



# Alle meine Freunde sind besser als ich!

Auswirkungen sozialer  
Mediennutzung auf den Selbstwert  
und Depressionen in Abhängigkeit  
von sozialen Vergleichen

Dr. Phillip Ozimek

Nachwuchsprofessur „Sozial- und Medienpsychologie“

Hüfferstraße 27  
D-48149 Münster

fon +49 (0)251.83 65803

phillip.ozimek@fh-muenster.de  
www.fh-muenster.de

**Digitale  
Versklavung?!**

Generationen zwischen Euphorie  
und Abhängigkeit

praeventions  
kongress '19

# Was sind soziale Medien?

---

„Soziale Medien dienen der – häufig profilbasierten – Vernetzung von Benutzern und deren Kommunikation und Kooperation über das Internet“, *Gabler Wirtschaftslexikon*

„Internetanwendungen, die der Zusammenarbeit und dem Austausch dienen. Nutzer stellen ihre Inhalte ins Netz. Diese Inhalte können gemeinsam mit anderen weiterentwickelt werden. Einen wesentlichen Bestandteil bildet zudem der Austausch der Nutzenden untereinander bei diesem Prozess.“, *Hans-Böckler-Stiftung*

„Gesamtheit der digitalen Technologien und Medien wie Weblogs, Wikis, soziale Netzwerke u. Ä., über die Nutzerinnen und Nutzer miteinander kommunizieren und Inhalte austauschen können“,

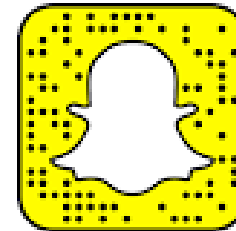
*Duden*

# Was haben diese Definitionen gemeinsam?

---

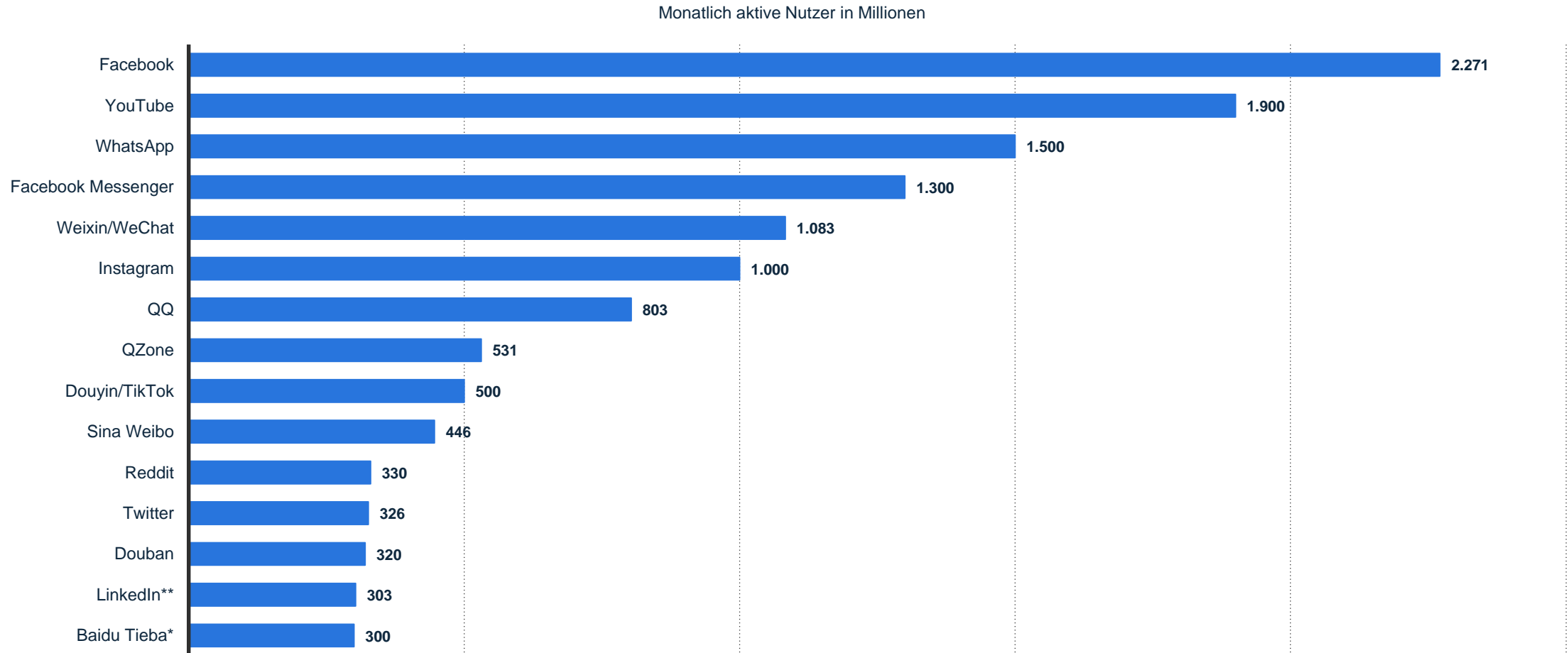
- Online-basierte, zwischenmenschliche Kommunikation
- Austausch und Mitgestaltung der Internetseiten (Web 2.0)

