

Kommentieren oder nicht kommentieren, das ist hier die Frage

Sonia Robak

Kommentieren oder nicht kommentieren, das ist hier die Frage

***Eine Mehrmethoden-Studie zu parasozialen
Aktivitäten mit Social Media-Personae im
Kontext der sozialen Netzwerke***

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar

Grafik auf dem Umschlag: Network Topologies
(Ausschnitt), Quelle; Wikimedia commons

Zgl. Dissertation an der Philosophischen Fakultät
der Universität Erfurt, 2018

ISBN 978-3-96138-135-7

© 2019 Wissenschaftlicher Verlag Berlin

Olaf Gaudig & Peter Veit GbR

www.wvberlin.de / www.wvberlin.com

Alle Rechte vorbehalten.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, auch einzelner Teile, ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Dies gilt insbesondere für fotomechanische Vervielfältigung sowie Übernahme und Verarbeitung in EDV-Systemen.

Druck und Bindung: SDL – Digitaler Buchdruck, Berlin

Printed in Germany

€ 64,00

Danksagung

„Wenn der Plan nicht gut ist, ändere den Plan und nicht das Ziel!“

Dieser Gedanke leitete die ganze Doktorzeit und ohne die wundervolle und konstruktive Unterstützung vieler kluger Köpfe, die meine Reise begleitet haben, wäre die Arbeit nicht fertiggestellt worden. Auf diesem Wege möchte ich danke sagen.

Ich danke herzlichst und grenzenlos Herrn Professor Sven Jöckel für seine Geduld, seine konstruktive Kritik und übermüdete Unterstützung in allen formalen Angelegenheiten. Zudem danke ich Herrn Professor Patrick Rössler, dass der ebenfalls mit wertvollem Rat zur Seite stand. Frau Doktor Claudia Wilhelm und mich verbinden die Zeiten an der FSU Jena. Auch in der Zeit in Erfurt erwies sie sich als phänomenale, herzliche und hervorragende Begleiterin. Danke!

Ich bin zudem dankbar, dass ich ein Teils des „Communication and Digital Media“-Kollegs an der Universität Erfurt sein durfte. In der wertvollen Zeit voller Konfrontationen, habe ich lernen dürfen, dass es kein Versagen gibt, sondern nur Feedback. Dabei erhielten „Probleme“ den Namen „Herausforderung“. Dank der Zeit im Promotionskolleg konnte ich mich intensiv in meiner Steh-Auf-Mentalität üben. Ich gehe gestärkt in eine neue Lebensphase hinein. Danke. Das ist ein wertvoller Schatz für das ganze Leben.

Ich danke Herrn Doktor Tilo Hartmann, der beim Doktorandenkolloquium der FG Rezeptions- und Wirkungsforschung im Vorfeld der Fachtagung 2015 in Bamberg, mir die Augen geöffnet und aufgezeigt hat, wie barocklastig und zu breit gefächert mein Vorhaben ist und wo der Fokus liegen sollte. Ebenfalls danke ich Herrn Professor Christoph Neuberger, der beim Doktorandenworkshop der gemeinsamen Jahrestagung der Fachgruppen „Computervermittelte Kommunikation“ und „Soziologie der Medienkommunikation“ 2015 in Berlin, das Gleiche tat.

Zudem danke ich Claudia Seifert für ihre unermüdliche Unterstützung, sowohl seelentechnisch, als auch bzw. vor allem daten- und wissenstechnisch. Liebe Claudia, Du weißt, wie wertvoll Du für mich bist. Schön, dass wir uns gefunden haben.

Ich danke zudem herzlichst der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit, die meine Promotion mit den Mitteln des Auswärtigen Amtes gefördert hat.

Ohne meine drei Praktikanten wäre die zweite Studie NICHT MÖGLICH GEWESEN! Ein riesengroßer Dank für die mühsame Zuarbeit und fleißige Codier-tätigkeiten geht an: Jessica Zacharias, Anna-Maria Müller und Laurice Boehm. Nur das Beste für Euch für den weiteren Weg!

Da ich von der großen Aufmerksamkeit, die mein Thema bei zahlreichen Work-shops und Konferenzen fand, sehr profitiert habe, möchte ich mich an dieser Stelle bei den Diskussionspartnern allgemein bedanken.

Ich danke meiner Familie, vor allem meiner Weronika, Ilonka, Zaneta und Adam, für ihre Liebe, ihr permanentes Interesse und ihre Fürsorge während die-ser intensiven Zeit.

