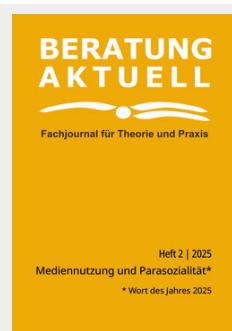


Diana Pistoll, Sonja Bröning, Johanna L. Degen

Ich followe, also bin ich



Beratung Aktuell

26. Jahrgang, Nr. 2, 2025, Seite 11–27

DOI: 10.30820/1437-3181-2025-2-11

Psychosozial-Verlag

38510

Impressum

Beratung aktuell

Fachjournal für Theorie und Praxis

eISSN 1437-3181

beratung-aktuell.de | besserlieben.de/beratung-aktuell

26. Jahrgang, 2025, Heft 2

<https://doi.org/10.30820/1437-3181-2025-2>



Beratung aktuell ist das inhaltlich unabhängige Fachjournal von besser:lieben und als Publikationsorgan an das Psychologische Institut für Subjektivitäts- und Praxisforschung (Psych-ISP) angegliedert.



Supported by APW und Teach LOVE.

Herausgeberinnen

Dr. Johanna Degen,

Dr. Judith Lurweg,

Monika Wacker

Beitragseinreichung

redaktion@beratung-aktuell.de

Wenn Sie einen Beitrag einreichen

möchten, beachten Sie bitte

die Publikationshinweise:

beratung-aktuell.de/about/submissions

ViSdP

Die Herausgeberinnen; bei namentlich gekennzeichneten Beiträgen die Autor*innen. Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht in jedem Fall eine Meinungsäußerung der Herausgeberinnen oder des Verlags dar.

Psychosozial-Verlag

Psychosozial-Verlag GmbH & Co. KG

Walltorstraße 10

35390 Gießen, Deutschland

info@psychosozial-verlag.de

www.psychosozial-verlag.de



Die Beiträge dieser Zeitschrift unterliegen der Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International Lizenz (CC BY-NC-ND 4.0). Diese Lizenz erlaubt die private Nutzung und unveränderte Weitergabe, verbietet jedoch die Bearbeitung und kommerzielle Nutzung. Weitere Informationen: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Ich followe, also bin ich

Parasoziale Beziehungen im digitalen Raum und ihre Relevanz für beraterische Kontexte

Diana Pistoll, Sonja Bröning & Johanna L. Degen

Beratung aktuell, 26(2), 2025, 11–27

<https://doi.org/10.30820/1437-3181-2025-2-11>

beratung-aktuell.de | besserlieben.de/beratung-aktuell

CC BY-NC-ND 4.0

Abstract: Für viele Menschen ist es im Zuge der zunehmenden Digitalisierung sozialer Interaktionen zur Gewohnheit geworden, Influencern in den sozialen Medien zu folgen. Aktuelle Studien zeigen, dass diese so genannten »parasozialen Beziehungen« einen prominenten Platz im Leben und der Organisation des sozialen Selbst einnehmen und damit auch hohe Relevanz für die beraterische Praxis haben. Die Autorinnen des Beitrags geben einen Forschungsüberblick zum Phänomen der Parasozialität, beleuchten Mechanismen, Motive und Nutzungsverhalten sowie Konsequenzen und Bedeutung intensiver parasozialer Involviertheit und diskutieren Interventionen für beraterisches Handeln.

Keywords: Parasoziale Beziehungen, Social Media, Problematische Internetnutzung, Anamnese Internetnutzung

Einführung

Die digitale Welt (Realität) nimmt mittlerweile einen prominenten Platz im Sozialleben vieler Menschen aller Altersgruppen in den global-westlich geprägten Gesellschaften ein (Chase et al., 2022). Die technologischen Fortschritte bieten diesbezüglich zahlreiche Potenziale für Nutzende (= »User«), z. B. in der Beziehungspflege und Kontaktaufnahme. Gleichzeitig zeigen sich bei der Nutzung auch Risiken für Wohlbefinden, psychische Gesundheit und Sozialität (u. a. Andreassen, 2015; Degen, 2025) wie Übergewicht (z. B. Kuebler et al., 2013), Angstzustände und Stress (Hartanto & Yang, 2016). Auch romantische und sexuelle Beziehungen im digi-

talen Zeitalter sind zunehmend von mediatisierten Strukturen geprägt, die neue Formen von Intimität und Beziehung hervorbringen (Degen, 2024; Roesler & Bröning, 2024).

Allmählich rücken die subtileren Auswirkungen in den Fokus der Forschung, wie das FoMo= »fear of missing out« (= Angst, etwas zu verpassen), das in jüngeren Bevölkerungsgruppen verbreitet ist (Boulian & Theocharis, 2020) und zu erhöhter Bildschirmzeit führt (Przybylski et al., 2013; Elhai et al., 2021). In Abgrenzung zu Nutzung aus Angst oder suchtähnlichem Verhalten ist der Gegenstand dieses Beitrags die *Parasoziale Involviertheit* (= PI), d. h. bei der die Nachverfolgung medial prominent vertretener Personen (»Influencer«) durch Anhänger dieser Personen (»Follower«) bedeutsame soziale Mechanismen entwickelt. Durch seinen »parasozialen« Beziehungscharakter grenzt sich dieses Phänomen von der pragmatischen Mediennutzung ab. Inhalte (= Content) von Influencern in sozialen Netzwerken wie Instagram oder TikTok sind darauf ausgelegt, intim und persönlich zu sein. Es entsteht Bezogenheit, obwohl die »Beziehung« zwischen einem bekannten Influencer und Followern letztlich einseitig bleibt. In den *Communities* der Follower findet hingegen ein reger Austausch, meist in Form von stetiger Validierung und echohaften Bestätigung statt.

Ein in den letzten Jahren starker Anstieg von PI (in 2005: 12 % zu 2015: 90 %; Perrin, 2015) wird insbesondere in der Altersgruppe der *emerging adults*, d. h. der jungen, sich entwickelnden Erwachsenen beobachtet. Viele konsumieren und kommentieren Inhalte von Influencern täglich und erleben dies als festen Bestandteil ihres Alltags (Coyne et al., 2019; Kleeberg-Niepage & Degen, 2022).