# Welche sozialen Medien gibt es?

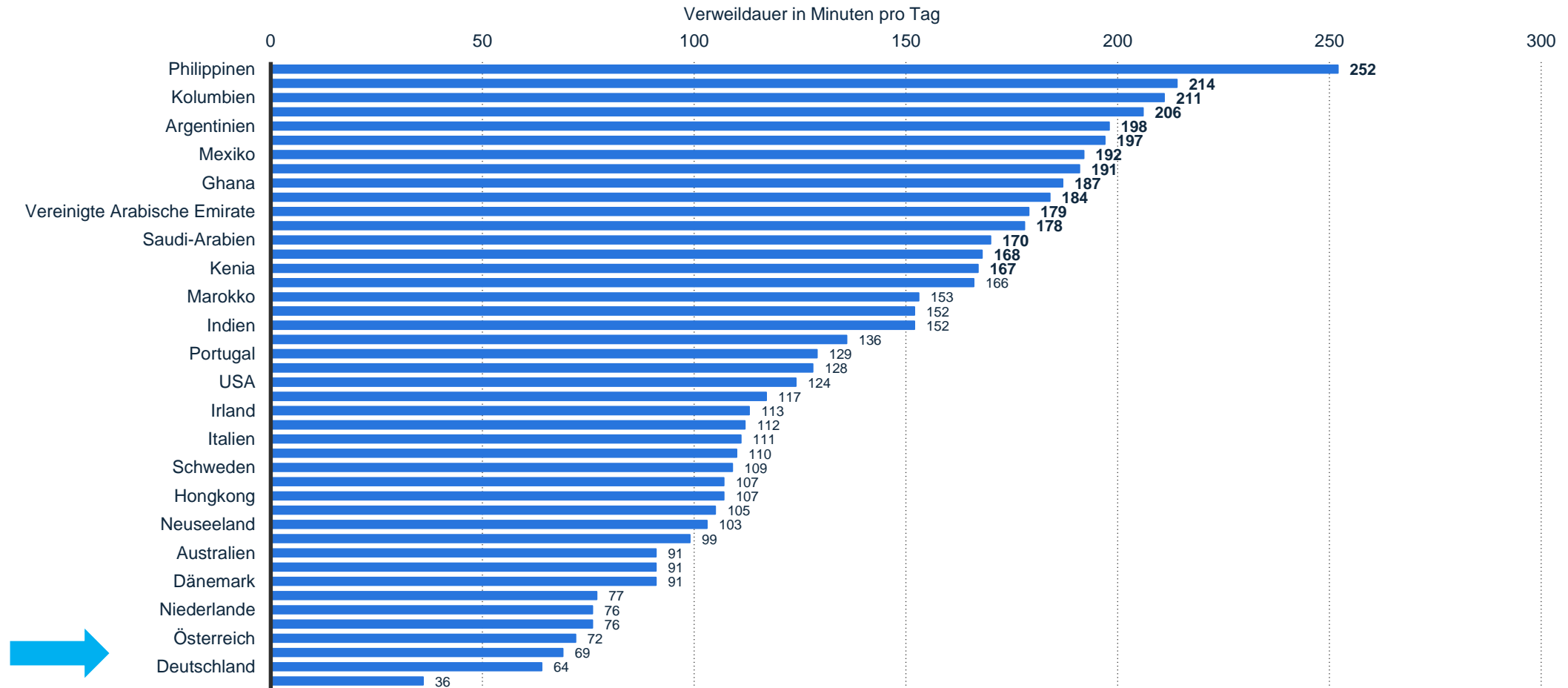




# Social Networks mit den meisten Nutzern weltweit 2019



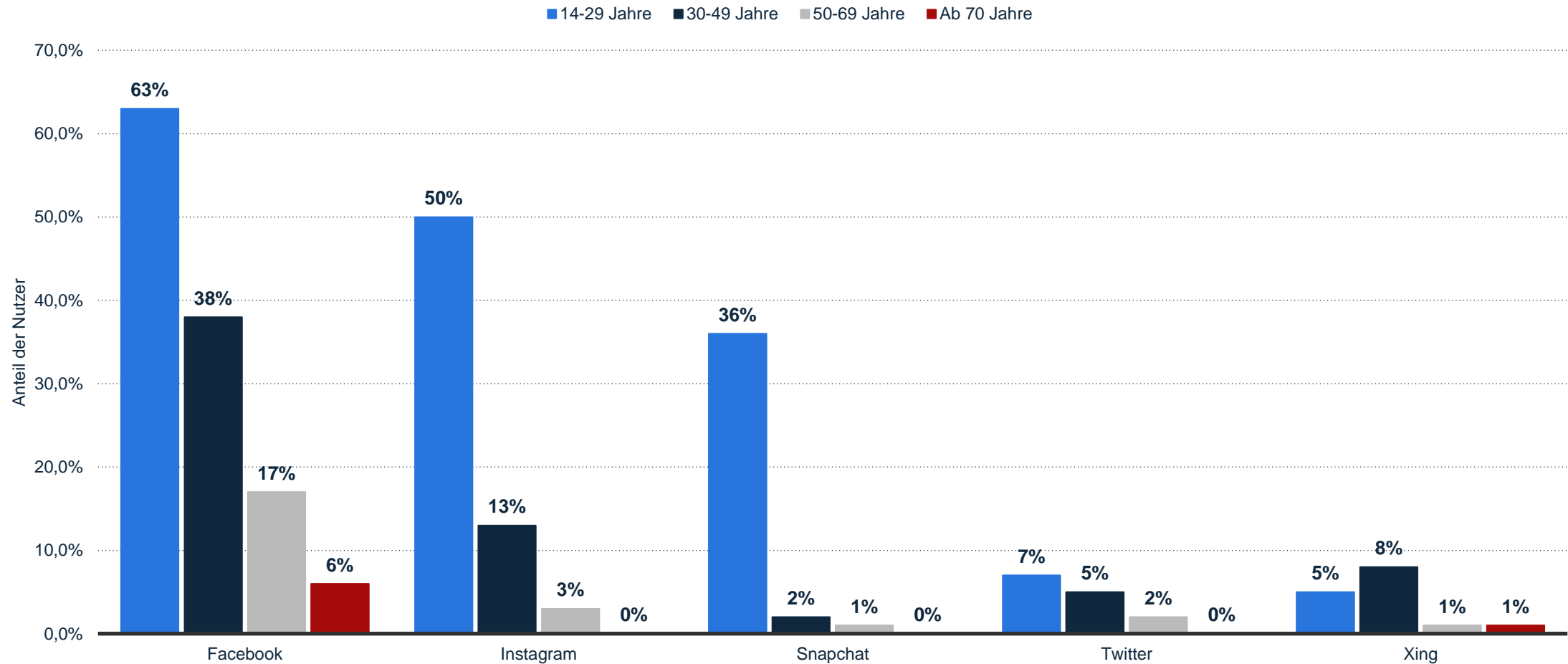
# Tägliche Verweildauer auf Social