Danke Gabor, dass Du an mich geglaubt hast und bei der Entscheidung, den Promotionsschritt zu gehen, am richtigen ORT zur richtigen ZEIT warst. Ohne Deinen emotionalen und geistigen Beistand wäre diese Arbeit womöglich gar nicht entstanden. Zudem bin ich sehr dankbar, dass Birgit Gerbowitsch ebenfalls ihre Unterstützung offeriert hat und ab und an für Abwechslung, beispielsweise an der Müritz oder in Rewal, gesorgt hat.

Schlussendlich danke ich meiner liebsten Hündin Ajra. Ohne ihr Dasein wäre ich womöglich in der Endphase nicht aus dem Haus gegangen. Sie hat zu mei-nem seelischen und körperlichen Komfort beigetragen.

Dank der Arbeit, den zahlreichen Doktoranden-Workshops, internationalen und nationalen Konferenzen sowie Treffen mit klügeren Köpfen als meinem, durch alles, was ich möglicherweise als Kritik, Problem oder Hindernis kurzzeitig (o-der auch länger) angesehen habe, habe ich gelernt, und mit der Zeit auch effek-tiv umgesetzt, dies als Rückmeldung (an das blaue Männchen) zu betrachten; somit als wertvolle(n) Hinweis(e), wie ich effektiver vorgehen kann, um mein Ziel zu erreichen, ohne dabei zu viele weitere Ebenen aufzumachen. Danke an Ralf Käßler. Auch Tracy hat dabei ein peu geholfen.

Ich danke allen denen, die an mir und meinem Projekt gezweifelt haben – nur so sind ich und die Arbeit vorangekommen. Vor allem danke ich dem Physiker, der mit mir am Frühstückstisch beim Seminar meiner Stiftung saß und meine For-schung hinterfragt hat. Der behauptete, dass ich die Wirklichkeit nicht erklären könnte, weil ich zu wenig mit Zahlen operiere und generell nie an die Wahrheit komme. Ja, das stimmt in gewissem Maße, aber, lieber Physiker, hier ist mein Teil der Wirklichkeit und ihre Erklärung. Ich wünsche allen Interessierten eine angenehme Lektüre.

Abstract

Soziale Medien ermöglichen dem Publikum einer medialen Persönlichkeit parasoziale Interaktionen und Beziehungen (PSI/PSB), i.e. einseitige, nonreziproke, asymmetrische Aktivitäten, aktiv via etwa Likes, Kommentare, Shares, zu demonstrieren und zugleich verändern diese die Natur von PSI/PSB. Der vorliegende Beitrag thematisiert parasoziale Aktivitäten, die im interaktiven Kontext, beispielsweise via soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram oder Twitter aufgebaut werden – manifeste parasoziale Interaktionen und Beziehungen. Öffentlich offenbarte Parasozialität wird als eine Unterform von PSI/PSB allgemein in dieser Arbeit gefasst, als ihre Vertiefung/Verdichtung, da Aktivitätsausprägungen sehr eng zusammenhängen. Durch die sich stetig wandelnde Medienwelt, die neue Technologien und neue Medien hervorruft, ändern sich ebenfalls die Kriterien von Parasozialität bzw. es kommen weitere hinzu. In Konsequenz erscheint es notwendig, die jeweiligen Bestandteile des Konzepts der Parasozialität an diese Gegebenheiten anzupassen bzw. auszudehnen. Hierzu folgt eine theoretische Auseinandersetzung mit den verschiedenen Dimensionen des Konzeptes vor dem Hintergrund der Spezifika interaktiver Medien und ihrer empirischen Herausstellung (Studie I + II). In der Studie I wird die Social Media-Persona (SM-P) dekonstruiert. Die Social Media-Persona ist jung und tritt in den sozialen Medien sehr häufig, bis zu mehrmals am Tag und cross-medial auf. Sie nimmt eine Präsentatorrolle ein und zeichnet sich durch diverse Dimensionen aus. In Studie II wird dargelegt, dass die Aktivität mit SM-Personae auf Social Media-Plattformen, hier Twitter, die SM-P-Follower kognitiv, affektiv und konativ beeinflusst und dieser Einfluss öffentlich manifestiert wird und ergo ablesbar ist. Self-Disclosure der SM-P und Informationen aus dem Privatleben fungieren als Kriterien für manifeste high PSI/PSB. Die direkte Adressierung der SM-P-Follower auf Twitter scheint hingegen nicht ausschlaggebend für manifeste high Parasozialität zu sein. Low PSI/PSB kommt im Untersuchungszeitraum (rein numerisch) zum Ausdruck und die Anzahl der Likes durchschnittlich pro SM-P-Tweet übersteigt die Anzahl der Kommentare, i.e. high PSI/PSB.

