Jugend in einer virtuellen Welt

Soziale Medien und warum sie so süchtig machen

von Yves Seematter

S17528464

Eingereicht bei: Dr. Prof. Daniel Oberholzer

Bachelor-Thesis an der Hochschule für Soziale Arbeit, Fachhochschule Nordwestschweiz, Muttenz

Vorgelegt im Juli/2020 zum Erwerb des Bachelor of Arts in Sozialer Arbeit
Abstract

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG .................................................................................................................... 1

2. SOZIALE MEDIEN ....................................................................................................... 4
   2.1 BEGRIFFLICHE ANNÄHERUNG ............................................................................. 4
   2.2 KLASSEISCHE MEDIEN UND SOZIALE MEDIEN IM VERGLEICH ...................... 5
   2.3 ENTWICKLUNG ...................................................................................................... 6
   2.4 DER AUFSCHWUNG DES SMARTPHONES ......................................................... 7
   2.5 MEDIENABHÄNGIGKEIT ...................................................................................... 8
   2.6 ZWISCHENERGEBNISSE ....................................................................................... 9

3. WENN HANDLUNGEN ZUR SUCHT WERDEN............................................................. 10
   3.1 VERHALTENSSUCHT ............................................................................................... 10
   3.2 NEUROBIOLOGISCHE ENTSTEHUNG EINER VERHALTENSSUCHT ................. 12
   3.3 AKTUELLER FORSCHUNGSSTAND SUCHTARTIGEN VERHALTENS AUF SNS ... 13
   3.4 ZWISCHENERGEBNISSE ....................................................................................... 14

4. BEHAVIOR-MODELL .................................................................................................... 15
   4.1 DIE DREI ELEMENTE DES VERHALTENS .............................................................. 15
      4.1.1 Motivation ...................................................................................................... 17
      4.1.2 Fähigkeit ........................................................................................................ 17
      4.1.3 Auslöser ......................................................................................................... 18
   4.2 EMOTIONEN .......................................................................................................... 19
   4.3 PRAXISBEISPIEL ................................................................................................... 19
      4.3.1 Instagram ....................................................................................................... 20
      4.3.2 Anwendung des Modells .............................................................................. 21
   4.4 KRITIK AM MODELL ........................................................................................... 24
   4.5 ZWISCHENERGEBNISSE ....................................................................................... 25

5. JUGEND UND MEDIEN .................................................................................................. 26
   5.1 DIGITAL NATIVES ODER GENERATION Z? ......................................................... 26
   5.2 ADOLESENZ .......................................................................................................... 27
   5.3 MEDIENNUTZUNG UND VERFÜGBARKEIT ........................................................ 28
   5.4 JUGEND ALS RISIKOGRUPPE .......................................................................... 29
   5.5 ZWISCHENERGEBNISSE ....................................................................................... 30

6. DIE THEORIE DES SOZIALEN VERGLEICHS ............................................................... 31
   6.1 DEFINITION .......................................................................................................... 31
   6.2 DIE VERGLEICHSRICHTUNGEN .......................................................................... 31
      6.2.1 Horizontalvergleich ....................................................................................... 32
      6.2.2 Aufwärtsvergleich ....................................................................................... 32
      6.2.3 Abwärtsvergleich ....................................................................................... 32
   6.3 ASSIMILATION ODER KONTRASTEFFEKT: IT DEPENDS! .................................... 33
   6.4 DER SOZIALE VERGLEICH AUF SOCIAL MEDIA .............................................. 34
   6.5 ZWISCHENERGEBNISSE ....................................................................................... 37

7. AUSWIRKUNGEN ......................................................................................................... 38
   7.1 SOZIALE PROBLEME ........................................................................................... 38
   7.2 KÖRPERLICHE PROBLEME .................................................................................. 39
   7.3 PSYCHISCHE PROBLEME .................................................................................... 40
   7.4 SOCIAL MEDIA ALS CHANCE .............................................................................. 41
   7.5 ZWISCHENERGEBNISSE ....................................................................................... 42