Networks weltweit nach Ländern 2018



Hinweis(e): Weltweit; 2. und 3. Quartal 2018; 16-64 Jahre; Internetnutzer

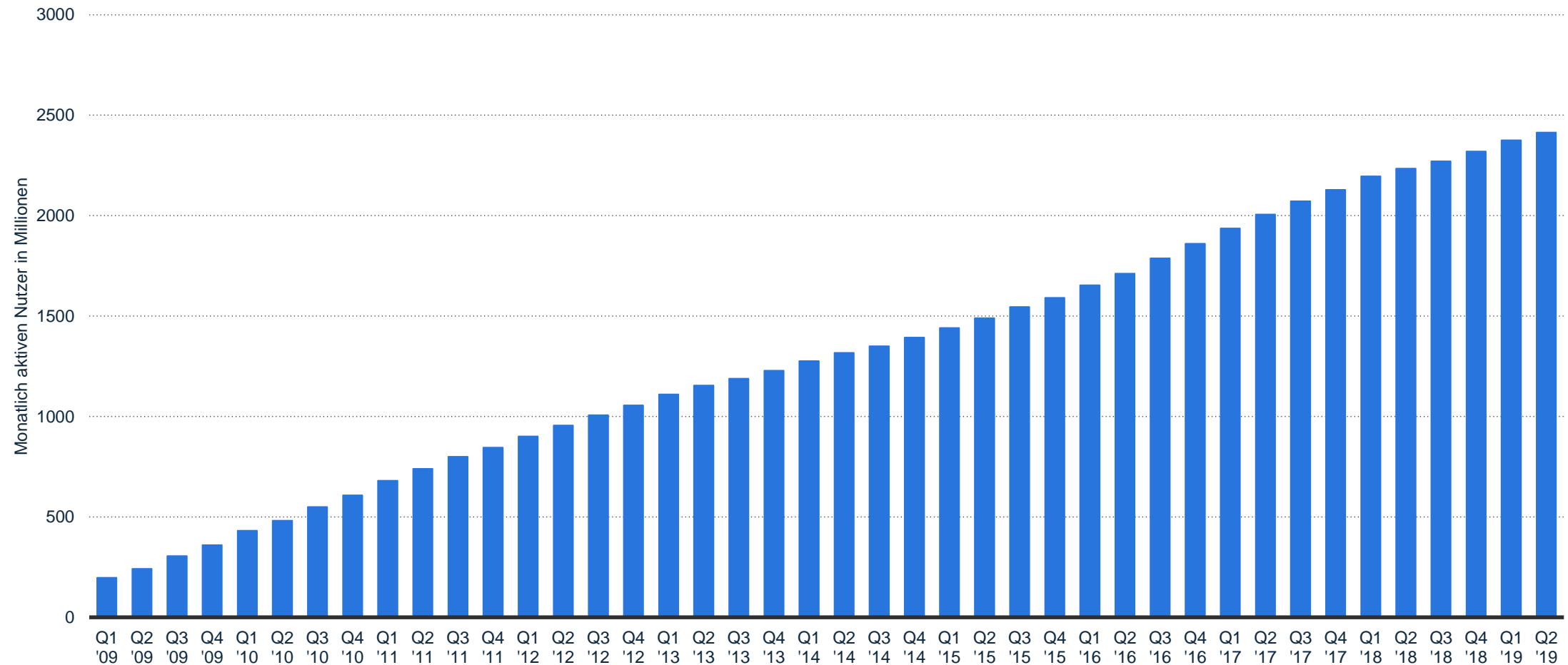
Quelle(n): We Are Social; Hootsuite; DataReportal; [ID 160137](#)

