



Henrike Rau

Freundschaft

Der Beitrag beschäftigt sich mit informellen Gesprächs-Podcasts und der Inszenierung ihrer Hosts. Dabei wird untersucht, ob Strategien zu erkennen sind, wie diese Podcasts parasoziale Beziehungsangebote an ihre Hörerschaft offerieren.

Podcasts können informierend oder unterhaltend sein, mal werden sie professionell produziert, mal einfach in der Küche aufgenommen. Seitdem der True-Crime-Podcast *Serial* von 2014 mit mehr als 90 Mio. Download-Zahlen alle Erwartungen an das Medium übertraf, hat der Podcast sein Nischendasein verlassen. In Medienhäusern (Amazon durch Audible), bei Streaminganbietern (Spotify) oder Verlagen (Zeitverlag, DuMont) gehören Podcasts inzwischen zum gängigen Angebot. Sowohl Medienanstalten als auch Marktforschungsinstitute sind am werblichen Profil von Podcasts interessiert und möchten durch Studien die Nutzerschaft von Podcasts verstehen und messbar machen. Der Markt ist umkämpft, exklusive Inhalte nehmen zu. So kaufte Spotify erfolgreiche Formate (*Herrengedeck*, *Gemischtes Hack*, *Fest & Flauschig*), die App Anchor sowie das Podcast-Label Gimlet Media auf. Independent-Produktionen nehmen dennoch nicht ab, denn Podcasts sind schnell und ohne großen technischen Aufwand zu produzieren. Das Bild des „einfachen Mannes“ oder der „einfachen Frau“ am Mikrofon bleibt bestehen.

Viele der erfolgreichen Formate zählen zu den sogenannten „Laber-Podcasts“: ein informeller Gesprächs-Podcast, der weder gezielt informiert noch kommentiert. Was macht ihre Attraktivität für die Hörerinnen und Hörer aus? Der folgende Beitrag geht der Frage nach, ob dabei das bereits in den 1950er-Jahren von den US-Psychologen Horton und Wohl beschriebene Phänomen der parasozialen Beziehung (PSB) eine wichtige Rolle spielt. Auf Grundlage einer Inhaltsanalyse von drei entsprechenden Formaten wird untersucht, ob und, wenn ja, wie durch die Inszenierung der Hosts Angebote für eine parasoziale Beziehung konstruiert werden.

Die parasoziale Beziehung (PSB)

PSB umschreibt eine einseitige Beziehung von Rezipierenden zu Medienfiguren (Personae). Diese entsteht aus wiederholten und regelmäßigen parasozialen Interaktionen (PSI). Über den Rezeptionsprozess hinaus entsteht ein Verbundenheitsgefühl der Rezipierenden zur Medienperson, eine Art imaginäre Freundschaft. Anders als bei einer Face-to-Face-Begegnung (orthosoziale Interaktion) ist die parasoziale Interaktion nicht wechselseitig, sondern einseitig (vgl. Horton/Wohl 1956, S. 215). Die Medienperson ist stetig sendend, während die Rezipierenden empfangend sind. Rezipierende können zwar reagieren, doch dies kann nicht (direkt) von den Personae wahrgenommen werden. Die Medienperson besitzt einen blinden Fleck. Das Besondere an einer parasozialen Interaktion ist, dass sich die Rezipierenden genauso angesprochen und involviert fühlen können wie in einer orthosozialen Interaktion – und das, obwohl ihnen die Einseitigkeit bewusst ist. In Zeiten der sozialen Medien kann die parasoziale Interaktion näher an die orthosoziale Interaktion heranrücken. Sie kann aber aufgrund des Machtverhältnisses „follow – be followed“ nicht mit ihr gleichgesetzt werden. Die Aufgabe der Personae ist es, sich als PSI- und PSB-Partnerin oder -Partner anzubieten



© Sinda Hermannsen

im Ohr

und als Mittler zwischen Medium und Publikum zu fungieren. Sie werden von wildfremden Menschen als persönliche Bekannte akzeptiert, obwohl diese um die einseitige Beziehung wissen. Wie kann das funktionieren?