8. SCHLUSSFOLGERUNG .................................................................................................. 43

9. QUELLENVERZEICHNIS ................................................................................................. 48

ERKLÄRUNG DES STUDIERENDEN ZUR BACHELOR-THESIS ........................................ 56
1. Einleitung

Die Menschheit hat im Verlaufe der Geschichte schon viele Kulturtechniken entwickelt und verfeinert. Unter die wichtigsten Erfindungen fallen beispielsweise die Sprache, die Musik, die Schrift, Fortschritte in der Mobilität (z.B. Motoren, Autos, Strassen), der Computer, das Internet und die Mobiltelefonie. Die Entwicklung der letzteren zwei hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen. Im wissenschaftlichen Dialog sowie in der medialen Berichterstattung wird die Veränderung des Internets und dessen Allgegenwertigkeit ausführlich diskutiert, wobei die Neuerungen auf kontroverse Haltungen bezüglich der Auswirkungen der neuen Medien auf die Allgemeinheit und das Individuum stösst. Zweifellos scheinen sich jedoch alle darüber einig, dass sich die Ausbreitung und Dimension der Internetnutzung mit beispielloser Geschwindigkeit vollzogen hat und dabei einerseits Chancen, andererseits aber auch Gefahren bzw. Herausforderungen mit sich bringt.


Die oben aufgeführten Überlegungen führen zu folgender Zielsetzung:

Ziel der Arbeit ist es, die exzessive Nutzung sozialer Medien bei Jugendlichen anhand der oben ausgewählten Theorien zu erklären.

2. Soziale Medien

Um das Phänomen der sozialen Medien als Gegenstand dieser Untersuchung zu konkretisieren, wird diese Medienart und ihre Entwicklung im nächsten Kapitel dargestellt.

2.1 Begriffliche Annäherung


Die Nutzerinnen und Nutzer tauschen sich dabei über Privates aus, sagen ihre Meinung, schildern Erfahrungen, üben Kritik oder geben Empfehlungen. Die Kommunikation verhält sich dabei oft direkt und kritisch, nicht selten auch in polemischer Form (vgl. ebd.).

2.2 klassische Medien und soziale Medien im Vergleich


Bei klassischen Medien handelt es sich um konventionelle Medien, die entweder auf analogen Systemen wie z.B. Papier (Zeitungen) basieren, oder elektrischen Systemen (Radio und Fernsehen). Bei digitalen Datenträgern oder -speichern der elektronischen Systeme wird von modernen Medien bzw. digitalen Medien gesprochen. Bei der Nutzung von Social Media handelt es sich um digitale Medien (vgl. ebd.: 19). Die sozialen Medien können durch folgende Eigenschaften von klassischen Medien unterschieden werden:


2.3 Entwicklung


2.4 Der Aufstieg des Smartphones


2.5 Medienabhängigkeit

2.6 Zwischenergebnisse


3. Wenn Handlungen zur Sucht werden

In den bisherigen Kapiteln wurde vom Autor der Begriff Verhaltenssucht bzw. problematisches Nutzungsverhalten mehrmals aufgegriffen. Im Folgenden soll geklärt werden, was die aktuelle Forschung zum Thema Verhaltenssucht aussagt und inwieweit ein problematisches Nutzungsverhalten von Social Media damit zusammenhängt.