# Anteil der Nutzer von Social-Media-Plattformen nach Alter in Deutschland 2018





# Monatlich aktive Nutzer von Facebook weltweit bis zum 2. Quartal 2019



Quelle(n): Facebook; [ID 37545](#)

# Warum Forschung mit Facebook?

---

- Bereits mehr als 500 Studien im Bereich „Forschung mit Facebook“
  - Nach Meta-Analysen im Jahr 2012
  - Nach Google-Scholar-Suche (2019): 6,23 Millionen Treffer
- FB = Plattform für vielfältige soziale Interaktionen
- Neue Gelegenheit, Sozialverhalten zu erforschen
- Möglichkeit, Online-Sozialverhalten mit „realem“ Sozialverhalten zu vergleichen
- Aber: „Facebook-Trend“ im Rückgang; „Trendiness“ geht hin zu Instagram, Snapchat und TikTok
  - Allmählicher Studententrend von Facebook zu Instagram

# Motive zur Facebooknutzung

---

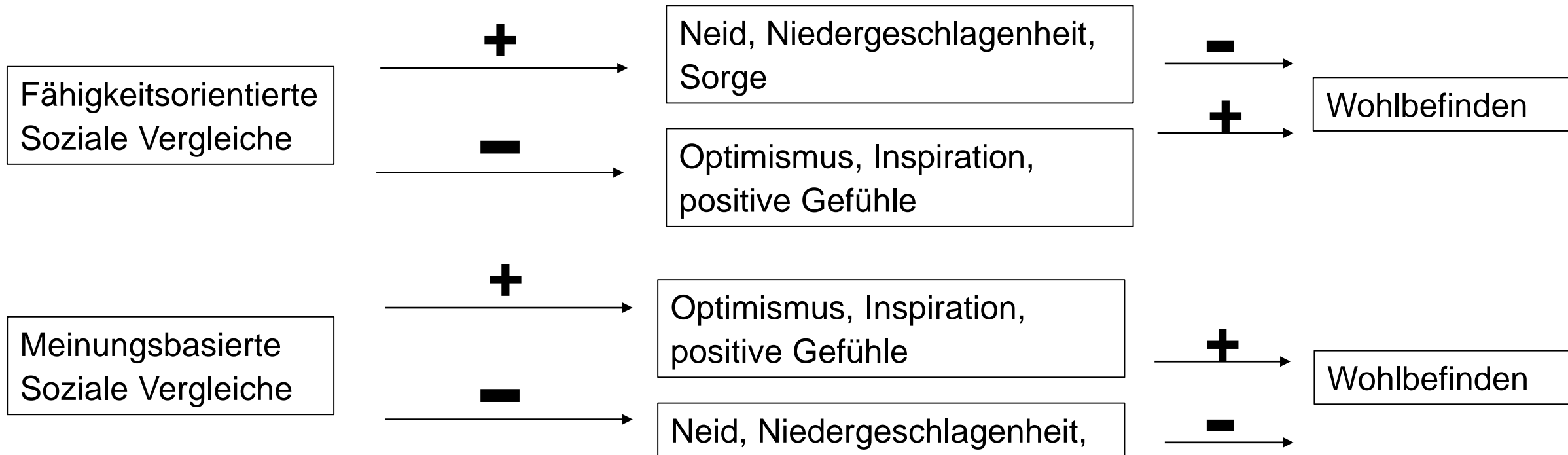
- In Studien herausgearbeitet:
  - *Need To Belong*
  - *Need To Self-Presentation*
  - **Need to Compare**
  
- Darüber hinaus Zusammenhänge zu:
  - Persönlichkeit (Big Five, Narzissmus, Materialismus)
  - Selbstdarstellung
  - **Selbstwert**
  - **Psychopathologie**

# Facebook, Soziale Vergleiche und Selbstwert

---

- Studien zeigen einen positiven Zusammenhang zwischen Sozialen Vergleichen und der Intensität der Facebook-Nutzung
  - Dieser Zusammenhang zeigt sich sowohl korrelativ als auch experimentell
- Und ein hauptsächlich negativ erlebtes Gefühl nach den Vergleichen...
- Meta-Analysen:
  - Aktive Facebook-Nutzung → mehr Wohlbefinden, höherer Selbstwert
  - Passive Facebook-Nutzung → weniger Wohlbefinden, geringerer Selbstwert
- Idee:
  - Vergleiche auf Facebook sind hauptsächlich aufwärtsgerichtet
  - Vergleiche von eigenem Real-Selbst mit beschönigten Ideal-Selbst-Profilen
  - Bisher fehlt Unterscheidung der Vergleichsdimension: fähigkeitsorientiert vs. meinungsbasiert