Die Persona ist in ihrem Auftritt zwar medial inszeniert, aber nicht fiktiv, sondern außerhalb der Medienwelt tatsächlich existent (vgl. ebd., S. 216). Personae sprechen Rezipierende direkt an und nutzen Anekdoten und Details über sich, um ihnen näherzukommen. Sie wenden Gestik an, die aus dem Alltag bekannt ist, und setzen auf persönliche Sprache. Dabei hat oberste Priorität, dass sie *echt* wirken: „[...] Stimmigkeit und Glaubwürdigkeit im Verhalten erzeugen die Vertrauensbasis, auf der sich das Publikum an die Fernsehperson bindet“ (Groebel 1990, S. 77). Ihre beständige Wiederkehr sichert die Kontinuität der PSB und erlaubt dadurch die Narration einer gemeinsamen Beziehung. Wichtige Aspekte für die PSB, auf die die Persona Einfluss nehmen kann, sind also die Narration der Beziehung sowie die Illusion von Intimität und Kontinuität.

Die Konstruktion der Persona zeigt sich als Kern des PSB-Angebots.

Warum PSB für Podcasts so interessant ist

Einige wissenschaftliche Ausarbeitungen betonen, dass Podcasts schon allein durch die physische Position als „Stimme im Kopf“ eine große Nähe zu den Rezipierenden schaffen. Robert MacDougall ist so enthusiastisch zu bemerken: „The podcast [...] may be part of an evolution in parasocial phenomena and a fundamentally new form of mediated interpersonal communication“ (MacDougall 2011, S. 716). Alexander Wunschel beschreibt konkret, warum sich Podcasts für PSB-Angebote gut eignen: „Die ‚parasoziale Interaktion‘ als intensives Bindeglied zwischen Hörer und Sender basiert auf einem Identifikationspotenzial, das durch gemeinsame Wertvorstellungen, Erfahrungen sowie weitere Identifikationsdimensionen entsteht. Diese Bindung wird im Podcasting durch den Dialogcharakter und die vermeintlich persönliche Ansprache gefördert und bietet auf dieser Basis ein neuartiges Community-Gefühl, welches die Massenmedien nur vereinzelt vermitteln können.“ (Wunschel 2007, S. 157) Auch die Mediennutzung ist nicht unerheblich. So werden Podcasts, wenn sie genutzt werden, regelmäßig gehört und in die Tagesstruktur integriert: Auf dem Weg zur Arbeit oder beim Aufräumen werden die Hosts Begleitende im Alltag.

Drei Beispiele

Für die Untersuchung wurden jeweils zwei Folgen der folgenden Podcasts transkribiert und inhaltlich analysiert: *Fest & Flauschig*, *Herrengedeck* und *Das Podcast Ufo*, Gewinner des deutschen Podcastpreises 2018/2019 in der Kategorie „Unterhaltung“.

Die Inszenierung

(Vor-)Deutung der Beziehung

Die Narration der Beziehung zur Hörerschaft wird in den Podcasts unterschiedlich umgesetzt, doch etwas Essenzielles ist ihnen gemein: Nicht nur die Medienpersonen selbst inszenieren sich, sondern auch ihr Publikum sowie die Beziehung zu ihnen werden arrangiert. Alle Personae nehmen durch das, was sie sagen und wie sie es sagen Einfluss auf die Beziehung und das Bild der Hörerinnen und Hörer. Das gibt eine neue Perspektive auf die Persona-Konstruktion: Es wird nicht allein inszeniert, dass ein PSB-Angebot besteht, sondern auch, wie die Beziehung funktioniert und welche Rolle die Rezipierenden einnehmen.

Dabei ist wichtig festzuhalten, dass die Einseitigkeit von PSI und PSB eine solche Inszenierung der Rezipierenden und eine Beziehung erst ermöglicht. Die Hosts können konkrete Behauptungen aufstellen, ein sofortiges Feedback ist nicht möglich. Sie schildern die Hörerinnen und Hörer so, dass es in ihr Konstrukt der Beziehung passt. Die Rezipierenden können die Inszenierung der Beziehung als Angebot nur annehmen, ablehnen oder umdeuten. Die Hosts von *Fest & Flauschig* beispielsweise erklären ihr Publikum bereits in der ersten Episode zu elitären, noblen Menschen, für die der Podcast und ihre Beziehung zu den Hosts ein schmutziges Geheimnis darstellen. Die Personae nutzen ihren Freiraum, um ein fertiges Konstrukt einer Beziehung zu erstellen, ohne dass eine solche Beziehung schon vorhanden sein könnte.

