

Psychologische Aspekte der Onlinenutzung

ARD-Forschungsdienst*

Wie gehen Konsumenten mit Onlinemedien – insbesondere den sozialen Medien – um, und welche Auswirkungen hat das permanente Onlinesein (POPC: Permanently Online, Permanently Connected) auf sie? Eine Reihe von medienpsychologischen und kommunikationswissenschaftlichen Studien beschäftigt sich mit diesen Fragen. Hier wurde untersucht, welche psychologischen Dispositionen und Motive die Nutzung von Onlineangeboten determinieren und welche Effekte sich in kognitiver, emotionaler und sozialer Hinsicht erkennen lassen. Die Studie von Hall, Johnson und Ross (2019) ergab, dass die Befragten nicht zufriedener waren, wenn sie soziale Medien nicht mehr nutzten. Das psychologische Wohlbefinden im Kontext der Onlinenutzung korreliert eher mit stabilen Dispositionen, wie etwa Persönlichkeitsfaktoren. So zeigen die Studien von Kircaburun und Griffiths (2018) sowie Kircaburun und anderen (2020) signifikante Zusammenhänge zwischen bestimmten Persönlichkeitsmerkmalen (z. B. Machiavellismus oder Neurotizismus) und „problematischer“ Internetnutzung. Marshall und andere (2020) fanden heraus, dass die Persönlichkeit ein relevanter Prädiktor dafür ist, welches soziale Netzwerk – Twitter oder Facebook – bevorzugt genutzt wird. In der Studie von Andrews und anderen (2020) wurde beobachtet, dass Persönlichkeit und Onlinenutzung interagieren und sich offensichtlich über die Zeit hinweg gegenseitig beeinflussen bzw. verstärken können. Dieser Effekt zeigte sich bei Persönlichkeitsmerkmalen, die mit emotionaler Instabilität und gesteigertem Anspruchsdenken zu tun haben. Zum anderen kommt es laut der Studie von Mackson, Brochu und Schneider (2019) sehr darauf an, unter welchen aktuellen psychologischen Voraussetzungen soziale Medien (hier: Instagram) genutzt werden. Je nachdem sind sowohl positive Konsequenzen (z. B. soziale Integration) als auch negative Auswirkungen (z. B. sozialer Vergleich und Neid) möglich. Tobin, Chant und Clay (2020) fanden heraus, dass die interpersonale Orientierung, also die Frage, wie wichtig einem andere Menschen sind oder wie sehr man auf sich selbst fokussiert ist, entscheidenden Einfluss darauf hat, ob sich die Onlinenutzung als Unterstützung oder Hindernis für das psychologische Wohlbefinden erweist. Als Mittel zur Prokrastination scheint die Nutzung von Onlineangeboten jedenfalls nicht empfehlenswert zu sein (vgl. die Studie von Reinecke und anderen, 2018). Die Metaanalysen von Appel, Marker und Gnams (2020) sowie von Liu und an-

deren (2019) zeigten, dass die Effekte der Social-Media-Nutzung, über die in der Öffentlichkeit häufig kontrovers diskutiert wird, insgesamt eher gering bis marginal ausfallen, und es sind sowohl negative (z. B. geringeres Wohlbefinden durch soziale Vergleichsprozesse; vgl. hierzu auch die Studie von Twenge, 2019; siehe Literaturliste) als auch positive Konsequenzen (z. B. Erhöhung des sozialen Kapitals) zu beobachten. Von zentraler Bedeutung für die Wirkung der Onlinenutzung sind offensichtlich die Nutzungsmotive der User (vgl. auch Manuoglu und Uysal, 2019; siehe Literaturliste). Ein weiterer positiver Effekt ist, dass der Gebrauch des Internets in einem positiven Zusammenhang mit der Arbeitszufriedenheit steht – auch wenn dies nur für einen Teil der Beschäftigten gilt (siehe die Ergebnisse der Studie von Castellacci und Viñas-Bardolet, 2019).

Wie würden Personen ihre Zeit verbringen, wenn sie weniger soziale Medien nutzen würden? Vor dem Hintergrund der sogenannten Media-Displacement-Theorie, die besagt, dass durch das Aufkommen und die Nutzung von neuen Medienangeboten – in diesem Fall sozialen Medien – andere (Kommunikations-)Aktivitäten ersetzt bzw. vernachlässigt werden, führten die Autoren ein Experiment zu temporärer Social-Media-Abstinenz durch. 135 Teilnehmer (Durchschnittsalter: 26 Jahre), die normalerweise täglich soziale Medien nutzen, wurden in fünf Gruppen eingeteilt. Vier Gruppen reduzierten ihre Nutzung. Sie blieben entweder sieben, 14, 21 oder 28 Tage abstinent. Die fünfte (Kontroll-)Gruppe schränkte ihre Social-Media-Nutzung nicht ein. Während der Studie führten die Teilnehmer ein Tagebuch und notierten darin, welche Aktivitäten sie täglich wie lange ausführten, zum Beispiel Essen, Haushaltsaktivitäten, Arbeiten oder Mediennutzung (z. B. Fernsehen, Internet). Die Fragen orientierten sich dabei am American Time Use Survey, einer standardisierten Umfrage zur Zeitnutzung. Außerdem sollten die Teilnehmer einschätzen, wie zufrieden sie mit dem jeweiligen Tag waren und wie gut sie sich fühlten. Je länger die Teilnehmer abstinent waren, desto mehr Zeit verbrachten sie mit anderen Internetaktivitäten (z. B. Surfen), Arbeiten, Haushaltsaktivitäten, Beschäftigung mit Kindern oder anderen Familienmitgliedern, Unterwegssein und Schlafen. Auf die Zeit für Kommunikation mit anderen Personen (z. B. in der Schule oder bei der Arbeit) hatte die Social-Media-Abstinenz keinen positiven, sondern sogar einen gering negativen Effekt. Entgegen den Erwartungen der Autoren waren Personen, deren Nutzung von sozialen Medien eingeschränkt war, im Vergleich zur Kontrollgruppe nicht zufriedener mit ihrem Tag und äußerten auch