# Facebook, Soziale Vergleiche und Well-Being



# Depression und Facebook – warum?

---

- Zusammenhänge zwischen Facebook, Sozialen Vergleichen und dem Selbstwert
  - Nutzen depressive Menschen Facebook zur Selbstwerterhöhung?
  - Führt die Nutzung von Facebook zu aufwärtsgerichteten Vergleichen in einer vulnerablen Population zu depressiven Symptomen?
- Macht Facebook depressiver oder führen Depressionen zu mehr Facebookkonsum?
- Nutzen Menschen, die so niedergeschlagen, antriebslos und freudlos sind, weniger soziale Medien und weniger soziale Online-Interaktionen?
- Könnten soziale Medien zu mehr soziale Kompetenzen bei depressiven Menschen fördern oder sogar den Aufbau positiver Kontakte und Interaktionen ermöglichen? (als erste „Selbstbehandlung“)

# Depression und Facebook

---

## Bisher unklare Evidenzlage:

- **Positive Zusammenhänge** (vermittelt über Neid; Tandoc et al., 2015; vermittelt über soziale Vergleiche: Appel et al., 2016; Feinstein et al., 2013; Steers et al., 2014)
- **Keine Zusammenhänge** (monokausaler Zusammenhang untersucht; Brandenburg et al., 2019; Datu et al., 2012; Jelechick et al., 2013; Simoncic, 2012)
- **Negative Zusammenhänge** (vermittelt über Neurotizismus; Wee et al., 2017)

# Depression und Facebook

---

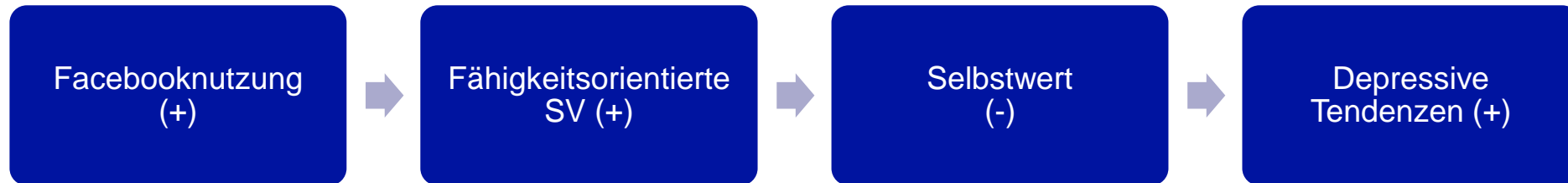
## Probleme:

1. Depression ist Störung mit multifaktorieller Entstehungsgeschichte  
→ **mehrere Vermittlungsvariablen im Erklärungsmodell notwendig**
2. Universelle Soziale Vergleiche bedingen zunächst weder höheres noch geringeres Wohlbefinden  
→ **Fähigkeitsorientierte Vergleiche bedeutsam**
3. Fähigkeitsorientierte (Aufwärts-) Vergleiche bedingen nur mittelbar höhere depressive Tendenzen  
→ **Ein geringerer Selbstwert ist ausschlaggebend**



# Depression und Facebook

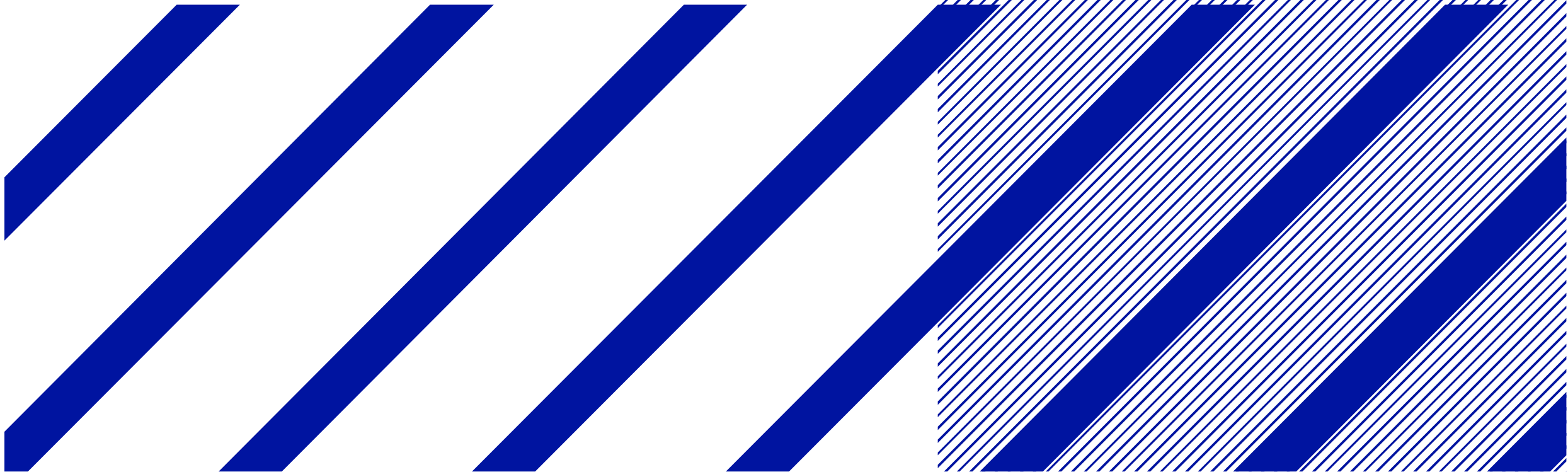
Lösung: Erweitertes Erklärungsmodell





# **All my online-friends are better than me** **Three studies about ability-based** **comparative social media use, self-esteem,** **and depressive tendencies**