3.1 Verhaltenssucht


Bei der Definition der Verhaltenssucht gibt es unterschiedliche Sichtweisen. Ein Wissenschaftler beispielsweise liess eine Abhandlung schreiben, die zwischen zwei Formen
der Leidenschaft unterscheidet. Die harmonische Leidenschaft zeichnet sich durch gesunde
Aktivitäten aus, welche ohne grossen Zwang durchgeführt werden können. Das Individuum
kann über Anfang und Ende der Aktivität frei entscheiden und fühlt sich nicht gezwungen, der
Tätigkeit nachzugehen. Die Aktivitäten nehmen einen wichtigen, aber keinen überragenden
Raum in der Identität des Individuums ein und vertragen sich mit anderen Bereichen der
Lebenswelt der Person (vgl. Alter 2018: 28 ff.).
Im Gegensatz dazu stehen obsessive Leidenschaften, welche als ungesund und manchmal sogar
gefährlich beschrieben werden. Wenn das Individuum von einem Verlangen getrieben wird,
das über reinen Genuss hinausgeht, ist die Anwesenheit einer Verhaltenssucht naheliegend. Da
die Investition in diese eine Aktivität von der betroffenen Person nicht kontrolliert werden kann,
nimmt sie in der Identität der Person einen unverhältnismässigen Raum ein, wodurch andere
Aktivitäten im Leben der Person in den Hintergrund rücken (vgl. ebd.). Dies kann die
Jugendliche sein, welche die ganze Nacht auf SNS verbringt, statt zu schlafen oder ihre
Hausaufgaben zu machen. Oder es betrifft den Läufer, der früher aus Lust und Laune laufen
ging und sich nun dazu zwingt, jeden Tag eine bestimmte Anzahl an Kilometer mit einer
gesetzten Durchschnittsgeschwindigkeit zu joggen. Er wird erst aufhören, wenn er flach auf
dem Boden liegt, unfähig auch nur einen weiteren Schritt zu gehen, weil sein Wohlbefinden
auf Gedeih und Verderb zu absolvierenden Läufen verbunden ist. Obsessive Leidenschaften zermartern das Gehirn, während harmonische
Leidenschaften als gesund gelten und Lebensqualität versprechen (vgl. ebd.).
Gross (2016: 82) sieht in der Verhaltenssucht exzessives Verhalten, das als effektives Mittel
zur Stressbewältigung eingesetzt wird. Es dient somit der Selbstmediation und soll das Leben
erträglicher machen, indem es eine Strategie darstellt, es sich gut gehen zu lassen und
Belohnungen zu generieren. In ihrer Struktur ähneln Verhaltenssüchte daher sehr den
stoffgebundenen Süchten.
Dreier, Wölfling, Beutel und Müller (2015: 200) charakterisieren eine Verhaltenssucht anhand
von fünf Faktoren:
• Eine beständige Zunahme der Nutzungsdauer sowie -frequenz, bis ein exzessives
  Ausmass erreicht ist
• Kontrollverlust über den Umfang der Nutzung
• Alternative (angenehme) Bestätigungen verlieren an Bedeutung
• Das Verhalten übernimmt eine dominierende gedankliche Vereinnahmung
• Damit verbundene negative Folgeerscheinungen werden in Kauf genommen

3.2 Neurobiologische Entstehung einer Verhaltenssucht


3.3 aktueller Forschungsstand suchtartigen Verhaltens auf SNS


3.4 Zwischenergebnisse

4. Behavior-Modell

Was Social Media so unwiderstehlich und populär macht und welche Vorgänge dahinterstecken, soll anhand des Behavior-Modells illustriert werden. In einem nächsten Schritt werden deshalb die Grundannahmen der Theorie kurz aufgezeigt und im Anschluss die relevanten Aspekte exemplarisch anhand der App Instagram dargestellt.


4.1 Die drei Elemente des Verhaltens


Zur Verdeutlichung wird das Modell anhand eines Beispiels dargestellt:

**Situation:** Ein Jugendlicher verbringt am Morgen viel Zeit mit dem Handy, obwohl er sich eigentlich für die Schule bereitmachen sollte.

**Verhalten:** Nachdem der Wecker des Handys klingelt, wechselt der Jugendliche zu Instagram und durchstöbert die neusten Posts (Mitteilungen).
**Motivation (M):** Das Durchstöbern der Posts erfüllt den Jugendlichen kurzzeitig mit einem Gefühl der Genugtuung.