Hall, Jeffrey A./
Rebecca M. Johnson/
Elaina M. Ross
**Where does
the time go?
An experimental
test of what social
media displaces
and displaced
activities'
associations with
affective well-being
and quality of day**

In: New Media &
Society 21, 3/2019,
S. 674-692.
DOI: 10.1177/
1461444818804775

* Uli Gleich, Institut für Kommunikationspsychologie und Medienpädagogik (IKM) der Universität Koblenz-Landau.
Fax: 06341/28036712; E-Mail: gleich@uni-landau.de.

kein größeres Wohlbefinden. Außerdem entstand bei ihnen das Gefühl, weniger mit anderen Menschen in Kontakt zu sein.

Die Abstinenz von sozialen Medien führte dazu, dass Menschen einerseits mehr arbeiteten und andererseits andere Angebote im Internet häufiger nutzten. Dies zeigt eine funktionale Nähe von Social-Media-Angeboten und der generellen Internetnutzung. Die Tatsache, dass eine Abstinenz die Befindlichkeit der Nutzer nicht verbesserte, ist ein Hinweis darauf, dass die Nutzung sozialer Medien möglicherweise erfolgt, um unangenehme Aktivitäten zu vermeiden. Allerdings zeigt die Studie auch, dass das Ausmaß der Social-Media-Nutzung mit geringerem Wohlbefinden korreliert. Möglicherweise werden also durch die Nutzung von sozialen Medien zwar andere unangenehme Aktivitäten vermieden, die Gewähr für bessere Stimmung und Zufriedenheit lässt sich daraus jedoch nicht ableiten.

Kircaburun Kagan/
Mark D. Griffiths
**The dark side
of internet:
Preliminary
evidence for the
associations of
dark personality
traits with specific
online activities
and problematic
internet use**
In: Journal
of Behavioral
Addictions 7, 4/2018,
S. 993-1003.
DOI: 10.1556/2006.7.
2018.109

Als „problematische Internetnutzung“ (PIU: Problematic internet use) wird eine unkontrollierte Nutzung mit Suchtpotenzial verstanden. Diese ist von vielen Faktoren abhängig, unter anderem von der Persönlichkeit der Nutzer. In der vorliegenden Studie konzentrierte man sich insbesondere auf die Bedeutung ungünstiger Eigenschaften für die Nutzung verschiedener Onlineangebote (z. B. Spiele, Onlinesex), nämlich auf die als dunkle Triade (Dark Triad) bezeichneten Persönlichkeitsmerkmale Narzissmus, Machiavellismus und (subklinische) Psychopathie, die insgesamt mit einem gefühllos-manipulativen interpersonellen Stil verbunden sind (vgl. Stangl, 2020 siehe Literaturliste). Außerdem wurde eine Neigung zu Sadismus und Boshaftigkeit als Einflussfaktoren betrachtet. Eine Befragung von 772 türkischen Studenten im Durchschnittsalter von knapp 21 Jahren ergab signifikante Zusammenhänge zwischen diesen „ungünstigen“ Persönlichkeitsmerkmalen und einer problematischen Internetnutzung. So führte Machiavellismus direkt und indirekt über verstärktes Onlinegaming und Onlineglücksspiel zu einem problematischen Internetgebrauch (Abhängigkeit). Personen mit höheren Narzissmus-Werten nutzten häufiger Social-Media-Apps, was wiederum die Wahrscheinlichkeit für eine problematische Nutzung erhöhte. Schließlich zeigte sich, dass auch das Charaktermerkmal Boshaftigkeit direkt und indirekt über Onlineglücksspiel und Onlineshopping den problematischen Internetgebrauch verstärkte. Für Sadismus und Psychopathie zeigten sich zwar geringe Zusammenhänge mit Onlinesex, jedoch keine weiteren Einflüsse auf die problematische Onlinenutzung.