Phillip Ozimek & Hans- Werner Bierhoff (2019)  
*Behaviour & Information Technology*



– 3 Studien:

- 1. Short-term consequences of internet and Facebook use on self-esteem ( $N = 75$ )**
  - Experimentalstudie: Überprüfung von FB (+) → fähigkeitsorientierte SV (+) → Selbstwert (-)
- 2. Mediational effects of social comparative Facebook use on participants' self-esteem and depressive tendencies ( $N = 809$ )**
  - Korrelationsstudie: Überprüfung des Erklärungsmodells an Facebooknutzung
- 3. Mediational effects of social comparative Facebook and XING use on participants' self-esteem and depressive tendencies ( $N = 145$ ; Reanalyse von Brandeberg et al., 2019)**
  - Korrelationsstudie: Überprüfung des Erklärungsmodells an Facebook- und XING-Nutzung

# Short-term consequences of internet and Facebook use on self-esteem

---

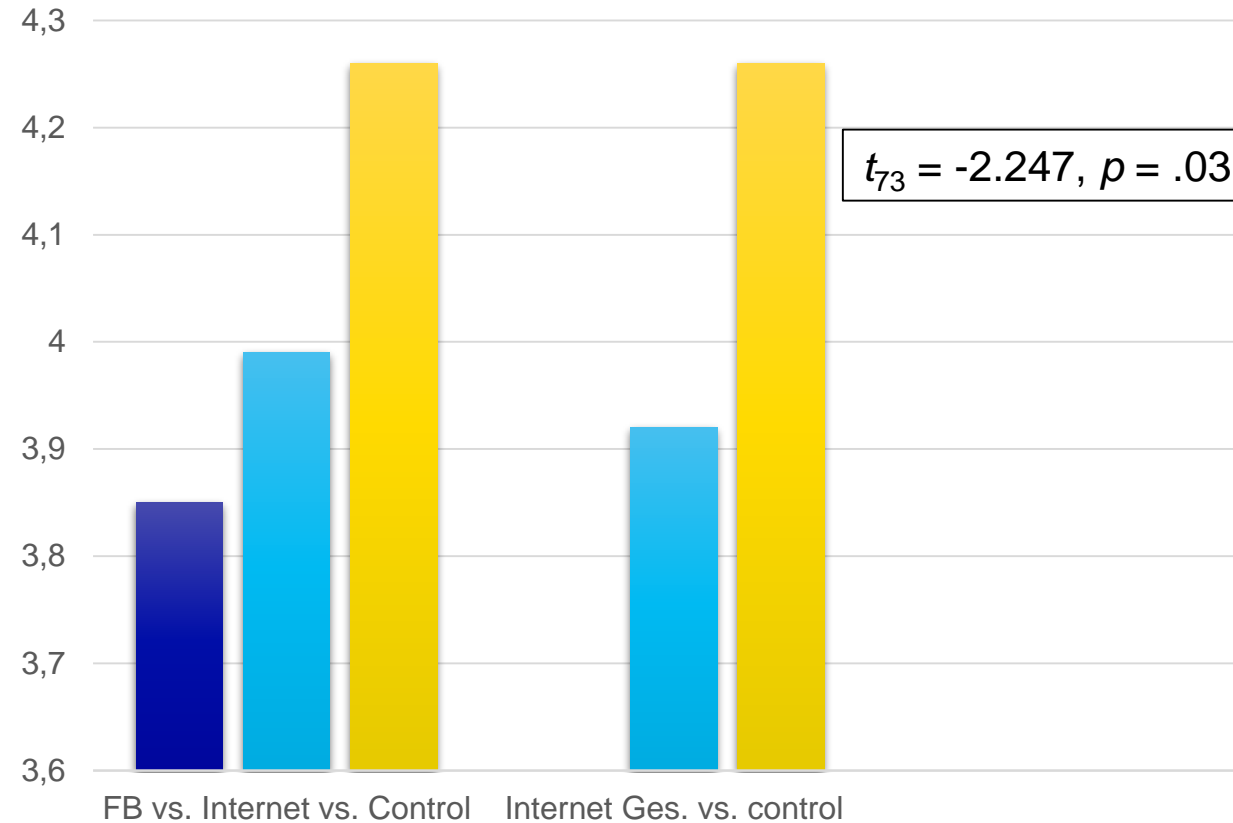
- $N = 75$ ,
- 17 m, 58 w
- Alter: 22.33 (SD = 4.32)
- 93.3% Abitur, 61.3% Studierende
- Drei Gruppen:
  - EG1: 5-Minuten Facebook Exposition ( $N = 25$ )
  - EG2: 5-Minuten Internet-Exposition ( $N = 29$ )
  - KG: Keine Exposition ( $N = 29$ )
  - Keine demographischen Unterschiede bzgl. der Gruppen

# Short-term consequences of internet and Facebook use on self-esteem

---

- Nach Exposition: Beantwortung der State Self-Esteem Scale (Rudolph et al., 2009) → Erfassung des Zustandsselbstwertes der Teilnehmenden
  - **Performance Self-Esteem** (Bsp.: “I feel confident about my abilities.”)
  - Social Self-Esteem (Bsp.: “I feel that others respect and admire me.”)
  - Appearance Self-Esteem (Bsp.: “I feel good about myself.”)

