

Die Rolle der Parasozialen Interaktionen für die Auswirkung des Persuasionseffekten für Videopräsentationen

Thomas SCHMIEDER, PhDc

Faculty of Political, Administrative, and Communication Science
Babeş-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania
E-mail: thomas.schmieder80@gmail.com

Abstract. *Die Covid-19-Pandemie hat die Bedeutung der Online-Kommunikation deutlich gemacht. In Anbetracht der Vorteile der Videokommunikation sind sie für Unternehmen von Dauer. Allerdings ist ein differenzierterer Ansatz erforderlich, um die Wirksamkeit der Online-Präsentation zu verstehen. So kann die filmische Inszenierung eine Lösung für eine effektive Videopräsentation sein. Um die persuasiven Mechanismen hinter der Videopräsentation mit filmischen Mitteln zu erforschen, kann der theoretische Rahmen der parasozialen Interaktionen hilfreich sein. Aus der Film- und Serienforschung stammend, kann das Konzept die Medienrezeption verdeutlichen. Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Theorie der parasozialen Interaktionen und operationalisiert das Konzept für weitere mögliche empirische Untersuchungen zur Wirkung von Videopräsentationen.*

Schlüsselwörter: Filmische Inszenierung; Medienkommunikation; Medieneffekte; Parasoziale Interaktionen; Videopräsentation.

The Role of Parasocial Interaction for the Persuasion Effect of the Video Presentations

Abstract. *The Covid-19 pandemic highlighted the relevance of online communication. Given the advantages of video communication, for businesses they here to stay. However, a more nuanced approach to understand the efficacy of online presentation*

is needed. Thus, cinematically staging can be a solution for effective video presentation. To delve into the persuasive mechanisms behind video presentation using cinematic the theoretical framework of parasocial interactions can be helpful. Originated from the research of movies and series, the concept can clarify media reception. The present paper looks at the theory of parasocial interactions and operationalizes the concept for further potential empirical research on the effects of video presentations.

Keywords: Cinematic staging; Media communication; Media effects; Parasocial interactions; Video presentation.

Einleitung

Die Covid-19-Pandemie hat die Bedeutung der Online-Videopräsentation in der Förderung gebracht. Eine Konsolidierung dieses Trends wird weiter in der Industrie bemerkt. Deshalb die Forschung der Effekte der Videopräsentationen bleibt nach wie vor relevant. Präsentationen die filmische Elemente beinhalten erzeugen viel mehr Aufmerksamkeit vor allem durch die Präsenz des Menschen im Vergleich zu einer statisch gefilmten Situation. Als Vermittler dieser Effekte werden in der Literatur häufig parasozialen Interaktionen genannt. Dieser Artikel fokussiert sich auf dem theoretischen Hintergrund der Medienwirkung von Online-Videopräsentationen sowie von filmischer Inszenierung mittels Literaturrecherche. Die Theorie der Parasozialen Interaktion wird im Folgenden diskutiert und für die spezifischen Situation der Videopräsentationen mit filmischen Elementen operationalisiert.

Parasoziale Interaktion

Parasoziale Interaktion (PSI) bezeichnet die bei den zusehenden Personen entstehende Illusion mit der Person, die in dem Medium dargestellt wird (bezeichnet als: Persona) eine intime *Face-to-Face* Interaktion zu führen. Horton und Wohl (1956) bezeichneten PSI als Illusion einer Beziehung zwischen den Zusehenden und der Persona. Spätere Publikationen beschreiben PSI als Illusion einer *Face-to-Face* Interaktion mit der Persona während der Medienrezeption (Schramm & Hartmann, 2008). Aus wiederholter PSI kann dann bei den Zusehenden die Illusion einer parasozialen Beziehung (*Parasocial Relationship*, PSR) zu dieser Persona entstehen. Diese parasoziale Beziehung wirkt über die Situation der Medienrezeption hinaus (Dibble *et al.*, 2016; Horton & Wohl, 1956; Schramm & Hartmann, 2008).

Wenn Zusehende eine parasoziale Interaktion mit der Persona, wie der präsentierenden Person einer Online-Videopräsentation, eingehen, wirkt sich dies sowohl auf die Kognition,