Doch wie bedeutsam ist dieses Phänomen? Im Beratungskontext wird – wenn es nicht gerade um Extremformen wie suchtartigen Pornografiekonsum, Mobbing oder Belästigung in den sozialen Medien geht – bislang wenig nach dem digitalen Leben der Adressaten und dessen subjektiv empfundener Bedeutung gefragt. Den Autorinnen ist bisher außerhalb der eigenen Praxis keine regelhaft integrierte Anamnesepraxis parasozialen Nutzungsverhaltens bekannt. Dabei sind die Anzeichen für psychosoziale Konsequenzen parasozialer Beziehungen und PI empirisch wie praktisch längst augenscheinlich. Diskutiert wird eine kompensatorische Funktion für fehlende soziale und intime Beziehungen (Madison et al., 2016) oder die Materialisierung im Alltag, im Entscheidungsverhalten und Lebensstil (Degen & Johanssen, 2025).

Parasoziale Beziehungen zwischen Follower und Influencern

Der Begriff der Parasozialität und frühere Forschung dazu beschreibt ursprünglich die Beziehung zwischen einem Fan und Stars (z.B. Schauspieler*innen), die über Medien Reichweite erzeugten. Mit *parasozialen Interaktionen* (Horton & Wohl, 1956) werden die mediatisierten Formen der sozialen Interaktion zwischen einem/r Mediennutzer*in und einer Medienfigur beschrieben. Dabei kann auf Seiten der Fans ein Gefühl von Wechselseitigkeit entstehen, während die Ungleichheit der Beziehung bewusst ist – ein Phänomen, das Hartmann (2017) als »Doppelbödigkeit« parasozialer Beziehungen beschreibt: Celebrities sind lediglich von der Masse der Fans abhängig, die ihre Existenz sichern.

Forschungsarbeiten über das »Fansein« zeigten, dass durch Medien vermittelte »gefühlte Freundschaft« mit einem Rockstar oder einer Serienfigur auch Komponenten emotionaler Verbundenheit enthalten kann (Claessens & Van Den Bulck, 2015). Ähnlich wie soziale face-to-face Beziehungen werden parasoziale Beziehungen in der Regel stärker, je mehr eine Person die jeweilige Medienfigur »kennenlernt«, und gipfeln oft in Gefühlen von Freundschaft oder sogar Romantik (Tukachinsky, 2010).

Förmlich überrollt wurde die beschriebene Forschung vom Aufstieg der sozialen Medien. Die Schwelle für Parasozialität wurde hierdurch stark gesenkt und die Mechanismen zwischen sozialen und parasozialen Kontaktformen verschwimmen zunehmend (Lutz & Ranzini, 2017; Salib, 2022). Die medial ausgestalteten Influencer-Profile – i. d. R. unterstützt durch Marketingmittel von Sponsoren und anderen Interessenvertreter*innen liefern vielfach tägliche Inhalte, die einerseits professionell gestaltet sind, andererseits bewusst Intimität signalisieren. Letzteres fördert ein subjektives Gefühl von Individualität, Nähe und Verbundenheit (Sokolova & Kefi, 2020; Bond, 2021). So zeigt sich beispielsweise Dankbarkeit auf Seiten der Follower für Inhalte, auch für Werbung, die als eine Art Tipp unter Freunden kodiert werden (Degen & Simpson, 2022) – nicht umsonst ist Social Media das heute wirksamste Marketing-Tool, da es über Beziehung funktioniert.

Influencer (oftmals Internetcelebrities, die außerhalb des Internets keinen Starstatus haben), sind – dank Smartphone – »immer dabei«, wodurch Parasozialität habituell über Mikrosequenzen (beim auf den Bus warten, beim Essen unterm Tisch scrollen) und längere Sessions (abends

beim Double-Screening neben Serienschauen) in den Alltag eingewoben wird. Follower sind entlang von Vulnerabilitäten allerdings unterschiedlich intensiv involviert. Dies zeigt sich unter anderem an der Nutzungshäufigkeit und -dauer und an der mehr oder weniger aktiven Beteiligung am Konto des Influencers, die sich in Aktivitäten wie Liken, Teilen, Käufen und Kommentieren äußert (Abidin, 2015).

Parasoziale Beziehungen mit Influencern weisen Aspekte auf, die sich von den in der Fanforschung beschriebenen Prozessen unterscheiden. Die Einseitigkeit parasozialer Interaktionen ist in den sozialen Medien ein fließendes Spektrum mit multiplen Wirkfaktoren: Bei Interaktionen mit einem KI-Influencer ist sie beispielsweise völlig einseitig, während die Interaktion in Communities (»Gruppen«) Raum für situationsbedingte zweiseitige Kommunikation lässt (z. B. beim Hin- und Her-Kommentieren zu einem Thema unter dem Account eines Influencers). Derlei Vielschichtigkeit sorgt dafür, dass die Grenze zwischen Realität und Fiktion für User zunehmend verschwimmt (»reality-fiction-gap«; Schreier et al., 2001 adaptiert durch Degen & Simpson, 2022); und die Rolle der Influencer bedeutsam wird, z. B. bei Meinungsbildung (Javed et al., 2021; Yuan & Lou, 2020).

Forschung zu parasozialer Involviertheit

Aktuelle Forschungsarbeiten geben Hinweise auf Motive, Bedeutung und potenzielle Konsequenzen von PI. PI ist ein vielschichtiger Prozess, in dem soziale, emotionale und identitätsbezogene Bedürfnisse der User adressiert werden (Bond, 2022; Tukachinsky et al., 2020). In den letzten Jahren ist eine Verlagerung der Plattformnutzung zu beobachten, weg von Plattformen wie Facebook, auf denen man sich hauptsächlich mit Bekannten vernetzte, hin zu Plattformen, auf denen ein sehr viel höheres Maß an Bildern von anonymen anderen konsumiert wird, wie Snapchat, TikTok oder Instagram (Anderson & Jiang, 2018). Bilder und Audios erzeugen dabei effektiver Intimität (Pittman & Reich, 2016), über die emotionale Ansprache (Wei-Ning et al., 2006; Lutz et al. 2021) und befeuern das Erleben einer glaubhaften, wirkmächtigen Beziehungserfahrung, die an der kognitiven Reflexion vorbei wirkt (z. B. über Wiedererkennungseffekte und visuelle Vertrautheit).