In einer weiteren Studie untersuchten Kircaburun, Alhabash, Tosuntas und Griffiths auf der Basis des Uses-and-Gratifications-Ansatzes die Zusammenhänge zwischen Social-Media-Nutzung, den zugrundeliegenden Motiven und der Persönlichkeit der User. Bei einer Stichprobe von 1 008 türkischen Studenten (Durchschnittsalter: 20 Jahre) wurden die sogenannten Big Five (Extraversion, Neurotizismus, Gewissenhaftigkeit, Verträglichkeit und Offenheit für Erfahrungen) erhoben, ebenso der problematische Gebrauch von sozialen Medien sowie Nutzungsmotive (z. B. um Beziehungen zu pflegen, zur Unterhaltung, um sich selbst darzustellen). Extraversion (Geselligkeit) und Offenheit (Aufgeschlossenheit) für Erfahrung erwiesen sich im Zusammenhang mit der Nutzung von sozialen Medien als geeignet, um Beziehungen aufrechtzuerhalten und bestimmte Aufgabe zu erledigen (z. B. Information oder Bildungszwecke). Introvertierte Personen hatten dagegen einen eher problematischen Nutzungsstil, unter anderem wegen eines geringen Selbstwerts. Für Personen mit geringen Werten beim Faktor Gewissenhaftigkeit war Social-Media-Nutzung eine Möglichkeit, sich selbst zu präsentieren. Auch Neurotizismus (emotionale Labilität und Verletzlichkeit) war ein Prädiktor für eine eher problematische Nutzung – hier war das Motiv Zeitvertreib stark ausgeprägt. Insgesamt war bei weiblichen Befragten die Tendenz zur problematischen Nutzung stärker ausgeprägt als bei den männlichen Teilnehmern.

Auch wenn die beobachteten Effekte insgesamt eher gering waren, zeigen die Studien, dass die Nutzung von Internetanwendungen und Social-Media-Portalen multideterminiert ist: Die Persönlichkeit der Nutzer hat Einfluss auf ihre Motive, die wiederum die quantitative und qualitative Nutzung unterschiedlicher Onlineangebote erklären können.

Kircaburun Kagan/
Saleem Alhabash/
Sule Betül Tosuntas/
Mark D. Griffiths
**Uses and
gratifications of
problematic social
media use among
university
students:
A simultaneous
examination of
the big five of
personality traits,
social media plat-
forms, and social
media use motives**
In: International
Journal of Mental
Health and Addiction
18, 3/2020,
S. 525-547.
DOI: 10.1007/s11469-
018-9940-6

Marshall, Tara C./
Nelli Ferenczi/
Katharina
Lefringhausen/
Suzanne Hill/
Jie Deng
**Intellectual,
narcissistic, or
machiavellian?
How Twitter users
differ from Face-
book-only users,
why they use Twit-
ter, and what they
tweet about**

In: Psychology of
Popular Media 9,
1/2020, S. 14-30.
DOI: 10.1037/
ppm0000209

Unterscheiden sich die Nutzer unterschiedlicher Social-Media-Plattformen im Hinblick auf ihre Persönlichkeit? Die Autoren untersuchten psychologische Dispositionen der Twitter-Nutzer und verglichen diese mit den Usern von Facebook. Was motiviert Twitter-Nutzer? Sind es eher informationsbezogene oder eher soziale Beweggründe? Und worüber schreiben sie auf Twitter? An einer ersten Studie nahmen 622 Personen im Durchschnittsalter von 31 Jahren teil. Davon nutzten 335 sowohl Facebook als auch Twitter, 268 nutzten Facebook, aber nicht Twitter, und 11 nutzten nur Twitter, aber nicht Facebook. Die Teilnehmer machten zum einen Angaben zu ihrer Persönlichkeit (u. a. Extraversion, Offenheit für Erfahrung, Verträglichkeit, Narzissmus). Zum anderen wurden sie nach ihren Social-Media-Aktivitäten befragt und sollten angeben, wie sehr bestimmte Motive auf ihre Twitter-Nutzung zuträfen, die sich als eher sozial oder eher informationsorientiert klassifizieren ließen. Schließlich wurde erhoben, worüber die Twitter-Nutzer schreiben, wie zum Beispiel soziale Aktivitäten und Alltag, intellektuelle Beschäftigungen und Leistungen oder Banales (z. B. Sport). Wie sich herausstellte, nutzten Personen mit höheren Werten auf der Persönlichkeitsdimension Offenheit für Erfahrung eher Twitter als Facebook. Gleichzeitig interessierten sie sich eher dafür, Informationen zu erhalten, die für ihr berufliches Weiterkommen relevant sind. Auch extrovertierte Personen tweeteten eher über intellektuelle Themen, aber auch über soziale Aktivitäten, nutzten aber nicht häufiger Twitter als andere soziale Medien. Narzisstische Personen nutzten Twitter, um Aufmerksamkeit für sich zu generieren und posteten häufiger über persönliche Leistungen und selbstbezogene Aktivitäten (z. B. Diäten oder Training). Eine zweite Studie wurde mit 503 Personen im Durchschnittsalter von 37 Jahren durchgeführt und bestätigte die Befunde dieser ersten Studie.

Personen, die Twitter nutzen, unterscheiden sich nach Ansicht der Autoren durchaus systematisch von Facebook-Nutzern. Sie haben insbesondere höhere Ausprägungen in Bezug auf den Persönlichkeitsfaktor Offenheit für Erfahrungen und nutzen Twitter häufiger, um eigene Ideen und Projekte zu verfolgen, sich mit anderen zu vernetzen und so etwas für ihr (professionelles) Fortkommen zu tun. Entrepreneur sind beispielsweise typische Twitter-Nutzer. Für Personen mit narzisstischen Tendenzen bietet Twitter eine Plattform zur Selbstpräsentation. Das Motiv der Suche nach Aufmerksamkeit ist hier besonders ausgeprägt, die Tweets beinhalten häufiger Informationen über persönliche Leistungen und Alltagsaktivitäten.