Alle besprochenen Podcasts bieten Beteiligung und Interaktion an. Gemeinsam ist den Formaten, dass sie dies in einem gesetzten Rahmen tun. So gibt es Telefonanrufe, das Abspielen von Sprachaufnahmen oder die Hosts stellen konkrete Aufgaben oder Fragen an die Hörerschaft, deren Ergebnisse sie im Podcast präsentieren („Hörerintro“, Spielanfragen etc.). Die Macht des Kontextes und der Handlung gehört den Personae. Sie besitzen die Deutungshoheit und üben sie auch aus.

Die Konstellation der zwei Hosts als Freundschaftspaar hat den Vorteil, dass die Hörerschaft ein Bild von Freundschaft vorgelebt bekommt. Wie die Hörerinnen und Hörer innerhalb der PSI zu reagieren haben, wie die Spielregeln funktionieren, haben sie bereits durch die Interaktion der Hosts miteinander gelernt. So können die Personae auch Umgangs- und Deutungsweisen etablieren, die ihrem Publikum ungewohnt sind, wie es bei *Fest & Flauschig* der Fall ist.

Aktivierung bekannter Beziehungsmuster

Alle drei Podcasts und ihre Personae nutzen Gesten und Rituale aus dem orthosozialen Umgang, wie in der PSB üblich. Am auffälligsten ist dies bei der Begrüßung und Verabschiedung der Hörerinnen und Hörer. Sie werden willkommen geheißen, involviert und in den Podcast geleitet. Die Verabschiedung zeugt von Wertschätzung und inszeniert das Podcast-Hören als orthosoziales Treffen. Ferner werden die Rezipierenden von den Personae geduzt und meist in der Mehrzahl angesprochen. Das inszeniert einen vertrauensvollen Umgang und

Partizipation. Das Nutzen der Mehrzahl verhindert eine zu direkte Ansprache, die irritierend wirken und die Inszenierung entblößen könnte. Die Waage zwischen Inszenierung und Authentizität soll im Gleichgewicht bleiben.

Auffällig ist, dass neben Gesten und Ritualen ganze Komplexe des orthosozialen Lebens übernommen werden: So bedient sich *Fest & Flauschig* dem Bild der Verführung und dem Guilty Pleasure. Dabei inszenieren sie ihre Hörerschaft als hoch angesehen, sich selbst dagegen als vulgär, aber reizvoll für die Hörerinnen und Hörer. Das Publikum und die Personae sind nicht ebenbürtig, sondern befinden sich in einem ständigen Wechsel vorgegebener Machtpositionen. Die Deutungshoheit behalten die Hosts. Beleidigungen, Komplimente und Vertraulichkeiten wechseln sich immerzu ab, sodass sie letztendlich an Bedeutung verlieren und – im Sinne der Spielregeln der Hosts – als Synonym von freundschaftlichem Austausch fungieren. *Herrengedeck* bedient sich am Bild des gemeinsamen Umtrunks. Das Medium Podcast wird als Spiel der zwei Freundinnen, als Ausschnitt ihres gemeinsamen Abends inszeniert, dem die Hörerinnen und Hörer beiwohnen. Sie lauschen ihren Anekdoten, die sie „nüchtern nie erzählen würden“. Die Hörerschaft ist den Personae ebenbürtig, hat allerdings eine viel eingeschränktere Funktion. *Das Podcast Ufo* nutzt das Bild des runden Tisches, des gemeinschaftlichen Projekts. Die Hosts präsentieren ihre Hörerschaft als Teil einer gut aufgestellten Community, die mit ihnen das Interesse teilt, einen gelungenen Podcast zu produzieren. Sie wirken alle auf den Podcast und das Ergebnis ein. Rezipierende und Personae sind ebenbürtig, besitzen allerdings unterschiedliche Funktionen. Ihre Beziehung besitzt die konkrete Motivation, dafür zu sorgen, dass der Podcast gut wird.

