentaren. Die Protagonisten in dieser Medienwelt, insbesondere die Youtuber und ihre Pendants auf anderen Kanälen, weisen Merkmale auf, die sie von klassischen TV- und Filmcharakteren unterscheiden. Sie wirken auf die Mediennutzenden vertraut, da ihre Videos oft in ihrem eigenen Wohnumfeld aufgenommen werden, und sie verwenden den Sprachduktus der anvisierten Generation mit den entsprechenden kulturellen Codes. Die Tatsache, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer mit den Medienpersonen über Kommentare und Nachrichten interagieren können, suggeriert ein besonderes Gefühl der Annäherung und Kommunikation unter Gleichen.

Dieses gesteigerte Gefühl von Nähe und Vertrautheit, das durch die wahrgenommene wechselseitige Interaktion und die Offenlegung von persönlichen Informationen in der Kommentarspalte unter einem Youtube-Video entsteht, hat die Grenzen zunehmend verwischt, die in den traditionellen Medien einst reale und parasoziale Beziehungen trennten. Die US-Kommunikationswissenschaftlerin Melissa Click von der Gonzaga University konnte zeigen, dass die Twit-

ter-Posts von Stars zwar das Gefühl von Nähe und Verfügbarkeit verstärken können, das sie ihren Fans vermitteln. Die Kommunikation bleibt aber trotzdem einseitig. Die Psychologieprofessorin Gayle Stever vom Empire State College/SUNY stellte fest, dass Abonnentinnen und Abonnenten zwar das Gefühl haben, «ihren» Youtuber gut zu kennen, das Gegenteil aber selten der Fall ist: Medienpersonen nehmen ihre Follower in der Regel als Kollektiv wahr. Ob der Youtuber auf die Kommentare seiner Follower eingeht oder nicht, ist für sie aber offenbar von untergeordneter Bedeutung. Augenscheinlich werden parasoziale Beziehungen vor allem durch die eigene wahrgenommene Aktivität gestärkt, vielleicht auch nur durch den Gedanken, dass die Youtuber sie durch den Feedback-Kanal wahrnehmen könnten, was die Beziehung in eine orthosoziale verwandeln könnte.

Neuere Forschung findet ausserdem Hinweise darauf, dass parasoziale Beziehungen unter bestimmten Bedingungen suchtähnliches Verhalten unterstützen. Der Psychologe Pierre de Bérail von der Université Paris Descartes bestätigte, dass Menschen mit sozialer Angst stärkere parasoziale Beziehungen zu Youtubern pflegen, was wiederum zu Youtube-Sucht führen kann.

Grenzen verschwimmen

Die meisten parasozialen Beziehungen zu Medienpersonen sind harmlos oder sogar bereichernd. Sie können aber auch zu weit gehen. Das eingangs erwähnte Beispiel vom versuchten Attentat auf den damaligen US-Präsidenten Ronald Reagan zeigt dies – zugegeben anekdotisch – an einem extremen Einzelfall.

Man sollte allerdings stets wissen: Youtuber, TV- und andere Mediencharaktere sind in der Regel nicht unsere «Freunde». Sie nutzen ein psychologisches Phänomen aus, das es schon seit den Anfängen der Massenmedien gibt. Parasoziale Beziehungen bleiben einseitig: Eine Person weiss alles und die andere weiss nichts. In den meisten Fällen weiss die Medienperson nicht einmal, dass ihr Gegenüber existiert. Es bleibt ein vages «Publikum». Insbesondere Streaming und Video-Blogs lassen die Grenzen zwischen Performance und realem Leben verschwimmen. Was solche Beziehungen beunruhigend macht, ist die Tatsache, dass Youtuber, Video-Blogger und Co. nicht im traditionellen Sinne des Worts «performen». Der Reiz ihrer Inhalte besteht darin, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer in ihr normales, alltägliches Leben eingeladen werden. Das macht es dem Gehirn leichter, Faktoren zu überspielen, die normalerweise verhindern, dass parasoziale Beziehungen zu stark werden. Wenn wir uns für einen Prominenten oder ein Sportteam interessieren, wissen die meisten von uns, dass diese unser

Interesse nicht erwidern werden. Dies erlaubt uns, uns emotional zu distanzieren und unsere Investitionen vor allem für Menschen in der realen Welt aufzusparen. Aber die Illusion von Nähe, die durch Streaming und Video-Blogging erzeugt wird, wirkt dieser Distanzierung entgegen. Man vergisst zudem auch leicht, dass eine Person, auch wenn sie online «echt» erscheint, vor einer Kamera auftritt und uns eine kuratierte Version ihres wahren Selbst zeigt. So fällt es den Zuschauerinnen und Zuschauern leichter, sich mit einer polierten Person zu verbinden als mit einem echten Menschen mit Bedürfnissen, Fehlern und Erwartungen. Es ist eine Sache, wenn Erwachsene solche Beziehungen zu Medienpersonen aufbauen: Sie wurden meist so sozialisiert, dass sie auf Ressourcen zurückgreifen können, was wiederum ungesunde Bindungen weniger wahrscheinlich macht. Auf wen wir aber zu achten haben sind junge Menschen, die ihre Beziehungen zunehmend nach ihren Online-Interaktionen in den sozialen Medien modellieren. ♦

DER AUTOR

Andreas Fahr ist Professor für Mediennutzung, Medienrezeption und Medienwirkung am Departement für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung DCM der Université de Fribourg.

KONTAKT

andreas.fahr@unifr.ch

LITERATUR

- de Bérail, P., Guillon, M., & Bungener, C. (2019). The relations between YouTube addiction, social anxiety and parasocial relationships with YouTubers: A moderated-mediation model based on a cognitive-behavioral framework. *Computers in Human Behavior*, *99*, 190–204.
- Eyal, K., & Dailey, R. M. (2012). Examining relational maintenance in parasocial relationships. *Mass Communication & Society*, *15*(5), 758–781.
- Theran, S. A., Newberg, E. M., & Gleason, T. R. (2010). Adolescent girls' parasocial interaction with media figures. *The Journal of Genetic Psychology*, *171*(3), 270–277.