Welchen Einfluss hat die Persönlichkeit auf die Nutzung von sozialen Medien? Und wirkt sich die Art der Nutzung langfristig wiederum auf die Persönlichkeit von Konsumenten aus? In der vorliegenden Studie verwendeten die Autoren ein längsschnittliches Untersuchungsdesign, um den bidirektionalen Zusammenhang zwischen Social-Media-Nutzung und Persönlichkeit zu analysieren. Dazu wurde eine repräsentative Stichprobe von 11 629 Personen in Neuseeland im Jahr 2016 und noch einmal im Jahr 2017 befragt. Erhoben wurden die Werte für sechs Faktoren: Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit (Perfektionismus), Extraversion, Verträglichkeit (Rücksichtnahme, Kooperationsbereitschaft, Empathie), Neurotizismus sowie Ehrlichkeit/Bescheidenheit (Aufrichtigkeit, Zurückhaltung, Loyalität). Außerdem erfasste man die wöchentliche Nutzung von sozialen Medien. Die Auswertung mit Hilfe einer Cross-Lagged-Panelanalyse ergab – unter Berücksichtigung von Kontrollvariablen (u. a. Geschlecht, sozioökonomischer Status) – signifikante Zusammenhänge in Bezug auf zwei der sechs Persönlichkeitsfaktoren. 1) Neurotizismus: Zum ersten Zeitpunkt erwies sich dieses Attribut als signifikanter Prädiktor für die Nutzung sozialer Medien. Gleichzeitig führte eine höhere Social-Media-Nutzung am ersten Messzeitpunkt zu höheren Neurotizismus-Werten ein Jahr später. 2) Anfangs höhere Werte beim Faktor Ehrlichkeit/Bescheidenheit sagten einen geringeren späteren Social-Media-Konsum vorher. Gleichzeitig korrelierte eine verstärkte Social-Media-Nutzung zum ersten Zeitpunkt mit einer geringeren Ausprägung von Ehrlichkeit/Bescheidenheit zum zweiten Zeitpunkt. Für die anderen Persönlichkeitsfaktoren (Extraversion, Offenheit für Erfahrung, Gewissenhaftigkeit, Verträglichkeit) wurden keine signifikanten bidirektionalen Zusammenhänge mit der Nutzung von sozialen Medien festgestellt.

Alle gemessenen Konstrukte erwiesen sich über den Zeitraum von einem Jahr insgesamt als relativ stabil, das heißt, Veränderungen in der Persönlichkeit bzw. der Social-Media-Nutzung waren nur in geringem Ausmaß zu beobachten. Dennoch zeigten sich signifikante Zusammenhänge. Interessant ist nach Ansicht der Autoren, dass sie bei Persönlichkeitsmerkmalen zu beobachten waren, die mit emotionaler Instabilität (Faktor Neurotizismus) und gesteigertem Anspruchsdenken (Faktor Ehrlichkeit/Bescheidenheit) zu tun haben. Durch die wechselseitige Beeinflussung von Social-Media-Nutzung und Persönlichkeit könnten laut den Autoren auf Dauer eher dysfunktionale Tendenzen verstärkt werden und zwar bei denjenigen Nutzern, für die soziale Medien die Möglichkeit bieten, emotionale Instabilität zu kompensieren und/oder für diejenigen, für die eine gesteigerte Anspruchshaltung (etwa im Sinne einer narzisstischen Tendenz) wichtig ist.

Andrews, Nadia P./
Kumar Yogeewaran/
Meng-Jie Wang/
Kyle Nash/
Diala R. Hawi/
Chris G. Sibley
**Is social media
use changing who
we are? Examining
the bidirectional
relationship between
personality
and social media
use**
In: Cyberpsychology,
Behavior and Social
Networking. Published
Online: 24 July 2020.
DOI: 10.1089/cyber.
2019.0744

Mackson,
Samantha B./
Paula M. Brochu/
Barry A. Schneider
**Instagram:
Friend or foe?
The application's
association with
psychological
well-being**
In: New Media &
Society 21, 10/2019,
S. 2160-2182.
DOI: 10.1177/
1461444819840021

Über eine Milliarde Menschen nutzen die Fotoplattform Instagram weltweit. In Deutschland hat sie über 20 Millionen User. Studien zu den psychologischen Determinanten und Effekten der Nutzung von Instagram sind im Vergleich zur Forschung über Facebook bislang noch unterrepräsentiert. Daher untersuchten die Autoren, wie die Instagram-Nutzung mit dem psychologischen Wohlbefinden zusammenhängt, insbesondere mit Faktoren wie Depression, Ängstlichkeit und Einsamkeit. Außerdem sollte geklärt werden, welche Rolle Körperbild, Selbstwert und die Tendenz zum sozialen Vergleich spielen. Zunächst wurden Personen, die einen Instagram-Account hatten, mit Personen ohne Account verglichen. Eine Befragung von 157 Usern und 47 Nicht-Usern im Durchschnittsalter von 25 Jahren ergab, dass erstere weniger ängstlich, weniger depressiv und weniger einsam waren als Personen, die keinen Instagram-Account hatten. Außerdem zeigten die Instagram-User einen höheren Selbstwert als die Nichtnutzer. Im Hinblick auf die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper und der Tendenz zum sozialen Vergleich mit anderen ergaben sich keine signifikanten Unterschiede. Einsamkeit und Selbstwert mediieren den Zusammenhang zwischen Instagram-Account und Depression sowie Ängstlichkeit. Dies bedeutet: Instagram-Nutzer, die weniger einsam waren und einen höheren Selbstwert aufwiesen, zeigten geringere Werte im Hinblick auf Depression und Ängstlichkeit. Aber: Betrachtet man alle Personen mit einem Instagram-Account, so zeigte sich, dass die Befürchtung, wenig positive Rückmeldung (z. B. Likes) zu bekommen, sowie eine ausgeprägte Tendenz zum sozialen Vergleich mit negativen Konsequenzen – hier Depression und Ängstlichkeit – verbunden waren.