Der Konsum parasozialer Inhalte kann eine willkommene Flucht-

möglichkeit sein, um sich vom Alltag abzulenken, zu entspannen und positive Emotionen zu erleben (Subudhi & Malhar, 2022). Parasoziale Beziehungen bieten dabei auch regulative Möglichkeiten wie die Linderung von Spannungen und Nervosität sowie kurzfristig effektive Bewältigung über Ablenkung (u. a. Tukachinsky et al., 2020; Stein et al., 2022; Drach et al., 2021). Sie können Zugehörigkeit stiften (Valkenburg & Peter, 2009) und bieten psychosoziale Rückversicherung: Nicht selten berichten User von Gefühlen emotionaler Unterstützung und bezeichnen Medienfiguren als verlässliche Informationsquelle zur Orientierung (sogar verlässlicher als öffentliche Medien, Peers und Familie), insbesondere in Phasen erhöhter Einsamkeit, Unsicherheit oder emotionaler Belastung (O'Day & Heimberg, 2021). Parasoziale Beziehungen sind niedrigschwellig, sie ermöglichen eine Form der sozialen Teilhabe ohne das Risiko von Korrektiv und direkter Zurückweisung, dafür dienen sie mit Vorhersagbarkeit und inhaltlich validierender Kontinuität (Degen et al., 2025). Weiterhin können parasoziale Beziehungen Selbstbilder stabilisieren (Madison et al., 2016) und weitere identitätsrelevante Prozesse beeinflussen (Pérez-Torres, 2024). Für Follower, insbesondere aber für Minoritäten, wie z. B. queere Personen (McInroy & Craig, 2017) können Influencer als positive Referenzfiguren für Zugehörigkeit, Normalisierung und Empowerment dienen (Bond, 2022; Degen & Johanssen, 2025; Pickles, 2021). Influencer fungieren dann als Rollenmodelle bzw. Referenzpunkte, die Orientierung in Bezug auf Lebensstil, Karriere oder persönliche Werte bieten (Frederick et al., 2012). Madison et al. (2016) beschreiben in diesem Zusammenhang auch selbst-erweiternde Motive, wie das Bedürfnis, die eigenen sozialen Fähigkeiten zu verbessern oder eine tiefere Ebene des Selbstverständnisses zu erreichen. Insgesamt zeigt sich dabei eine hohe subjektive Relevanz, die mithin als Bildung eines parasozialen Selbst konzeptualisiert wird (Degen, 2025).

In unserer eigenen Forschung wollten wir die vielen Facetten, die Forschungsarbeiten zum alltäglichen und bedeutsamen Phänomen PIs im Kontext sozialer Medien aufgedeckt haben, in der Zusammenschau beforschen. Daher entwickelten wir auf Grundlage theoretischer Modelle und qualitativer Daten die *Parasocial Influencer Involvement Scale* (PIInS; Degen et al., 2025) und erprobten sie in einer größeren Stichprobe. Sieben Dimensionen wurden hierbei aus der beschriebenen Theorie hergeleitet und empirisch identifiziert:

- *Selbstberuhigung*: Influencer-Inhalte werden zur emotionalen Selbstregulation genutzt – etwa nach Konflikten oder zur Stressreduktion.

Fachbeiträge

- *Soziale Medien als Belohnung und Bereicherung:* Der Konsum von Social Media Inhalten wird als inspirierend, bereichernd und motivationsfördernd erlebt.
- *Identifikation und Loyalität:* Follower identifizieren sich mit Influencern, übernehmen Teile des Lebensstils und verteidigen sie gegen Kritik. Die Zugehörigkeit zur »Community« kann zentrale Identitätsfunktionen erfüllen.
- *Selbstexpansion und Validierung:* Konsumverhalten, Meinungsbildung und Selbstwert werden durch Influencer validiert. Weniger die persönliche Erweiterung als vielmehr die externe Bestätigung steht dabei im Vordergrund.
- *Rollenmodell und Vergleich:* Idealbilder und Vergleiche mit Influencern (z. B. in Bezug auf Aussehen oder Lebensstil) fördern sowohl Motivation als auch potenziell problematische soziale Vergleiche.
- *Emotionale Bindung:* Parasoziale Beziehungen können starke affektive Bindungen erzeugen – inklusive Sorge, Freude oder Trauer über Ereignisse im Leben des Influencers.
- *Sozialer Einfluss:* Influencer fungieren als soziale Referenzpunkte. Ihre Meinung beeinflusst das Verhalten der Follower auch jenseits des digitalen Raums.

Dabei zeigte sich, dass stark parasozial involvierte Personen soziale Medien in besonderem Maße als *Bereicherung und Belohnung* wahrnehmen und zugleich hohe Mittelwerte auf den Subskalen *Rollenmodell & Vergleich* sowie *Selbstberuhigung* berichten, während die Subskala *Sozialer Einfluss* am geringsten zum Gesamtwert beitrug. Für jüngere Probanden innerhalb des emerging adulthoods waren *Selbstberuhigung* und *Identifikation & Loyalität* von zentraler Relevanz, während ältere Probanden vor allem hohe Werte bei der *Emotionalen Bindung* aufweisen. Bei queeren Usern waren die Subskalen *Emotionale Bindung* sowie *Identifikation & Loyalität* stärker ausgeprägt, was für die affirmative und identitätsbezogene Funktion parasozialer Beziehungen für diese Subgruppe spricht.