Alle drei Beziehungskomplexe sind an Modellen der orthosozialen Kommunikation angelehnt. Die Strategie der Übernahme von bekannten Gesten wird also erweitert um Beziehungsgefüge aus dem realen Leben. Den Zuhörenden werden so angemessene Reaktionen und ihre Funktion vermittelt. Die übernommenen Beziehungsmuster legen zudem bestimmte Emotionen nahe. Diese Emotionen können ansprechend oder auch abschreckend sein. In jedem Fall lösen sie etwas bei den Rezipierenden aus.

Selbstoffenbarung – Alltägliches und Comedy

Gemeinsam ist allen drei Podcasts und ihrer Konstruktion der Personae, dass sie Komik und Intimes vermischen. Schwächen und Verletzlichkeiten werden humorvoll in Szene gesetzt. Die Hosts entnehmen dem Alltag Anekdoten, Peinlichkeiten und Banalitäten, die sie überspitzen. Dadurch entstehen Komik und die Offenlegung eines *wahren Kerns* über ihre eigene Person oder die Skurrilität der Welt. Niedrigschwellig können so komplexere Themen wie Ängste oder Unzufriedenheit aufgegriffen werden. Bekannt ist ein solches Vorgehen aus der Stand-up-Comedy. Auch hier werden Alltagsprobleme thematisiert, die subjektive Verletzungen und Ängste spiegeln und durch das Bühnenprogramm geradezu rituell im Kollektiv herausgelacht werden – und damit eine therapeutische Wir-

kung erzielen (vgl. MacRury 2012, S. 189 f.) Es ist nicht verwunderlich, dass auch die Hosts dieser Podcasts aus dem Comedy-Bereich kommen.

Das Erzählen von Geschichten aus dem Alltag hat im Podcast Tradition. Die Nähe zur Hörerin und zum Hörer wird hier durch eine ähnliche Lebensrealität hergestellt. Die Überhöhung der Geschichten, die emotionale Sprechweise und der oftmals beiläufige Inhalt legen die Vermutung nahe, dass es hauptsächlich darum geht, *dass* sich mitgeteilt wird und *wie* sich mitgeteilt wird, anstatt darum, *was* mitgeteilt wird. Social Presence¹ und das Auslösen von Emotionen sowie der Humorscheinen wichtiger zu sein als qualitative Informationen über die Personae.

Kontinuität durch Transmedialität

Kontinuität, vor allem in der medialen Präsenz als Kontakt zur Hörerschaft, wird selbst mit hohem Aufwand verfolgt. Die besprochenen Podcasts erscheinen im Ein- oder Zweiwochentakt. Um Kontinuität auch dauerhaft zu gewährleisten, nehmen die Podcasterinnen und Podcaster selbst während ihres Urlaubs auf oder produzieren vor. Kurze Episoden können hier als Überbrückung dienen. Der Regelmäßigkeit des Kontakts zum Publikum wird also ein hoher Stellenwert beigemessen. Über soziale Medien haben die Rezipierenden eine ergänzende Möglichkeit, ihre PSB fortzuführen und zu stärken. Jeder der Hosts ist auf den Plattformen aktiv. Besonders auffällig dabei ist, dass der Account des Podcasts selbst – im Gegensatz zu denen der Hosts – unwichtig ist. Die Personae stehen im Vordergrund, nicht die Präsentation ihres Produkts. Auch die Verknüpfung des Podcasts zu einer passenden Musik-Playlist bietet emotionale Einblicke in die Personae und ihren persönlichen Musikgeschmack.

Die Podcasts erzeugen zudem durch den Sound (Stimmen sind „nah“), Umgebungsgeräusche, wenig Schnitte und Schilderungen des Moments Unmittelbarkeit und Authentizität. Rezipierende können den Podcast in der Realität verorten und als *echt* wahrnehmen. Diese Faktoren, insbesondere die Unmittelbarkeit, stützen den Eindruck der sozialen Präsenz.

Spielregeln und Positionierung durch die Kommunikation im Ensemble

Die zwei Hosts präsentieren sich als kontrastreich, stellenweise sogar gegensätzlich. So können sie als Zweierkonstrukt verschiedene Meinungen und Werte abbilden, zu denen sich Hörerin und Hörer positionieren können. Ihr Zusammenspiel kann außerdem Aussagen verstärken, kontextualisieren oder schwächen. Gleichzeitig dient die Doppelmoderation der Legitimation der Existenz der Podcasts selbst, denn es wird der Eindruck vermittelt, dass man dabei ist, wenn sich zwei Freunde treffen.