# Short-term consequences of internet and Facebook use on self-esteem



# Short-term consequences of internet and Facebook use on self-esteem

---

- Weniger Performance Zustandsselbstwert nach Internet-Exposition im Zusammenhang mit fähigkeitsorientierten Vergleichsaufgaben
- Kausaler Nachweis für FB/Internet → Fähigkeitsorientierte SV → Selbstwert
- Kurzzeitiger Effekt von Facebook-Nutzung
  - Was passiert langfristig?

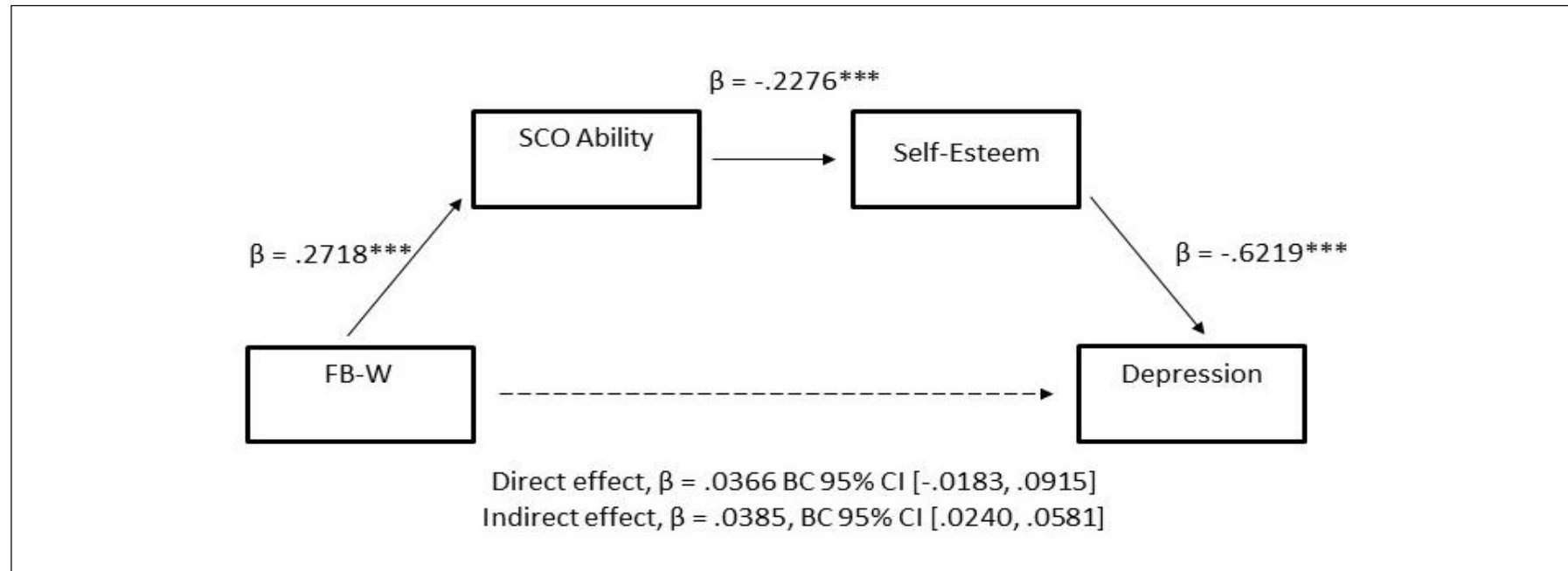
# Mediational effects of social comparative Facebook use on participants' self-esteem and depressive tendencies

---

- $N = 809$ ,
- 359 m, 450 w
- Alter: 25.83 (SD = 8.26)
- 55.4% Abitur, 52.7% Studierende
  
- Fragebogenstudie mit:
  - Facebook Activity Questionnaire (Ozimek & Bierhoff, 2016)
  - INCOM, Subscala Ability (Schneider & Schupp, 2011)
  - Rosenberg SES (Collani & Herzberg, 2003)
  - BDI-II R (Hautzinger, Keller & Kühner, 2007)



# Mediational effects of social comparative Facebook use on participants' self-esteem and depressive tendencies



# Mediational effects of social comparative Facebook use on participants' self-esteem and depressive tendencies

---

- Sequentielles Mediationsmodell mit den Daten vereinbar
- Langzeiteffekt von Facebook-Nutzung
  - FB → fähigkeitsorientierte SV → Selbstwert → Depressive Tendenzen
- Was passiert in anderen sozialen Medien?
  - Reanalyse von Brandenburg et al., 2019