Als mögliche Risiken werden angesichts steigender Nutzungszeiten vor allem bei jüngeren Menschen im Kontext von Parasozialität vermutete psychologische Abhängigkeiten sowie der potenzielle Suchtcharakter dieser Art von Beziehung kritisch diskutiert (u. a. Lapierre & Lewis, 2018). Die Nutzung wird durch Belohnungserwartung aufrechterhalten: Schon der unspezifische positive Stimulus, der im Hinweiston einer neuen Nach-

richt liegt, weckt die unbewusste Hoffnung auf >irgendetwas< Lohnendes (Peper & Harvey, 2018). Über die Zeit entstehen neuronale Rückkopplungsmechanismen die über das Dopamin-Belohnungssystem wirken. Sie sorgen dafür, dass der Konsument bzw. Follower immer auf dem Laufenden bleiben will, weil er unbewusst eine neurochemische Belohnung erwartet (Burhan & Moradzadeh, 2020). Mit der Zeit kann das intensive PI, das grundsätzlich mit verstärkter Nutzung des Smartphones einhergeht (Yang et al., 2022), belastend wirken. Das Gefühl, ständig reagieren und für andere verfügbar sein zu müssen (Halfmann & Rieger, 2019) kann Nutzungsdruck ausüben (Przybylski et al., 2013; Elhai et al., 2021). Wahrnehmung Stress (Dissing et al., 2019), oder familiäre Konflikte (Wartberg et al., 2019) verstärken diese Prozesse. Studien belegen Zusammenhänge zwischen einem hohen Ausmaß an PI mit erhöhter depressiver Symptomatik, reduziertem psychischem Wohlbefinden und ängstlicher Bindung (Pittman & Reich, 2016; Tan, 2023; Degen et al., 2025).

Subtiler sind die Auswirkungen auf das Selbst und die sozialen Beziehungen der Nutzer*innen, wie Vergleichseffekte: Durch Filter und KI entstehen auf Social Media unrealistische Ideale, die zunächst zu einem erhöhten Konsum anregen (Zulli, 2018; Cug et al., 2022) und in einem weiteren Schritt zu einer Übertragung in die Außenwelt führen (u.a. veränderte Körperwahrnehmung; Fardouly & Vartanian, 2016). Digitale Sichtbarkeit und Interaktion können Nähe suggerieren, jedoch zugleich Unsicherheiten auch in Beziehungen (womöglich auch durch die Entfremdung von Körperwissen und Intuition; Hartmann et al., 2024) wie Vergleichsdruck, Konkurrenzdenken und ein chronisches Erleben von Unzulänglichkeit (Diefenbach & Christoforakos, 2017; Portingale et al., 2022). Auch verstärken idealisierte Beziehungs- und Selbstbilder normative Vorstellungen von Intimität und Partnerschaft, an denen reale Beziehungen häufig zu scheitern drohen. Auch die vermehrte Nutzung der Technologie kann Enttäuschung und Konflikte erzeugen (Turel et al., 2008). Partnerschaften leiden, wenn sich ein Lebenspartner durch die dauernde Außenkommunikation in Gegenwart des Partners (engl. »Phubbing« = phone snubbing/vor den Kopf stoßen mit dem Telefon) gekränkt oder vernachlässigt fühlt und auch Interneteifersucht wirkt sich eher negativ aus (Bröning & Wartberg, 2022).

Bei bindungsunsicheren Personen kann PI eine regulierende und/oder substituierende Funktionen bei Unsicherheiten in Beziehungen erhalten. Ein höheres Ausmaß an PI hängt dahingehend negativ mit Bindungssicher-

heit und der subjektiven Bedeutung persönlicher Beziehungen zusammen und positiv mit der subjektiven Bedeutung der eigenen Außenwirkung. Vulnerable Personen könnten parasoziale Beziehungen in besonderem Maße dafür nutzen, wahrgenommenen Stress oder negativen Affekt zu regulieren. Zu einer besonders intensiven Nutzung bis hin zur Flucht in die digitale Sphäre könnte ein Mangel an Bedürfnisbefriedigung in der physischen Welt führen (Tateno et al., 2019). PI scheint dabei zwar kurzfristige Befriedigung in Form von Stimmungsaufhellung zu bieten (vgl. u. a. Stein et al., 2022), aber keine belastbare oder nachhaltige Reduktion von Einsamkeit zu ermöglichen (Pittman & Reich, 2016).

Insgesamt zeigt sich im subjektiven Erleben Ambivalenz gegenüber PI: Was für die einen ein, zumindest unmittelbarer entlastender Coping-Mechanismus ist, kann in anderen, und unter mittelbarer Perspektive, sozialen Rückzug oder dysfunktionale Beziehungsmuster verstärken und individualisieren (Tateno et al., 2019). Welcher Aspekt überwiegt, mag im Einzelfall unterschiedlich sein und ist wissenschaftlich ungeklärt, weil längsschnittliche Studien und realistische Kontrollgruppen und Kontexte fehlen, in denen sich auch Ursache-Wirkungszusammenhänge nachweisen ließen.

Implikationen für beraterische Kontexte

PI und damit auch parasoziale Beziehungen gehen über Strategien der Ablenkung deutlich hinaus und verweist auf grundlegende Funktionen des (para-)sozialen Selbst. Dieses verflieht sich zunehmend mit medialen Figuren auf Social Media und dazugehörigen Online-Communitys, wo Individuen soziale Bestätigung, Zugehörigkeit, Orientierung und Trost suchen (Degen, 2025). Digitale Räume werden als zentrale Beziehungs-, Informations- und Erfahrungsorte genutzt (Boulian & Theocharis, 2020; Chase et al., 2022), wodurch PI zumindest für die Altersgruppe junger Erwachsener eine vielschichtige Bedeutung für die identitätsbezogene Entwicklung erlangt und (ganzheitlichere) face-to-face Sozialität mithin abgedrängt wird.

PI und dazugehörige Beziehungen stellen eine bedeutsame Schnittstelle zwischen digitalem Alltag, psychischer Gesundheit, Identitätsentwicklung und Sozialisierung und Sozialität dar. Im psychotherapeutischen oder beratenden Erstkontakt kann es daher hilfreich sein, systematisch zu erfassen, welche Medienroutinen, parasozialen Muster und subjektiven Be-

deutungen für Klienten relevant sind – ohne unmittelbar Veränderungsdruck aufzubauen oder in vorverurteilende Abwehr, in der Form von Bagatellisierung oder Dramatisierung, zu verfallen. Hierzu können zunächst Mikroprozesse wie tatsächliche Bildschirmzeit, situative Nutzungskontexte (z. B. als Emotionsregulationsstrategie oder Coping-Mechanismus) und Art und Weise, sowie Intensität der parasozialen Beschäftigung betrachtet werden, um das individuelle Nutzungsverhalten und dessen Bedeutung differenzierter zu verstehen. Dieser explorative Zugang fördert eine akzeptierende und normalisierende Atmosphäre – er eröffnet die Möglichkeit, digitale Praktiken und diesbezügliche Verhaltensmuster als Bestandteil der Lebenswelt ernst zu nehmen, um dann bei Bedarf eine kritische oder veränderungsorientierte Bearbeitung anzuregen.