**Ability (A):** Das Handy befindet sich in Griffnähe und ist für den Jugendlichen einfach zu bedienen.

**Prompt (P):** Der Wecker des Handys fungiert in dieser Situation als Auslöser.

Ist eines der drei Elemente in dieser Konstellation abwesend, so ist die Wahrscheinlichkeit, dass der Jugendliche dieses Verhalten zeigt, gering (vgl. ebd.: 32). Der Fall kann insofern eintreten, als dass beispielsweise keine Motivation des Jugendlichen besteht, sich die neusten Posts seiner Freunde anzusehen. Eine andere Möglichkeit besteht darin, dass das Handy nicht in Griffnähe, sondern in einem anderen Raum befindet und somit der Zugang erschwert wird. Als drittes Beispiel könnte die Abwesenheit des Weckers auf dem Handy als fehlender Auslöser das Verhalten unterdrücken.

Fogg spricht dabei oft auch vom Schema B=MAP, welches das obige Beispiel in Kürze zusammenfasst.

Die folgende Darstellung soll zur Nachvollziehbarkeit des Modells dienen.

Abb. 1: Action Line (in: Fogg 2019: 38)

Im Allgemeinen lässt sich aus der Grafik herauslesen, dass die sogenannte Action Line als Indikator dient, ob ein Verhalten eher ausgeführt wird oder nicht. Befindet sich der Punkt oberhalb der Linie bzw. sind Motivation und Fähigkeit entsprechend hoch, so ist das Eintreten der Handlung automatisch höher. Motivation und Fähigkeit werden im Modell als eine Art Team beschrieben, weil sie in einer ständigen Beziehung zueinanderstehen. «The amount you have of one affects the amount you need of the other.» (Fogg 2019: 43) Das Verhältnis der beiden zu verstehen ist essenziell und eröffnet neue Wege bei der Analyse und dem Formen von Verhalten.

4.1.1 Motivation

Nach Fogg wird Motivation als eine eher unverlässliche Komponente der drei Elemente beschrieben. Gleichzeitig wird ihr seiner Meinung nach zu viel Aufmerksamkeit gewidmet, wenn es darum geht, das eigene Verhalten zu ändern. «Most people think motivation is the true engine of behavior change (…) this kind of thinking is understandable, but it also happens to be wrong.» (Fogg 2019: 64) Motivation wird als Wunsch, ein bestimmtes Verhalten auszuüben, verstanden. Fogg wendet sich vom klassischen Gedanken der intrinsischen und extrinsischen Motivation ab und fokussiert sich auf drei Quellen. Als erstes sieht er die Motivation, welche von der Person selbst ausgeht. Beispielsweise ist der Anspruch, attraktiv aussehen zu wollen, in vielen Menschen tief verankert. Motivation kann aber auch daherkommen, dass ein Verhalten mit einer Belohnung oder Bestrafung assoziiert wird. Fogg bringt das Beispiel, nach welchem wenige morgens aufstehen und sich freuen, ihre Steuern bezahlen zu dürfen. Sanktionen, die ein Nichtbezahlen mit sich bringen, fungieren hier als Motivation. Die dritte Motivationsquelle sieht Fogg im Situationskontext. Angenommen es findet eine Auktion mit Wohltätigkeitshintergrund statt. Ist die Spende für einen guten Zweck und ist der Auktionator sowie die Gemeinschaft gut gelaunt und heiter, erhöht dies die Motivation, mehr Geld für ein sonst mittelwertiges Gemälde zu bezahlen (vgl. ebd.: 65). Im Endeffekt können aber auch mehrere Beweggründe für eine Handlung vorliegen. Klar ist aber, dass die Motivation jederzeit anwesend ist und mitentscheidet, ob sich das Verhalten unterhalb oder oberhalb der Action Line befindet.