Wie es scheint, kommt es darauf an, mit welchen psychologischen Voraussetzungen Instagram genutzt wird. Prinzipiell sind positive Auswirkungen auf das Wohlbefinden möglich, die sich durch die Einbindung in ein soziales Netzwerk ergeben, weil das Bedürfnis nach Zugehörigkeit befriedigt wird. Steht dagegen sozialer Vergleich im Vordergrund, verbunden mit der Angst, nicht genügend positive Rückmeldung zu bekommen, verändern sich die Konsequenzen ins Negative. Die Tendenz zum sozialen Vergleich ebenso wie die Angst, „Wichtiges“ zu verpassen – die sogenannte Fear of Missing Out (FoMO) –, erwiesen sich auch in der repräsentativen Befragung von deutschen Internetnutzern im Alter zwischen 14 und 39 Jahren von Reer, Tang und Quandt (2019; siehe Literaturliste) als relevante Faktoren für geringeres psychologisches Wohlbefinden. Der Zusammenhang zwischen dem Gefühl von Einsamkeit, Ängstlichkeit und Depression sowie verstärkter Internetnutzung war besonders deutlich, wenn die Befragten das Internet nutzten, um sich mit anderen zu vergleichen und Angst hatten, etwas zu verpassen.

Wie Personen mit Facebook umgehen, ob sie davon profitieren oder eher negative Konsequenzen erleben, ist nach Ansicht der Autoren neben weiteren dispositionellen Faktoren davon abhängig, welche auf andere Menschen bezogenen Ziele die Nutzer von sozialen Netzwerken verfolgen. Geht es eher darum, mit anderen in Kontakt zu treten und Verbindung herzustellen, sich um andere zu kümmern und stabile Beziehungen zu etablieren? Oder steht der Wettbewerb mit anderen im Vordergrund, der Wunsch besser als andere zu sein und vor anderen gut dazustehen? Welchen Einfluss haben diese beiden unterschiedlichen Ziele auf die Art und Weise, wie soziale Netzwerke genutzt werden, auf die Schaffung von sozialem Kapital und auf das psychologische Wohlbefinden der Nutzer? 188 Personen im Durchschnittsalter von 25 Jahren nahmen an einer Onlinebefragung teil, in der unter anderem generelle Orientierungen gegenüber anderen abgefragt wurden (z. B. unterstützend versus selbstbezogen). Die Schaffung von sozialem Kapital durch die Facebook-Nutzung wurde als Erweiterung von Offlinekontakten – erhaltene emotionale Unterstützung, Horizonterweiterung durch Information und Etablierung von Offline-Netzwerken – operationalisiert. Des Weiteren wurden die Tendenz zum sozialen Vergleich sowie das Ausmaß, in dem man Neid gegenüber anderen empfand, erfasst. Wie sich zeigte, hatten die Befragten im Schnitt über 500 Facebook-Freunde. Durchschnittlich wurde das Portal etwa 14-mal pro Tag besucht, die mittlere Nutzungsdauer lag bei 2,5 Stunden pro Tag. Nutzer, bei denen die sozialen/unterstützenden Motive stärker ausgeprägt waren, zeigten ein responsiveres Nutzungsverhalten, gingen also häufiger und intensiver auf die Posts und Kommentare von anderen ein. Dies wiederum korrelierte mit einem höheren sozialen Kapital. Personen, bei denen die selbstbezogenen Motive stärker ausgeprägt waren, agierten viel weniger responsiv und waren eher daran interessiert, Informationen über andere zu generieren, indem sie ein expliziteres Suchverhalten in Bezug auf andere Personen an den Tag legten. Bei diesen Personen waren auch die Tendenzen zu sozialem Vergleich und Neid deutlicher erkennbar als bei den Nutzern mit sozialen Motiven.

Interpersonale Ziele bzw. Orientierungen, das heißt die Frage, wie wichtig einem andere Menschen sind oder wie sehr man auf sich selbst konzentriert ist, haben einen Einfluss darauf, wie soziale Netzwerke genutzt werden und ob diese Nutzung zur Stärkung des sozialen Kapitals und letztendlich auch zum psychologischen Wohlbefinden beiträgt. In längerfristig angelegten Studien sollte geklärt werden, welche kausalen Zusammenhänge zwischen Zielen, Facebook-Nutzung und sozialem Kapital bestehen und wie wahrscheinlich sich selbst verstärkende Wirkungsmechanismen sind.