Ein vertieftes Verständnis über die Rolle parasozialer Interaktionen im Alltag zu entwickeln, erscheint zentral, um nachvollziehen zu können, wie habituierte Nutzungsmuster, motivationale Dynamiken und daraus resultierende Effekte (bspw. Orientierung, Vergleich oder Verlagerung von face-to-face Begegnungen ins Digitale) wirken und inwiefern diese langfristig als positiv erlebt werden. In diesem Zusammenhang kann auch betrachtet werden, wie aktiv oder passiv soziale Medien genutzt werden (vgl. *active-passive model*; Verduyn et al., 2022). Eine aktive, selbstbestimmte Nutzung – etwa durch die gezielte Auswahl von Accounts oder eine reflektierte Bewertung der Glaubwürdigkeit von Influencern steht im Zusammenhang mit höherem Wohlbefinden und psychischer Stabilität (Valkenburg et al., 2022). Auch bewusst angeeignete Nutzungsmodi und produktives Verhalten, wie der Aufbau eines eigenen Kanals, produzieren und verbreiten von selbst produzierter Musik oder das Teilen von Nischeninteressen mit Online-Communitys hat erst einmal wenig(er) negative Auswirkungen (Kleeberg-Niepage & Degen, 2022). Hier ist der User zugleich Akteur, der bewusst und informiert handelt. Passive, ungerichtete Rezeption hingegen – etwa das wiederholte Scrollen ohne Interaktion – begünstigt soziale Vergleichsprozesse, Neid und Unzufriedenheit, sowie das Erleben Zeit zu verschwenden und wenig wirksam zu sein (ebd.; Verduyn et al., 2022; Reinecke et al., 2022).

Bei solch vielfältigen Wirkweisen ist daher die informierte Exploration der Art und Bedeutung der jeweiligen persönlichen Nutzung im Beratungssetting zentral. Sie kann durch eine differenzierte Betrachtung des Phänomens Parasozialität, z. B. mit Hilfe der berichteten Skala für potenzielle negative Effekte sensibilisieren. Indem bei der oft vorhandenen Ambivalenz

Fachbeiträge

hinsichtlich der Nutzung angesetzt wird, rückt so das Finden eigener Wege des Umgangs mit negativen Effekten und Kosten der Lebensstrategien in den Mittelpunkt. Die bewusste Auseinandersetzung mit der Motivation hinter dem Digitalen kann helfen, automatische Muster zu unterbrechen (Paxton et al., 2022). Entlastend ist zudem Psychoedukation, die hilft, parasoziale Dynamiken als Teil größerer sozialer und technologischer Systeme und innerhalb von komplexen Lebensbedingungen (Einsamkeit, Individualisierung) zu verstehen, anstatt Probleme zu individualisieren oder zu pathologisieren.

Die zunehmende Verschmelzung parasozialer und sozialer Interaktionen in digitalen Räumen verweist auf eine neue Qualität von Beziehungserfahrungen. Hier besteht das Risiko einer zunehmenden Entkopplung von sozialen Erfahrungen im physischen Raum, wenn fiktive oder mediale Beziehungsobjekte zur bevorzugten Quelle emotionaler Erfüllung (als Substitut, denn sie vernachlässigt beispielsweise den Körper und verändert soziale Organisation – man kann bei seinem Influencer weder Geld leihen noch auf dem Sofa schlafen) werden.

Die spezifischen parasozialen Beziehungen sind selbst ausgewählt, auf explizierbare Bedürfnisse abgestimmt und in sich schlüssig, daher wirken sie zunächst reibungslos validierend, vorhersagbar und angenehm (quasi perfekt). Weder müssen Konflikte ausgetragen werden noch Enttäuschungen oder Unvollkommenheit ausgehalten werden. Somit stellt der täglich produzierte Content einen sicheren Bezugspunkt dar, der Gefühle von Kontinuität, Verlässlichkeit und schlussendlich Verbundenheit erzeugt. Wird im Umkehrschluss die potenziell als konfrontativ-unangenehm empfundene analoge Welt vermieden, kann es über die Zeit durch das fehlende Einüben realer Beziehungsinteraktionen zu mangelnder Beziehungskompetenz und Angst vor Beziehungen (z. B. aufgrund sozialer Korrektive und Inkonsistenz) kommen (Degen et al., 2025). Beratung kann helfen, Diskrepanzen, Funktionen und Wirkweisen, aber auch Vor- und Nachteile zwischen medial vermittelten Idealen und realen Beziehungserfahrungen aufzuzeigen.

Auch lustvolle Sexualität und Beziehungsinitiierung können durch digitale Realitäten, negative Gruppendynamiken, neu aufgelegte Stereotype, neue Verengungen sexueller Skripte (Performanceorientierung, Lustdogma) und selbstabwertende Körperwahrnehmung beeinträchtigt sein. Digitale Selbstdarstellungen vermitteln auch für die Sexualität häufig ein ästhetisiertes Ideal, das reale Körperlichkeit, Alterungsprozesse

und Unterschiede ausblendet (Przyborski & Slunecko, 2022). Der Fokus auf Performance und Optimierung (z.B. durch Filter oder selektive Bildauswahl) kann zu einer Entfremdung vom eigenen sinnlichen Erleben führen, wenn Aufmerksamkeit und Selbstwahrnehmung primär auf Außenwirkung gerichtet sind (Ozimek et al., 2023). Influencer, die realistische, verletzliche oder alltägliche Aspekte vom Leben zeigen, können hierbei durchaus als korrigierende Orientierung fungieren (Cohen et al., 2019).