4.1.2 Fähigkeit

„Easy does it‘ oder mit anderen Worten ‚weniger ist mehr’ wird im Zusammenhang mit der eigenen Fähigkeit gross geschrieben. «Most people operate under the assumption that they’

Laut Fogg kann mit einer Modifizierung bzw. einem vereinfachten Zugang praktisch jedes Verhalten verändert werden. Das Ziel besteht darin, den Einfluss der Motivation auf das Verhalten zu verringern, da diese unberechenbar und unverlässlich ist (vgl. ebd.: 112). Wie in Kapitel 4.1 erwähnt, benötigt ein Mensch weniger Motivation, wenn das entsprechende Verhalten einfacher zu bewältigen ist. Im Gegensatz zur Motivation zeigt sich die Fähigkeit als ein verlässliches und stabiles Element, weshalb es sich am ehesten für allfällige Anpassungen eignet.

4.1.3 Auslöser
4.2 Emotionen


4.3 Praxisbeispiel

4.3.1 Instagram


Anders als bei Facebook können bei Instagram nur Fotos und Videos geteilt werden, was bedeutet, dass sich der Inhalt rein auf das Optische fokussiert. Aufgrund der auffallend vielen

Gepostete Bilder bringen mehrere Funktionen mit sich. Sie können geliked, geteilt oder kommentiert werden. Mit der sogenannten Markier-Funktion können andere Personen auf dem Bild oder in den Kommentaren markiert werden. Bei der Ausführung solcher Funktionen wird die Person, die im Beitrag markiert wurde, mit einer Nachricht informiert (vgl. ebd.).


4.3.2 Anwendung des Modells

Wie im Kapitel 4.1 bereits dargestellt wurde, benötigt es laut Fogg für die Entstehung eines Verhaltens drei Elemente. Folglich veranschaulicht der Autor die einzelnen Elemente und ihre Verbindung zu Instagram.


Funktion bildet aus Sicht der Entwickler ein wichtiger Bestandteil, wenn es darum geht, Benutzerinnen und Benutzer über den aktuellen Stand ihrer App auf dem Laufenden zu halten. Mit jeder Benachrichtigung wird somit an die Existenz der App erinnert und mit der Aufforderung, sich die Story oder das neueste Foto von Freunden und Bekannten anzusehen, zur Nutzung der entsprechenden SNS animiert (vgl. ebd.).


Eine vierte und überaus wirkungsvolle Geheimwaffe der App drückt sich in deren Art und Weise aus, wie sie sich präsentiert und den Nutzenden bei deren Anwendung das Gefühl von Errungenschaft verleiht. Instagram stellt eine Vielzahl an Filtern zur Verfügung, womit sich Benutzerinnen und Benutzer ihr eigenes, professionelles Foto zusammenstellen können (vgl. Kapitel 4.3.1). Instagram bietet ausserdem die Funktion an, hochgeladenen Bilder zu kommentieren und zu liken sowie andere Personen darin zu markieren (vgl. ebd.). Fogg stellte in seinen Forschungsarbeiten fest, dass das Element der Emotion einen zentralen Beitrag leistet, wenn es darum geht, ob ein Verhalten regelmässig ausgeführt wird oder nicht (vgl. Kapitel 4.2). In seiner Argumentation spricht er vom Neurotransmitter Dopamin, welcher im Zusammenhang mit guten Gefühlen steht und das Gehirn stets daran zu erinnern hilft, woher