Tobin, Stephanie J./
Grace Chant/
Rhiannon Clay
**Interpersonal goals
as predictors of
Facebook use,
social capital,
and envy**
In: Cyberpsychology,
Behavior and Social
Networking 23,
4/2020, S. 257-263.
DOI: 10.1089/cyber.
2019.0446

Reinecke, Leonard/
Adrian Meier/
Stefan Aufenanger/
Manfred E. Beutel/
Michael Dreier/
Oliver Quiring/
Birgit Stark/
Klaus Wölfling/
Kai W. Müller

**Permanently online
and permanently
procrastinating?
The mediating role
of Internet use for
the effects of trait
procrastination
on psychological
health and well-
being**

In: *New Media &
Society* 20, 3/2018,
S. 862-880.
DOI: 10.1177/
1461444816675437

Die aktuelle Medienwelt bietet viele Gelegenheiten zur Prokrastination, also dem Aufschieben von anstehenden Aufgaben. Die ständige Verfügbarkeit von (unterhaltenden) Medienangeboten und Möglichkeiten der Kommunikation mit anderen sind unter anderem dazu geeignet, unangenehme Aufgaben auf einen späteren Zeitpunkt zu verschieben. Die Autoren untersuchten daher, wie die Tendenz zur Prokrastination und die Nutzung von Onlineangeboten zusammenhängen, und ob sich daraus möglicherweise negative Auswirkungen auf das Wohlbefinden der Nutzer ergeben. Dazu befragte man ein repräsentatives Sample von Personen über 14 Jahren in Deutschland (n=1 577; Durchschnittsalter: 42 Jahre). Erhoben wurden die individuelle Tendenz zur Prokrastination, wahrgenommener Stress, Ängstlichkeit und Depression, die Nutzung von freizeitorientierten Onlineangeboten (z.B. Social Media, Onlinevideos, Onlinespiele), die Kontrolle über die Internetnutzung sowie wahrgenommene negative Konsequenzen der Internetnutzung. Personen mit höherer Tendenz zur Prokrastination erlebten mehr Stress und zeigten gleichzeitig höhere Ausprägungen von Ängstlichkeit und Depression. Die Neigung zum Aufschieben anstehender Aufgaben ging einher mit der ausgedehnteren Nutzung von Onlineangeboten und einer geringeren Kontrolle dieser Nutzung. Dies führte in der Folge zur Wahrnehmung negativer Konsequenzen der Internetnutzung und einem geringeren psychologischen Wohlbefinden, das heißt, zu mehr Stress, Angst und Depression.

Prokrastination ist ein irrationales bzw. dysfunktionales Verhalten, bei dem die längerfristigen negativen Konsequenzen (schlechteres psychologisches Wohlbefinden) die kurzfristigen positiven Effekte (Vermeidung von unangenehmen Aufgaben) überwiegen. Es dient lediglich als kurzfristiger Aufheller der Stimmung. Die Studie zeigt, dass das Internet als „Vehikel“ für diesen Prozess genutzt wird, weil es offensichtlich die Bedürfnisse von Personen mit der Tendenz, unangenehme Aufgaben aufzuschieben, sehr gut bedient.

Inwieweit hat die Nutzung von sozialen Medien negative Auswirkungen auf Individuen und Gesellschaft? Angesichts der Aktualität öffentlicher Debatten zu dieser Frage sowie der Tatsache, dass die Befunde empirischer Studien zum Teil widersprüchlich sind, werteten die Autoren Metaanalysen aus und fokussierten dabei drei Themenbereiche: 1) Social-Media-Nutzung und psychologisches Wohlbefinden, 2) Effekte sozialer Medien auf die schulische Leistung und 3) den Zusammenhang zwischen der Nutzung von sozialen Medien und dem Persönlichkeitsmerkmal Narzissmus. Die vorhandenen Metaanalysen zeigten nur schwache Hinweise auf einen negativen Zusammenhang im Hinblick auf Einsamkeit, Selbstvertrauen, Lebenszufriedenheit und Depression (Varianzaufklärung unter 4%). Etwas deutlicher korrelierte die Nutzung sozialer Medien mit der positiven Bewertung eines spezifischen Körperbilds sowie mit der Wahrnehmung eines höheren Sozialkapitals (im Sinne von mehr Kontakten). Für die Annahme, dass die Nutzung von sozialen Medien mit verminderten Schulleistungen in Zusammenhang steht, zeigte sich nur sehr geringe Evidenz. Lediglich 1 Prozent der Varianz schulleistungsbezogener Variablen wurden durch die Nutzung von sozialen Medien erklärt. Zwischen dem Persönlichkeitsmerkmal Narzissmus und der Social-Media-Nutzung wurden in den Metaanalysen geringe bis moderate Zusammenhänge gefunden, das heißt, höhere Narzissmus-Werte gingen mit stärkerer Nutzung einher.

Metaanalysen sind eine gute Möglichkeit, die Aussagekraft der Forschung zu spezifischen Fragestellungen zu bewerten – insbesondere, wenn in der Literatur zum Teil widersprüchliche Ergebnisse zu finden sind. Sie zeigten in diesem Fall, dass die vermuteten Effekte der Social-Media-Nutzung insgesamt eher gering bis marginal ausfallen. Außerdem dokumentieren sie einerseits negative Zusammenhänge, die sich offensichtlich aus sozialen Vergleichsprozessen ergeben und das Wohlbefinden der Konsumenten einschränken können. Andererseits erhöht die Nutzung sozialer Medien das soziale Kapital und generiert auf diese Weise positive Effekte. Insgesamt – so die Autoren – sind es eher die psychologischen Voraussetzungen, die die Social-Media-Nutzung determinieren (userzentrierte Perspektive) als dass diese zu starken Veränderungen bei den Usern führt (medienzentrierte Perspektive).