Insgesamt kann es in der beraterischen/therapeutischen Praxis darum gehen unmittelbar sinnvolle und mittelbar zielführende Lebens- bzw. Bewältigungsstrategien bewusst zu machen und dementsprechendes Verhalten schrittweise einzuüben. Das gelingt zum einen über viele Mikroentscheidungen (ohne Handy zur Toilette gehen) und Schlüsselerlebnisse (Auszeiten ohne Handy), bei denen es gilt die positiven Veränderungen zu bemerken, zu markieren zu integrieren und zu wiederholen, bis das positive Erleben zum Pullfaktor selbst wird. Bisher zeigt sich dabei, dass das Umlernen oft langwierige Prozesse sind. Die Thematisierung von Verlustgefühlen über »verlorene Zeit« ein »verpasstes Leben«, fragmentierte Aufmerksamkeit oder unerfüllte Erwartungen kann hierbei manchmal zentral sein. Beratungsarbeit kann Räume eröffnen, um Ambivalenzen auszuhalten, Unvollkommenheit zu normalisieren, zu akzeptieren und den Schritt aus idealisierter Projektion in reale Beziehungsarbeit und sinnliche, weltkluge Auseinandersetzung mit dem Leben zu begleiten. Dies beinhaltet, Klienten zu ermutigen, Verletzlichkeit zuzulassen und Unsicherheiten als Teil authentischer Nähe und als Chance für Entwicklung zu begreifen. Noch wichtiger aber erscheint es, Präsenz im Hier und Jetzt zu fördern – etwa durch Übungen, die sinnliche Wahrnehmung, Wahrnehmung von Korporealität im sozialen Kontext (wie sehen andere Menschen aus?), Achtsamkeit und genuine Begegnung fördern (Brotto & Basson, 2014). Ebenso wichtig ist die Förderung von Reflexivität und Selbstwirksamkeit (»agency«). Sie stärken Sinnlichkeit und Körperpräsenz und tragen über Markierung und Wiederholung zunächst zum individuellen und dann (hoffentlich) zum kollektiven Umlernen (Verlernen, Neulernen) bei. Wir zumindest nehmen zunehmend gemischte Gefühle gegenüber der Technologie und einen kollektiven Hunger nach Sozialität, Gemeinschaft und angeeignetem Leben wahr. Nun gilt es, die Lücken zwischen Wissen und Gewohnheit zu schließen.

Fazit

Parasoziale Dynamiken bleiben vielschichtig und müssen nuanciert betrachtet werden. Sie müssen nicht »einfach weg«, denn sie bedienen wichtige Funktionen. Vielmehr gilt es, sie zu ergänzen, einzuordnen und ggf. zu reduzieren oder zu ersetzen). Als Bestandteil moderner Beziehungserfahrungen sollten sie ernst genommen werden und Raum erhalten, auch in der Beratung. Nur so ist die Entwicklung einer parasozialen Besonnenheit (»parasocial prudence«, Degen, 2025) möglich, verstanden als reflektierte, selbstbestimmte und achtsame Haltung im Umgang mit medialen Beziehungen in Bezug auf das Selbst und die anderen.

Literatur

- Abidin, C. (2015). Communicative ❤ Intimacies: InOuencers and Perceived Interconnect-edness. *Ada: A journal of gender, new media, and technology*, 8, 1–16.
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. *Pew research center*, 31(2018), 1673–1689.
- Andreassen, C. S. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175–184.
- Bond, B.J. (2021). The development and influence of parasocial relationships with television characters: A longitudinal experimental test of prejudice reduction through parasocial contact. *Communication Research*, 48(4), 573–593.
- Bond, B.J. (2022). Parasocial relationships as functional social alternatives during pandemic-induced social distancing. *Psychology of Popular Media*, 11(3), 250.
- Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young people, digital media, and engagement: A meta-analysis of research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111–127.
- Brotto, L. A., & Basson, R. (2014). Group mindfulness-based therapy significantly im-proves sexual desire in women. *Behaviour research and therapy*, 57, 43–54.
- Bröning, S., & Wartberg, L. (2022). Attached to your smartphone? A dyadic perspective on perceived partner phubbing and attachment in long-term couple relation-ships. *Computers in Human Behavior*, 126, 106996.
- Burhan, R., & Moradzadeh, J. (2020). Neurotransmitter dopamine (DA) and its role in the development of social media addiction. *Journal of Neurology & Neurophysiology*, 11(7), 1–2.
- Chase, G. E., Brown, M.T., & Jensen, M. (2022). Emerging adults' digital technology en-gagement and mental health during the COVID-19 pandemic. *Frontiers in Psy-chology*, 13, 1023514.
- Chopik, W. J., & Johnson, D.J. (2021). Modeling dating decisions in a mock swiping para-digm: An examination of participant and target characteristics. *Journal of Research in Personality*, 92, 104076.
- Claessens, N., & Van den Bulck, H. (2015). Parasocial relationships with audiences fa-vorite celebrities: The role of audience and celebrity characteristics in a repre-

