

Pressemitteilung

Frankfurt University of Applied Sciences

Nicola Veith

22.08.2018

<http://idw-online.de/de/news700952>

Forschungsergebnisse
Gesellschaft, Wirtschaft
überregional



Identifikation mit Serienhelden kann zur Abhängigkeit führen

Befragungen der Frankfurt UAS untersuchen Verhältnis von Zuschauerinnen und Zuschauern zu Fernsehserien und Reality TV

Durch Streaming-Dienste kann zu jeder Tages- und Nachtzeit auf beliebig viele Unterhaltungsmedien zugegriffen werden – doch dieses Angebot kann sich schnell als Problem herausstellen. Wie die Identifikation mit Serienfiguren eine Abhängigkeit nach Fernsehserien begünstigt und wie ein geringes Selbstwertgefühl die Sucht nach Reality TV-Sendungen beeinflusst, zeigen zwei kürzlich ausgewertete Online-Befragungen. Sie wurden gemeinsam von Prof. Dr. Claus-Peter H. Ernst, Professor für Wirtschaftsinformatik und BWL an der Frankfurt University of Applied Sciences (Frankfurt UAS) sowie an der SRH Hochschule Heidelberg, und Dr. Maren Scheurer, wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Goethe-Universität Frankfurt am Main, durchgeführt. An den beiden Befragungen haben jeweils 100 Personen teilgenommen.

Serienhelden werden als Freunde wahrgenommen

Die Befragung „TV series characters feel like friends to me – the influence of perceived belonging on tv series addiction“, an der neben Ernst und Scheurer auch Prof. Dr. Franz Rothlauf, Professor für Wirtschaftsinformatik und BWL an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, mitgewirkt hat, zeigt: Die Beziehung bzw. die Identifikation der Zuschauer/-innen zu den Charakteren einer Fernsehserie sorgt für die Entwicklung eines sozialen Zugehörigkeitsgefühls. Dieses kann wiederum dafür sorgen, dass eine Sucht nach Fernsehserien begünstigt wird. Das durchschnittliche Alter der befragten Personen lag bei 26,69 Jahren.

„Die Zuschauerinnen und Zuschauer betrachten die Figuren der Serien als vertraute Freunde, an deren Leben sie gefühlten Anteil haben, und wollen mehr davon“, erklärt Ernst. Eine solche Beziehung zu fiktiven Figuren werde vor allem dann aufgebaut, wenn die Zuschauerinnen und Zuschauer Parallelen zu ihrer eigenen Person finden oder ihr Leben mit dem der Serienfigur vermischen. „Das führt zum sogenannten ‚Binge Watching‘, das Sehen mehrerer Serienfolgen am Stück“, erklärt Ernst. „Die Zuschauerinnen und Zuschauer fühlen sich akzeptiert und weniger alleine, sie können deshalb nicht aufhören, sich eine bestimmte Fernsehserie anzusehen.“

Geringes Selbstwertgefühl kann die Sucht nach Reality TV begünstigen

Seit den 1990er Jahren gehört Reality TV zu den erfolgreichsten Fernsehformaten. Eine Vielzahl dieser Sendungen basiert auf Drehbüchern, bei denen häufig Konflikte sozial oder gesellschaftlich benachteiligter Menschen im Fokus stehen. Doch was reizt Zuschauer/-innen an Reality TV? Die Befragung „A study on the role of self-esteem in reality TV addiction“ ist der Frage nachgegangen, ob Personen mit einem geringen Selbstwertgefühl mit höherer Wahrscheinlichkeit eine Sucht nach diesem Fernsehformat entwickeln. Das durchschnittliche Alter der befragten Personen lag bei 23,98 Jahren.

„Wir kamen zu dem Ergebnis, dass die Wahrscheinlichkeit, eine Sucht nach Reality TV zu entwickeln, höher ist, wenn Personen ein geringes Selbstwertgefühl haben. Bei Menschen mit einer hohen Selbstakzeptanz spielen dagegen andere Faktoren eine größere Rolle, wie etwa das soziale Zugehörigkeitsgefühl, welches auch die Sucht nach Fernsehserien

begünstigt“, erklärt Ernst. Die Befragung folgte der Annahme, dass Menschen mit einem geringeren Selbstwertgefühl eine größere Motivation nach Selbstoptimierung haben als Personen mit großem Selbstbewusstsein. So könnte Reality TV dazu dienen, dass die Zuschauer/-innen ihre eigene Lebenssituation mit dem Leben von weniger erfolgreichen Personen, die im Fernsehen dargestellt werden, vergleichen, um ihr subjektives Wohlbefinden zu steigern.

Prof. Dr. Claus-Peter H. Ernst ist Professor für Wirtschaftsinformatik und BWL an der Frankfurt University of Applied Sciences sowie an der SRH Hochschule Heidelberg. Er vertritt dort insbesondere den Bereich E-Business. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören u. a. Technologie- und Mediennutzung sowie die digitale Transformation. Er ist (Mit-)Autor von über 30 wissenschaftlichen Schriften und regelmäßig als Referent auf internationalen Fachkonferenzen, in Hochschulen und in der Praxis tätig.

Dr. Maren Scheurer ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Goethe-Universität Frankfurt am Main. Sie arbeitet dort am Institut für Allgemeine und Vergleichende Literaturwissenschaft und am Institut für England- und Amerikastudien. Sie forscht u.a. zu den Poetiken des Spätrealismus, zu psychoanalytischer Ästhetik, der Darstellung therapeutischer Beziehungen und zu Serialität.

Prof. Dr. Franz Rothlauf ist Inhaber einer Professur für Wirtschaftsinformatik und BWL an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören experimentelle und empirische Untersuchungen zu den Auswirkungen des Einsatzes von Informations- und Kommunikationssystemen auf Nutzerverhalten sowie die Analyse von quantitativen Verfahren im Bereich der künstlichen Intelligenz (insbesondere Metaheuristiken und Neuronale Netze). Er ist (Mit-)Autor von über 100 wissenschaftlichen Schriften. Neben seiner wissenschaftlichen Tätigkeit ist er als Chief Information Officer der Johannes Gutenberg-Universität Mainz tätig.

Gerne steht Prof. Dr. Ernst für Interviews, Fragen und Statements zur Verfügung.

Kontakt: Frankfurt University of Applied Sciences, Fachbereich 3: Wirtschaft und Recht, Prof. Dr. Claus-Peter H. Ernst, Telefon: +49 69 1533-2931, E-Mail: cernst@fb3.fra-uas.de

Weitere Informationen zum Fachbereich Wirtschaft und Recht der Frankfurt UAS unter www.frankfurt-university.de/fb3

wissenschaftliche Ansprechpartner:

Prof. Dr. Claus-Peter H. Ernst, Telefon: +49 69 1533-2931, E-Mail: cernst@fb3.fra-uas.de



Prof. Dr. Claus-Peter H. Ernst
Privat