Doch die Hosts sind nicht die einzigen Akteure eines Podcasts. Es gibt weitere Ensemblemitglieder, die im Podcast gelegentlich auftreten. Diese können stellvertretend für die Normalität in Abgrenzung zu den Hosts eingesetzt werden. Ähnlich wie im Stand-up erhalten die Hosts so eine Position,

in der sie von außen auf die Welt und die Normalität blicken und urteilen. Durch die Präsenz zusätzlicher Ensemblemitglieder kann sich das Verhältnis Hosts – Rezipierende verschieben. So kann z. B. ein mahnender Zuruf eines Redakteurs dafür sorgen, dass die Hörerinnen und Hörer angehalten sind, sich mit den frechen Hosts zu verbünden; oder die Normalität der weiteren Ensemblemitglieder betont die Außenseiterposition der Hosts und macht sie nahbarer. Die Präsenz der weiteren Ensemblemitglieder verstärkt also die Inszenierung der Beziehung der Hörschaft zu den Personae.

Fazit

Die Analysen zeigen, dass alle Aspekte der PSB, die Horton und Wohl in ihrem Modell aufgeführt haben, in den Podcasts zu finden sind. Die Personae wenden Strategien aus dem Comedy- und orthosozialen Kommunikationsbereich an, um ihrem Publikum ein einzigartiges PSB-Angebot zu bieten. Die Kunst scheint darin zu liegen, die Rezipierenden zwar einzubinden, Nähe zu inszenieren und sich ihnen zu offenbaren, sie dabei aber nie zu überfordern, sodass der Podcast unterhaltend und niedrigschwellig bleibt.

Die Persona-Konstruktion baut auf den einzelnen Strategien auf, doch ihr Zusammenspiel ist entscheidend. Insbesondere die Waage zwischen Künstlichkeit und Authentizität wird gehalten. Beispielsweise werden Typisierungen und eine überspitzte Inszenierung der Betonung von Unmittelbarkeit und Spontaneität entgegengestellt. Welche Strategien wie kombiniert werden, hängt dabei stark von dem gewählten Bild der Beziehung zu den Rezipierenden ab. So wird Ebenbürtigkeit zwischen Hosts und Hörschaft angestrebt, wenn das narrative Bild ihrer Beziehung ein Projektteam ist (*Das Podcast Ufo*). Doch wird sie gemieden, wenn im Beziehungskonstrukt Macht eine spielerische Rolle übernimmt (*Fest & Flauschig*). Das Bild der Beziehung ist entscheidender Faktor für die Kombination der Strategien.

Anmerkung:

1 „Degree of salience of the other person in the interaction and the consequent salience of the interpersonal relationships“ (Short/Williams/Christie 1976, S. 65)

Literatur:

Groebel, J.: *Was macht Fernsehmoderatoren attraktiv? Zur Personalisierung des Programms.* In: Filmkunst. Zeitschrift für Filmkunst und Filmwissenschaft, 126/1990, S. 58–80

Horton, D./Wohl, R.: *Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance.* In: Psychiatry, 19/1956, S. 215–229

MacDougall, R. C.: *Podcasting and Political Life.* In: American Behavioral Scientist, 6/2011/55, S. 714–732

MacRury, I.: *Humour as 'social dreaming': Stand-up comedy as therapeutic performance.* In: Psychoanalysis, Culture & Society, 17/2012, S. 185–203

Short, J./Williams, E./Christie, B.: *The Social Psychology of Telecommunications.* London 1976

Wunschel, A.: *Podcasting – Bestandsaufnahme aktueller Ansätze von Business-Modellen.* In: V. Diemand/M. Mangold/P. Weibel (Hrsg.): *Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen.* Hannover 2007, S. 155–172



Henrike Rau studierte Medienwissenschaft und digitale Medienkultur an der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF. Sie arbeitet als Innovationsassistentin für das Podcast-Hosting-Unternehmen Podigee.