- sentative flemish sample. *Communications: the European journal of communication research/Deutsche Gesellschaft für Kommunikationsforschung [Köln]; Association Allemande de Recherche pour la Communication [Cologne]-Sankt Augustin, 1976, currens*, 40(1), 43–65.
- Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image. *New media & society*, 21(7), 1546–1564.
- Coyne, S.M., Stockdale, L., & Summers, K. (2019). Problematic cell phone use, depression, anxiety, and self-regulation: Evidence from a three year longitudinal study from adolescence to emerging adulthood. *Computers in Human Behavior*, 96, 78–84.
- Cug, J., Tănase, A., Stan, C.I., & Chitcă, T.C. (2022). Beauty filters for physical attractiveness: Idealized appearance and imagery, visual content and representations, and negative behaviors and sentiments. *Journal of Research in Gender Studies*, 12(2), 33–47.
- Degen, J. L. (2024). *Swipe, like, love. Intimität und Beziehung im Digitalen Zeitalter*. Psycho-sozial-Verlag.
- Degen, J. L. (2025). *The Shaping of the Parasocial Self: Relationships and Intimacy in the Digital Era*. Springer Nature.
- Degen, J. L. & Johanssen, J. (2025). Parasocial Feminism and Social Media Communities: Subjective Empowerment and its Ambivalences. *Italian Journal of Community Psychology*
- Degen, J. L., Kleeberg-Niepage, A. Coping with mobile-online-dating fatigue and the negative self-fulfilling prophecy of digital dating. *SN Soc Sci* 5, 12 (2025). <https://doi.org/10.1007/s43545-024-01042-0>
- Degen, J. L., Pistoll, D., Brandmaier, A., & Bröning, S. (2025). Where you lead I will follow: Developing a new measure for studying parasocial involvement with influencers. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 19(3), Article 2.
- Degen, J. L., & Simpson, S. (2022). Me, my product and I: Selling out on #Sustainability. In *Nachhaltigkeit und Social Media: Bildung für eine nachhaltige Entwicklung in der digitalen Welt* (pp. 143–164). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Diefenbach, S., & Christoforakos, L. (2017). The selfie paradox: Nobody seems to like them yet everyone has reasons to take them. An exploration of psychological functions of selfies in self-presentation. *Frontiers in psychology*, 8, 7.
- Dissing, A. S., Jørgensen, T. B., Gerd, T. A., Rod, N. H., & Lund, R. (2019). High perceived stress and social interaction behaviour among young adults. A study based on objective measures of face-to-face and smartphone interactions. *PLoS one*, 14(7), e0218429.
- Drach, R. D., Orloff, N. C., & Hormes, J. M. (2021). The emotion regulatory function of online social networking: Preliminary experimental evidence. *Addictive behaviors*, 112, 106559.
- Elhai, J. D., Yang, H. & Montag, C. (2021, April). Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43(2), 203–209.
- Fardouly, J., & Vartanian, L.R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current opinion in psychology*, 9, 1–5.
- Frederick, E. L., Lim, C. H., Clavio, G., & Walsh, P. (2012). Why we follow: An examination

Fachbeiträge

- of parasocial interaction and fan motivations for following athlete archetypes on Twitter. *International journal of sport communication*, 5(4), 481–502.
- Halfmann, A., & Rieger, D. (2019). Permanently on call: The effects of social pressure on smartphone users' self-control, need satisfaction, and well-being. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24(4), 165–181.
- Hartanto, A., & Yang, H. (2016). Is the smartphone a smart choice? The effect of smartphone separation on executive functions. *Computers in human behavior*, 64, 329–336.
- Hartmann, A., Kammholz, M., & Zengler, Y. (2024). Übe dich im Genuss! *Soziale Passagen*, 16(1), 181–197.
- Hartmann, T. (2016). Parasocial interaction, parasocial relationships, and well-being. In *The Routledge handbook of media use and well-being* (pp. 131–144). Routledge.
- Hartmann, T. (2017). *Parasoziale Interaktion und Beziehungen* (2. Aufl.). Nomos (Konzepte; Bd. 3).
- Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.
- Javed, S., Rashidin, M.S., & Xiao, Y. (2021). Investigating the impact of digital influencers on consumer decision-making and content outreach: using dual AISAS model. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 35(1), 1183–1210.
- Kleeberg-Niepage, A., & Degen, J.L. (2022). Between self-actualization and waste of time: young people's evaluations of digital media time. In S. Schutter, D. Harring, & L.E. Bass (Eds.), *Children, Youth and Time* (Sociological Studies of Children and Youth, Vol. 30, pp. 29–47). Emerald Publishing Limited.
- Kuebler, M., Yom-Tov, E., Pelleg, D., Puhl, R.M., & Muennig, P. (2013). When overweight is the normal weight: an examination of obesity using a social media internet database. *PLoS One*, 8(9), e73479.
- Lapierre, M.A., & Lewis, M.N. (2018). Should it stay or should it go now? Smartphones and relational health. *Psychology of popular media culture*, 7(3), 384.
- Lutz, A.P., Dierolf, A., Van Dyck, Z., Georgii, C., Schnepper, R., Blechert, J., & Vögele, C. (2021). Mood-induced changes in the cortical processing of food images in bulimia nervosa. *Addictive Behaviors*, 113, 106712.
- Lutz, C., & Ranzini, G. (2017). Where dating meets data: Investigating social and institutional privacy concerns on Tinder. *Social Media+ Society*, 3(1), 2056305117697735.
- Madison, T.P., Porter, L.V., & Greule, A. (2016). Parasocial compensation hypothesis: Predictors of using parasocial relationships to compensate for real-life interaction. *Imagination, Cognition and Personality*, 35(3), 258–279.
- McInroy, L.B., & Craig, S.L. (2017). Perspectives of LGBTQ emerging adults on the depiction and impact of LGBTQ media representation. *Journal of youth studies*, 20(1), 32–46.
- O'Day, E.B., & Heimberg, R.G. (2021). Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 3, 100070.
- Ozimek, P., Lainas, S., Bierhoff, H.W., & Rohmann, E. (2023). How photo editing in social media shapes self-perceived attractiveness and self-esteem via self-objectification and physical appearance comparisons. *BMC psychology*, 11(1), 99.
- Paxton, S.J., McLean, S.A., & Rodgers, R.F. (2022). »My critical filter buffers your app filter«: Social media literacy as a protective factor for body image. *Body Image*, 40, 158–164.