4.4 Kritik am Modell

weisen auf eine Welle hin, die zwar nicht unbedingt intendiert war, jedoch zweifellos durch Foggs Forschungen ausgelöst wurde. Der Wissenschaftler stand vor einer Schnittstelle zwischen Computerwissenschaft und Psychologie, was er als captology (Computer as Persuasive Technologies) bezeichnete. Aus captology wurde später behaviour design, was heutzutage in das Leben eines jeden Menschen implementiert ist. E-Mails die einen dazu bewegen, etwas zu kaufen, Aufmerksamkeit fordernde Apps und sonstige SNS, die von einer Entscheidung in die nächste verführen. Alle sind sie einzig dazu entwickelt worden, dass menschliche Gehirn zu entschlüsseln und aus dessen Instinkte den höchsten Gewinn zu ziehen. Rashid und Kenner äußern sich besorgt, denn die verwendeten Techniken sind manipulativ gestaltet und mit jeder Verbesserung weniger gut erkennbar (vgl. ebd.: 97). Fogg selbst distanziert sich von solchen Vorwürfen wie folgt: «(...) when you uncover a universal principle, it has the potential to be used for good or evil. You can use the principles of basic chemistry to create fertilizer and life-saving medicines or you can use those same principles to make chemical weapons.» (Fogg 2019: 393)

4.5 Zwischenergebnisse

5. Jugend und Medien


5.1 Digital Natives oder Generation Z?


5.2 Adoleszenz


- Akzeptanz der eigenen körperlichen Erscheinung und Nutzung des Körpers
- Erwerb der weiblichen bzw. männlichen Rolle
• Erwerb neuer und reiferer Beziehungen zu Altersgenossen beider Geschlechter
• Lockerung, Ablösung und Erlangen emotionaler Unabhängigkeit von den Eltern und anderen Erwachsenen und Hinwendung zur Peergroup
• Qualifikationsbezogene Vorbereitung auf die berufliche Karriere
• Vorbereitung auf Heirat und Familienleben
• Gewinn von sozial verantwortungsvollem Verhalten
• Aufbau eines Wertsystems und eines ethischen Bewusstseins als Verhaltensmassstab

5.3 Mediennutzung und Verfügbarkeit


5.4 Jugend als Risikogruppe


5.5 Zwischenergebnisse


Aufgrund der hohen Nutzerzahlen auf SNS kann vermutet werden, dass die drei Elemente des Behavior-Modells, welche bei Apps wie Instagram zweifellos implementiert wurden, eine besondere Wirkung auf Jugendliche haben. Neben dem Behavior-Modell gibt es aber auch andere Theorien, die Hinweise dafür liefern, warum Jugendliche sich zu sozialen Medien hingezogen fühlen.
6. Die Theorie des sozialen Vergleichs


6.1 Definition


6.2 Die Vergleichsrichtungen

sich selbständig eingeschätzt wird. Wenn der Vergleich aus einem Motiv heraus entsteht, werden bereits zu Beginn gewisse Folgen angestrebt (vgl. Peter 2016: 41).

6.2.1 Horizontalvergleich

6.2.2 Aufwärtsvergleich

6.2.3 Abwärtsvergleich
Bedürfnis nach Selbstwertschutz erhöhte. Gleichzeitig wurden auch sehr unähnliche Vergleichspersonen herbeigezogen, worunter die Aussagekraft in erster Linie zwar leidet, die Selbstwerterhöhung jedoch nichts desto trotz gewährleistet sein sollte (vgl. ebd.).

**6.3 Assimilation oder Kontrasteffekt: it depends!**

How do such social comparisons influence the way people see themselves? Will they feel richer, smarter, and braver when confronted with sport-utility-vehicle-driving neighbors, prospective Ivy League students, and daring youngsters? Or will such exposures shed doubt on their own qualities? Social comparison research provides a clear answer to these questions: It depends. (Mussweiler/Rüter/Epstude 2004: 832)

Mussweiler identifizierte zwei Faktoren, die einen Einfluss auf die Vergleichsfolgen haben: Einerseits ist die Ähnlichkeit zur Vergleichsperson ausschlaggebend, andererseits spielt die Erreichbarkeit des Standards eine Rolle.