Keywords: parasoziale Interaktion, parasoziale Beziehung, neu hinzukommende Interaktion- und Persona-Typus, soziale Medien, soziale Netzwerke, Social Media-Persona, Publikum, User, Follower, Twitter, Facebook, ad-hoc Befragung, Inhaltsanalyse

Keywords: parasocial interaction, parasocial relationship, novel and additional interaction and persona type, social media, social networks, social media persona, audience, user, follower, twitter, facebook, ad-hoc survey, content analysis

Inhaltsverzeichnis

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis	11
1. Einleitung.....	21
1.1 Parasoziale Interaktionen und Beziehungen im Kontext der sozialen Netzwerke	21
1.2 Aufbau der Arbeit	27
2. Parasoziale Interaktionen und Beziehungen als Forschungsgegenstand	30
2.1 Das Konzept der parasozialen Interaktionen und Beziehungen	31
2.2 PSI/PSB Konzeptualisierung	47
2.3 Methodik	55
2.4 Forschungsstand zu PSI/PSB	60
3. Manifeste parasoziale Interaktionen und Beziehungen	78
3.1 Die Notwendigkeit einer Anpassung der Parasozialität an den Kontext der neuen Medien	80
3.2 Übertragung des PSI/PSB-Konzeptes auf die neuen Medien	83
3.3 Bestandteile von Parasozialität im Kontext der neuen Medien	90
3.3.1 Interaktion und ihr Kontext.....	91
3.3.2 Follower	98
3.3.3 e-Personae und ihre spezielle Form: die Social Media-Personae ..	101
3.3.4 Konklusion.....	115
3.4 Forschungsstand zur manifesten Parasozialität	122
4. Zwischenkonklusion und Überführung in die Empirie.....	133
5. Studie I: Die SM-Persona greifbar machen.....	138
5.1 Relevanz der empirischen Untersuchung.....	139
5.2 Forschungsfragen.....	140
5.3 Ablauf der Untersuchung.....	141
5.4 Beschreibung der Stichprobe	146

5.5 Ergebnisse der Untersuchung	147
5.5.1 Generelle und spezifische Web 2.0-Nutzung	148
5.5.2 Interaktion mit medialen Persönlichkeiten in sozialen Netzwerken	151
5.5.3 Social Media-Persona: Demographie und die SM-Persona-Perzeption in den Augen der Follower	153
5.6 Zusammenfassung und Diskussion	167
6. Studie II: Analyse der Interaktion zwischen SM-Personae und ihren Followern und Indikatorenenermittlung für manifeste high Parasozialität	171
6.1 Relevanz der Untersuchung und Rolle der Social Media in Parasozialität	171
6.2 Ziel und Forschungsfragen der Hauptstudie	175
6.3 Zum Untersuchungsrahmen und der Untersuchungsmethode	180
6.4 Untersuchungsanlage	183
6.4.1 Forschungsdesign	183
6.4.2 Auswahl der Stichprobenelemente	185
6.4.2.1 Auswahleinheit: Medienstichprobe und SM-Persona-Stichprobe	185
6.4.2.2 Ebenen der Analyse und Unterscheidung der Interaktionsausprägungen	195
6.4.2.3 Analyse- und Codiereinheit	199
6.4.3 Ablauf der Untersuchung	204
6.5 Operationalisierung	208
6.6 Stichprobenbeschreibung	225
6.7 Ergebnisse der Hauptuntersuchung	227
6.7.1 Block I: Kommunikation der SM-Personae in sozialen Netzwerken	227
6.7.2 Block II: Kommunikation der SM-P-Follower und ihre Reaktionen auf die Kommunikation der SM-Personae in sozialen Netzwerken	237
6.7.3 Block III: Indikatoren für manifeste high Parasozialität	250
6.7.3.1 Indikatoren für high PSI/PSB	253

6.7.3.2 Indikatoren für die häufigsten Ausprägungen der high PSI/PSB	259
6.7.3.3 Indikatoren für starke high PSB.....	273
6.8 Zusammenfassung und Diskussion.....	283
7. Konklusion: Zusammenführung der Ergebnisse aus Studie I und II und Schlussfolgerungen	306
7.1 Schlussfolgerungen aus den Studien.....	310
7.2 Limitationen.....	322
7.3 Forschungsanschluss.....	325
7.4 Abschließende Relevanz.....	332
Bibliographie.....	333
Auswahl an SM-(Top)Personae und ihre Facebook-Profile.....	359
Anhang.....	361