- Peper, E., & Harvey, R. (2018). Digital addiction: Increased loneliness, anxiety, and depression. *NeuroRegulation*, 5(1), 3–3.
- Pérez-Torres, V. (2024). Social media: a digital social mirror for identity development during adolescence. *Current Psychology*, 43(26), 22170–22180.
- Perrin, A. (2015). Social media usage. *Pew research center*, 125, 52–68.
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social Media and Loneliness: Why an Instagram Picture May Be Worth More Than a Thousand Twitter Words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155–167.
- Portingale, J., Fuller-Tyszkiewicz, M., Liu, S., Eddy, S., Liu, X., Giles, S., & Krug, I. (2022). Love me Tinder: The effects of women's lifetime dating app use on daily body dissatisfaction, disordered eating urges, and negative mood. *Body Image*, 40, 310–321.
- Przybylski, A.K., Murayama, K., DeHaan, C.R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1814–1848.
- Przyborski, A., & Slunecko, T. (2022). Qualitative Zugänge zu digitalisierten Körper- und Gesundheitspraxen. *ZQF-Zeitschrift für Qualitative Forschung*, 22(2), 179–186.
- Reinecke, L., Gilbert, A., & Eden, A. (2022). Self-regulation as a key boundary condition in the relationship between social media use and well-being. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101296.
- Roesler, C., & Bröning, S. (2024). *Paarbeziehung im 21. Jahrhundert: Psychosoziale Entwicklungen und Spannungsfelder*. Kohlhammer.
- Rosaen, S.F., & Dibble, J.L. (2016). Clarifying the role of attachment and social compensation on parasocial relationships with television characters. *Communication Studies*, 67(2), 147–162.
- Salib, G. (2022, October). Parasocial Interactions and Relationships among Emerging Adults in Online Communities. In *Proceedings of the ALISE Annual Conference*.
- Seiffge-Krenke, I. (2022). Partnerbeziehungen bei jungen Erwachsenen: Flucht vor der Intimität?. *Die Psychotherapie*, 67(4), 320–329.
- Sokolova, K., & Kefi, H. (2020). Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions. *Journal of retailing and consumer services*, 53, 101742.
- Stein, J.P., Liebers, N., & Faiss, M. (2022). Feeling Better ... But Also Less Lonely? An Experimental Comparison of How Parasocial and Social Relationships Affect People's Well-Being. *Mass Communication and Society*, 1–23.
- Subudhi, R., & Malhar, S. (2022). Digital Consumption Pattern and its Impact on Society: A Study on Semi-Urban Society of Odisha, India. *Journal of Humanities & Social Sciences Research eISSN*, 2682–9096.
- Tan, Y. (2023). More Attached, Less Stressed: Viewers' Parasocial Attachment to Virtual YouTubers and Its Influence on the Stress of Viewers During the COVID-19 Pandemic. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 155, p. 03012). EDP Sciences.
- Tateno, M., Teo, A.R., Ukai, W., Kanazawa, J., Katsuki, R., Kubo, H., & Kato, T.A. (2019). Internet addiction, smartphone addiction, and hikikomori trait in Japanese young adult: Social isolation and social network. *Frontiers in psychiatry*, 10, 455.
- Tukachinsky, R. (2010). Para-romantic love and para-friendships: Development and assessment of a multiple-parasocial relationships scale.

Fachbeiträge

- Tukachinsky, R., Walter, N., & Saucier, C.J. (2020). Antecedents and effects of parasocial relationships: A meta-analysis. *Journal of Communication*, 70(6), 868–894.
- Turel, O., Serenko, A., & Giles, P. (2008). Integrating technology addiction and use: An empirical investigation of online auction users. *CyberPsychology & Behavior*, 11(4), 405–413.
- Valkenburg, P.M., & Peter, J. (2009). Social consequences of the Internet for adolescents: A decade of research. *Current directions in psychological science*, 18(1), 1–5.
- Valkenburg, P.M., van Driel, I.I., & Beyens, I. (2022). The associations of active and passive social media use with well-being: A critical scoping review. *New media & society*, 24(2), 530–549.
- Verduyn, P., Gugushvili, N., & Kross, E. (2022). Do social networking sites influence well-being? The extended active-passive model. *Current Directions in Psychological Science*, 31(1), 62–68.
- Wartberg, L., Kriston, L., Zieglmeier, M., Lincoln, T., & Kammerl, R. (2019). A longitudinal study on psychosocial causes and consequences of Internet gaming disorder in adolescence. *Psychological medicine*, 49(2), 287–294.
- Wei-Ning, W., Ying-Lin, Y., & Sheng-Ming, J. (2006, October). Image retrieval by emotional semantics: A study of emotional space and feature extraction. In *2006 IEEE International Conference on Systems, Man and Cybernetics* (Vol. 4, pp. 3534–3539). IEEE.
- Wu, P.L., & Chiou, W.B. (2009). More options lead to more searching and worse choices in finding partners for romantic relationships online: An experimental study. *CyberPsychology & Behavior*, 12(3), 315–318.
- Yang, H., Wang, Z., & Elhai, J.D. (2022). The relationship between adolescent stress and problematic smartphone use: The serial mediating effects of anxiety and frequency of smartphone use. *Current Psychology*, 1–8.
- Yuan, S., & Lou, C. (2020). How social media influencers foster relationships with followers: The roles of source credibility and fairness in parasocial relationship and product interest. *Journal of Interactive Advertising*, 20(2), 133–147.
- Zulli, D. (2018). Capitalizing on the look: insights into the glance, attention economy, and Instagram. *Critical Studies in Media Communication*, 35(2), 137–150.

Biografische Notiz

Diana Pistoll (sie/ihr) ist Psychologin, wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin an der Medical School Hamburg. In ihrer Forschung konzentriert sie sich aktuell auf parasoziale Beziehungen zu Influencern und deren Bedeutung für junge Menschen.

Prof. Dr. Sonja Bröning (sie/ihr) ist Entwicklungspsychologin an der Medical School Hamburg und forscht zu aktuellen Einflüssen auf Partnerschaft, Liebe und Sexualität. Neben ihrer Tätigkeit in Wissenschaft, Lehre und Forschung ist sie in freier Praxis als systemische Paar-/Sexualtherapeutin (DGSF/DGfS), Mediatorin (BM) tätig. 2024 erschien ihr Buch *Paarbeziehung im 21. Jahrhundert* (Roesler/Bröning) im Kohlhammer-Verlag.

Dr. Johanna L. Degen (sie/ihr) ist Sozialpsychologin und forscht u.a. an der Europa-Universität Flensburg zu Beziehungen und Sexualität im Kontext von Digitalisierung, oft

Diana Pistoll, Sonja Bröning & Johanna L. Degen: Ich followe, also bin ich aus gesellschaftskritischer Perspektive. Neben der Wissenschaft ist sie als systemische Beraterin (DGSF), systemische Therapeutin und Sexual- & Paar-Therapeutin (DGfS) in freier Praxis tätig und lehrt zudem an verschiedenen Aus- und Fortbildungsinstituten. Ihr aktuelles Buch *The Shaping of the Parasocial Self* erscheint 2025 bei Palgrave. Ihr Buch *Swipe, like, love: Intimität und Beziehung im digitalen Zeitalter* ist 2024 im Psychosozial-Verlag erschienen.