Wird der Vergleichsstandard als ähnlich oder unähnlich wahrgenommen, so kann dies zu einer Annäherung oder Entfernung dessen führen. Beim Fokus auf die Ähnlichkeit kommt es zu einer Assimilation. Zum Beispiel erfährt dadurch das fokussierte Merkmal des Selbst bei einem Aufwärtsvergleich eine positive Einschätzung. Tritt jedoch der Fall auf, dass sich das Individuum hinsichtlich des interessierenden Attributs zur Vergleichsperson unähnlich fühlt und die Unterschiede fokussiert, kommt es zu einem Kontrasteffekt - Die Distanz zwischen dem jeweiligen Merkmal und der Vergleichsperson erscheint grösser. Je ähnlicher die Vergleichsperson also vom Individuum wahrgenommen wird, desto eher findet eine Assimilation statt. Weist die Vergleichsperson dagegen Unähnlichkeiten auf, ist die Wahrscheinlichkeit eines Kontrasteffekts höher (vgl. ebd.: 833).

Weiter ist das Auftreten eines Assimilations- oder Kontrasteffekts abhängig davon, wie die Erreichbarkeit des Vergleichsstandards wahrgenommen wird. Wird eine Vergleichsperson hinsichtlich der interessierenden Dimension höher eingeschätzt, kann dies inspirieren oder motivieren, wenn sich Betroffene die zukünftige Erreichung des Standards zutrauen. Wenn die sich vergleichende Person jedoch annimmt, die begehrten Ziele nicht erreichen zu können, bleiben die positiven Gefühle weg. Die Unerreichbarkeit hat in diesem Fall einen Kontrasteffekt zur Folge. Je grösser die Distanz zur Vergleichsperson vorliegt und die Erreichung des Niveaus von der betroffenen Person als unwahrscheinlich eingeschätzt wird, desto eher zeigt sich ein Kontrasteffekt. Wird der Standard hingegen als angemessen erlebt und dessen Erreichbarkeit
als möglich eingestuft, ist das Resultieren des Vergleichs in eine Assimilation wahrscheinlicher (vgl. ebd.).

6.4 Der soziale Vergleich auf Social Media

Im Folgenden werden nun anhand der Theorie des sozialen Vergleichs weitere Erklärungen dazu geliefert, was Jugendliche an den sozialen Netzwerken so fasziniert. Soziale Medien, bei denen Bildinhalte im Mittelpunkt stehen, sind im Zusammenhang mit sozialen Vergleichen besonders relevant. Daher wird weiterhin das Beispiel Instagram verwendet, da es sich dementsprechend eignet.


Wie in Kapitel 4.3.1 aufgeführt werden bei Instagram, anders als beispielsweise bei Facebook, ausschliesslich Bilder und Videos geteilt und erinnern nahezu an ein digitales Poesiealbum. Die Bearbeitung der Fotos verläuft über ein riesiges Angebot an Filtern und Werkzeuge. Instagram funktioniert dadurch, dass publizierte Inhalte von den einzelnen Nutzenden erstellt und diese Beiträge dann von anderen Usern kommentiert und geliket werden. Im besten Falle wird der Person schliesslich auch gefolgt.


Die verschiedenen Arten der Interaktion auf Instagram zeigen sich wie bereits mehrmals erläutert in Form von Kommentaren, Likes, Markierungen und Folgen. Erhält ein hochgeladenes Bild einen Like oder einen Kommentar, so wird dies direkt unter dem entsprechenden Beitrag angezeigt. Die Anzahl Follower dagegen finden sich mit einem Klick auf das persönliche Profil. Da auf Instagram auffallend viele schöne Menschen, Landschaften und Situationen gepostet werden, ist die App auch unter der Bezeichnung «positive Plattform» bekannt (vgl. Kapitel 4.3.1).