Eine weitere Metaanalyse von Liu, Baumeister, Yang und Hu (2019) unterstützt diese Perspektive: Es kommt sehr darauf an, wie die Nutzer mit den angebotenen digitalen Möglichkeiten umgehen. Eine systematische Analyse von 125 Studien ergab, dass direkte Interaktion (z. B. Telefonie, SMS, Instant Messaging), aber auch aktive Teilnahme an Social-Media-Angeboten zu besserem psychologischen Wohlbefinden beiträgt, während nicht-interaktive

Appel, Markus/
Caroline Marker/
Timo Gnams
**Are social media
ruining our lives?
A review of meta-
analytic evidence**
In: *Review of General
Psychology* 24,
1/2020, S. 60-74.
DOI: 10.1177/
1089268019880891
Und:
Liu, Dong/
Roy F. Baumeister/
Chia-Chen Yang/
Baijing Hu
**Digital
communication
media use and
psychological
well-being:
A meta-analysis**
In: *Journal of
Computer-Mediated
Communication* 24,
5/2019, S. 259-273.
DOI: 10.1093/
jcmc/zmz013

Formen der Beschäftigung in der Onlinewelt (z. B. Gaming oder das ausschließliche Konsumieren von Social-Media-Inhalten) mit einem geringeren Wohlbefinden korreliert.

Castellacci, Fulvio/
Clara Viñas-Bardolet
**Internet use and
job satisfaction**

In: *Computers in Human
Behavior* 90, 1/2019,
S. 141-152.
DOI: 10.1016/
j.chb.2018.09.001

Die Digitalisierung hat die Arbeitswelt verändert, und das Internet ist in vielen Bereichen zum unverzichtbaren Werkzeug geworden. Es schafft neue Aufgaben und Tätigkeiten, ermöglicht Zugang zu Daten und Informationen, bedeutet vielfach Zeitersparnis und ermöglicht neue Formen der Kommunikation zwischen Mitarbeitern. In der vorliegenden Studie untersuchten die Autoren, ob die Nutzung des Internets zu höherer Zufriedenheit im Arbeitskontext führt. Sie analysierten dafür die Zusammenhänge der Onlinenutzung mit Einkommen, Bildung, Art der Beschäftigung, Autonomie, Zeitmanagement/Zeitdruck und sozialen Interaktionen. Grundlage für die Analyse waren Daten aus der Europäischen Erhebung über die Arbeitsbedingungen (EWCS: European Working Conditions Survey) der Jahre 2005 und 2010, in denen insgesamt 63 748 Beschäftigte über 16 Jahren mit Wohnsitz in einem EU-Land sowie der Schweiz und Norwegen befragt wurden. Erfasst wurden die generelle Arbeitszufriedenheit, die professionelle Internetnutzung sowie diverse Merkmale des Jobs (unter anderem Einkommen, Qualifikation, Autonomie). Zunächst zeigte sich, dass die vermehrte Internetnutzung im Beruf mit höherer Bildung sowie einem geringeren Alter und dem männlichen Geschlecht korrelierte. Es konnte kein direkter Effekt von Internetnutzung auf die Arbeitszufriedenheit nachgewiesen werden. Aber: Die Internetnutzung vermittelte die Wirkung von Job-Charakteristika auf die Zufriedenheit. Dabei spielten die subjektive Zufriedenheit mit dem Einkommen und die Jobsicherheit sowie Autonomie, angemessener Zeitdruck und gute (kommunikative) Beziehungen mit Kollegen bzw. Führungspersonen eine wichtige Rolle. Die positiven Effekte dieser Merkmale auf die Jobzufriedenheit waren umso stärker, je ausgeprägter die Nutzung des Internets im Kontext der professionellen Tätigkeit war. Zu Zeitersparnis führte die Internetnutzung nach Angaben der Befragten nicht.

Die Auswirkungen des Internet auf die Zufriedenheit im Job sind nach Ansicht der Autoren indirekt und ergeben sich aus der Interaktion mit wesentlichen Merkmalen der Arbeitsstelle, wie beispielsweise dem Einkommen oder der wahrgenommenen Autonomie der Mitarbeiter. Dies gilt allerdings vorwiegend für Beschäftigte, bei denen die erwähnten Merkmale ihrer Arbeitsstelle bereits zu hoher Zufriedenheit führen, also bei Personen mit guter Ausbildung, höherem Einkommen und in spezifischen Beschäftigungsverhältnissen (z. B. IT- oder Technologiebranche). Sie profitieren überproportional durch die Nutzung des Internets im Vergleich zu Beschäftigten mit geringerer Bildung und weniger gut bezahlten Jobs.