6.5 Zwischenergebnisse


Die permanente Nutzung sozialer Netzwerke, sei das aufgrund der Suche nach Glücksgefühlen oder sozialer Vergleichsprozesse, bringt vielseitige Konsequenzen mit sich. Auf die soll im nächsten Kapitel näher eingegangen werden.
7. Auswirkungen


Das ständige Aktivsein und die permanente Verbundenheit mit dem Internet, auch im Kontext von Social Media, bringt laut der DAK (2017: 37) Probleme auf drei unterschiedlichen Ebenen mit sich

7.1 Soziale Probleme


7.2 Körpliche Probleme


### 7.3 Psychische Probleme


Psychische Belastungen können auch aufgrund des ständigen sozialen Vergleichs entstehen, denn dieser ist auf Social Media allgegenwärtig. Wird z.B. im Sinne des Aufwärtsvergleichs

7.4 Social Media als Chance

Neben den zahlreichen Risiken und Gefahren haben die technologischen Fortschritte aber auch ganz klar Möglichkeiten geschaffen, die zuvor noch undenkbar gewesen wären. «Technologie ist weder moralisch gut noch böse, solange sie nicht von Unternehmen vereinnahmt wird, die sie für den Massenkonsum umformen. Apps und Internetplattformen können so gestaltet werden, dass sie reichhaltige soziale Verbindungen fördern», meint Alter (2018: 16). Braun et al. (2018: 150f.) argumentieren ähnlich und sehen Jugendliche nicht nur als passive Rezipienten der Medien, sondern auch als aktiv Teilnehmende. Seit dem Web 2.0 bieten sich somit nie dagewesene Interaktionsmöglichkeiten, welche drei zentrale Entwicklungsaufgaben beeinflussen:


Nebst der bekannten Problematik der Pornographie-Industrie kann das Internet aber auch zur Ermittlung der eigenen Sexualität unterstützend genutzt werden. Gerade auf beispielsweise
Facebook oder Instagram werden häufig (v.a. bei Mädchen) Geschlechterrollen dargestellt. Auf Social Media ist eine grosse Diversität zu finden, der Kontakt zu (Sub-)Gruppen und eine damit einhergehende vertiefte Exploration wird möglich (vgl. ebd: 152.). Die obigen Erkenntnisse lassen sich so zusammenfassen, dass die sozialen Netzwerke die Bewältigung der Entwicklungsaufgaben der Jugend zwar nicht einer grundsätzlichen Veränderung unterziehen, es durch diese aber mehr Möglichkeiten zur Exploration gibt und sich soziale Kontakte ins Internet verlagern (vgl. ebd.).

7.5 Zwischenergebnisse

8. Schlussfolgerung


In diesem Zusammenhang liefert die Theorie des sozialen Vergleichs einen weiteren Einblick, warum SNS bei Jugendlichen einen so hohen Stellenwert erreichen. Eine Grundannahme der Theorie ist es, dass der Mensch ständig seine eigene Meinung und Fähigkeiten überprüft. Dazu vergleicht er sich mit Personen mit ähnlichen Verhältnissen aus dem alltäglichen Leben, was als Horizontalvergleich bezeichnet wird. Die daraus gewonnen Informationen helfen dem Individuum zur Orientierung, wie es sich in einer bestimmten sozialen Situation zu verhalten hat. SNS bieten den Jugendlichen aufgrund der Erstellung persönlicher Profile einerseits die Möglichkeit zur Selbstdarstellung und andererseits Raum für unzählige Vergleichsmöglichkeiten mit Personen aus dem Alltag. Eine weitere Annahme sozialer


In Bezug auf die Zielsetzung können folgende Aussagen gemacht werden:


In Kapitel 7.4 wurde angesprochen, dass Technologien an sich weder als moralisch gut noch schlecht eingestuft werden können. Da der Fokus bei SNS auf der Kommunikation liegt, ergeben sich hier auch Chancen für die Professionellen der sozialen Arbeit. Soziale Netzwerke wie Instagram oder Facebook können beispielsweise in der Jugendhilfe als Kontaktmöglichkeit zu den Jugendlichen dienen.


9. Quellenverzeichnis