Weitere Literatur

Boer, Maartje et al.: Adolescents' intense and problematic social media use and their well-being in 29 countries. In: *The Journal of Adolescent Health* 66, 6/2020, S. 89-S. 99. DOI: 10.1016/j.jadohealth.2020.02.014

Döring, Nicola: Sozialkontakte online. Identitäten, Beziehungen, Gemeinschaften. In: Schweiger, Wolfgang/Klaus Beck (Hrsg.): *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden 2019, S. 167-194

Firth, Joseph et al.: The "online brain": How the Internet may be changing our cognition. *World Psychiatry: Official Journal of the World Psychiatric Association (WPA)* 18, 2/2019, S. 119-129. DOI: 10.1002/wps.20617

Hage, Eveline/Marjolein van Offenbeek/Albert Boonstra: New rules of engagement: How adaptation to online media changes older adults' social connectedness. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 25, 2/2020, S. 182-197. DOI: 10.1093/jcmc/zmz028

Hampton, Keith N.: Social media and change in psychological distress over time: The role of social causation. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 24, 5/2019, S. 205-222. DOI: 10.1093/jcmc/zmz010

Kaakinen, Markus/Anu Sirola/lina Savolainen/Atte Oksanen: Shared identity and shared information in social media: Development and validation of the identity bubble reinforcement scale. In: *Media Psychology* 23, 1/2020, S. 25-51. DOI: 10.1080/15213269.2018.1544910

Kim, Jungsu/SukJun Lee: An emerging online social network and disaster-induced collective stress. In: *Media Psychology* 23, 4/2020, S. 521-551. DOI: 10.1080/15213269.2019.1609989

Klobas, Jane E./Tanya J. McGill/Sedigheh Moghavvemi/Tanousha Paramanathan: Compulsive YouTube usage: A comparison of use motivation and personality effects. In: *Computers in Human Behavior* 87, 10/2018, S. 129-139. DOI: 10.1016/j.chb.2018.05.038

Kornfield, Rachel/Catalina L. Toma: When do online audiences amplify benefits of self-disclosure? The role of shared experience and anticipated interactivity. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 64, 2/2020, S. 277-297. DOI: 10.1080/08838151.2020.1757366

- Lee, Sang Yup/Kyungeun Jang: Antecedents of impression management motivations on social network sites and their link to social anxiety. In: *Media Psychology* 22, 6/2019, S. 890-904. DOI: 10.1080/15213269.2019.1580588
- Lyons, Minna/Ashleigh Messenger/Rebecca Perry/Gayle Brewer: The dark tetrad in tinder: Hook-up app for high psychopathy individuals, and a diverse utilitarian tool for Machiavellians? In: *Current Psychology*, published online: January 2020. DOI: 10.1007/s12144-019-00589-z
- Manuoglu, Elif/Ahmet Uysal: Motivation for different Facebook activities and well-being: A daily experience sampling study. In: *Psychology of Popular Media Culture*, online first publication, October 10th 2019. DOI: 10.1037/ppm0000262
- Marker, Caroline/Timo Gnambs/Markus Appel: Active on Facebook and failing at school? Meta-analytic findings on the relationship between online social networking activities and academic achievement. In: *Educational Psychological Review* 30, 3/2018, S. 651-677. DOI: 10.1007/s10648-017-9430-6
- Moor, Lily/Joel R. Anderson: A systematic literature review of the relationship between dark personality traits and antisocial online behaviours. In: *Personality and Individual Differences* 144, 7/2019, S. 40-55. DOI: 10.1016/j.paid.2019.02.027
- Orosz, Gábor et al.: The personality, motivational, and need-based background of problematic Tinder use. In: *Journal of Behavioral Addictions* 7, 2/2018, S. 301-316. DOI: 10.1556/2006.7.2018.21
- Peng, Tai-Quan/Jonathan J. H. Zhu: Mobile phone use as sequential processes: From discrete behaviors to sessions of behaviors and trajectories of sessions. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 25, 2/2020, S. 129-146. DOI: 10.1093/jcmc/zmz029
- Perks, Lisa Glebatis/Jacob S. Turner: Podcasts and productivity: A qualitative uses and gratifications study. In: *Mass Communication and Society* 22, 1/2019, S. 96-116. DOI: 10.1080/15205436.2018.1490434
- Reer, Felix/Wai Yen Tang/Thorsten Quandt: Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. In: *New Media & Society* 21, 7/2019, S. 1486-1505. DOI: 10.1177/1461444818823719
- Schaffer, Daniel R./Scott M. Debb: Assessing Instagram use across cultures: A confirmatory factor analysis. In: *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking* 23, 2/2020, S. 100-106. DOI: 10.1089/cyber.2019.0247
- Schweiger, Wolfgang/Klaus Beck (Hrsg.): *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 2019
- Sherlock, Mary/Danielle L. Wagstaff: Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. In: *Psychology of Popular Media Culture* 8, 4/2019, S. 482-490. DOI: 10.1037/ppm0000182
- Stangl, W. (2020): Stichwort: 'Dunkle Triade'. Online Lexikon für Psychologie und Pädagogik. Quelle: <https://lexikon.stangl.eu/26182/dunkle-triade/> (abgerufen am 5.8.2020).
- Tifferet, Sigal: Gender differences in social support on social network sites: A meta-analysis. In: *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking* 23, 4/2020, S. 199-209. DOI: 10.1089/cyber.2019.0516
- Twenge, Jean M.: More time on technology, less happiness? Associations between digital-media use and psychological well-being. In: *Current Directions in Psychological Science* 28, 4/2019, S. 372-379. DOI: 10.1177/0963721419838244
- Wang, Xinghua: Mobile SNS addiction as a learned behavior: A perspective from learning theory. In: *Media Psychology* 23, 4/2020, S. 461-492. DOI: 10.1080/15213269.2019.1605912
- Zhao, Gai et al.: Internet use influences self-related process: Evidence from behavior and ERPs. In: *Frontiers in Psychology* 9/2018, Article 2597. DOI: 10.3389/fpsyg.2018.02597