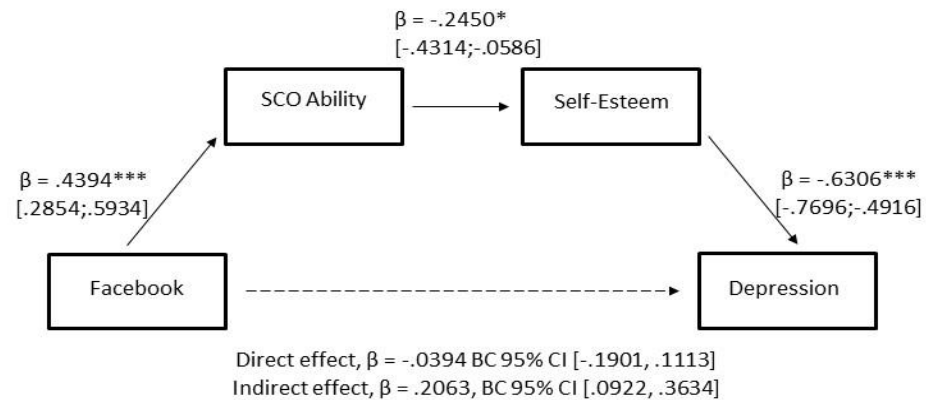
# Mediational effects of social comparative Facebook and XING use on participants' self-esteem and depressive tendencies

---

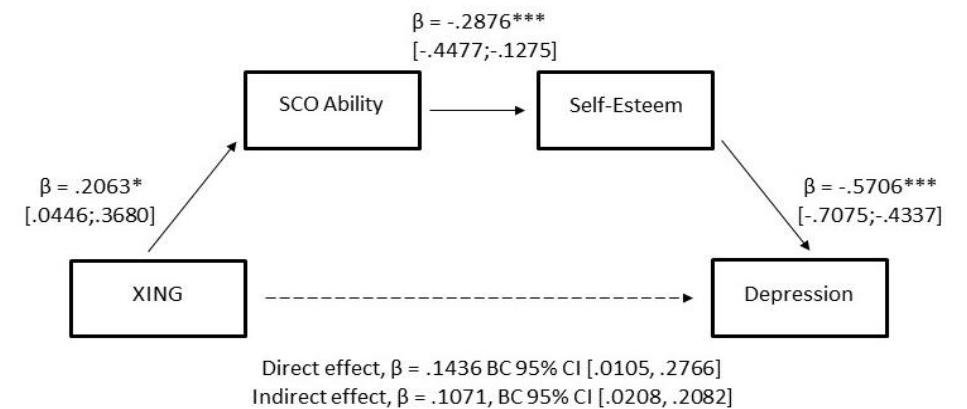
- $N = 145$
- 69m, 76w
- Alter: 33.87(SD = 11.5)
- 70.4% akademischer Abschluss, 96.5% studierend/ im Beruf
- Fragebogenstudie mit:
  - Facebook Activity Questionnaire (Ozimek & Bierhoff, 2016)
  - **XING Activity Questionnaire (Brandenberg, 2017)**
  - INCOM, Subscala Ability (Schneider & Schupp, 2011)
  - Rosenberg SES (Collani & Herzberg, 2003)
  - BDI-II R (Hautzinger, Keller & Kühner, 2007)

# Mediational effects of social comparative Facebook and XING use on participants' self-esteem and depressive tendencies

## Facebook



## XING



# Mediational effects of social comparative Facebook and XING use on participants' self-esteem and depressive tendencies

---

- Sequentielle Mediationsmodelle mit den Daten vereinbar
- Langzeiteffekt von Facebook- und XING-Nutzung
  - FB → fähigkeitsorientierte SV → Selbstwert → Depressive Tendenzen
  - Generalisierbar von privaten SNSs auf professionelle SNSs

- 
- Höhere depressive Tendenzen **können** über soziale Medien vermittelt werden, **wenn**
    1. Die Nutzung mit vermehrten fähigkeitsorientierten sozialen Vergleichen einhergeht
    2. Das Vergleichsergebnis den Selbstwert senkt
  - Soziale Medien ziehen nicht generell positive oder negative Auswirkungen auf das psychische Wohlbefinden nach sich
    - Die Art der Nutzung ist entscheidend
    - Die Persönlichkeit der Nutzer ist entscheidend

# Limitationen

---

- Experiment schließt depressive Tendenzen nicht mit ein
- Mediationsmodelle nicht kausal → Längsschnittuntersuchungen notwendig
- Stichproben subklinisch → klinische Daten notwendig
- Weitere Netzwerke zur Untersuchung:
  - Instagram
  - Snapchat
  - LinkedIn
  - ...

- Weitere Studien mit experimentellen und längsschnittlichen Daten notwendig
- Wissenschaft-Praxis-Transfer
  - Umfangreiche wissenschaftliche Daten und Erkenntnisse hinsichtlich der Auswirkungen der Nutzung sozialer Medien vorhanden
  - Umsetzung dieser Ergebnisse und ihrer Implikationen in der Praxis bislang kaum realisiert oder berichtet
  - Stärkerer Austausch und engere Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft und Praxis notwendig!
- Wie kann eine kompetente und reflektierte Nutzung sozialer Medien (gerade bei jungen Menschen) sichergestellt werden, damit negative Konsequenzen für das Wohlbefinden vermieden und positive Aspekte gefördert werden?





# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

**Dr. Phillip Ozimek**

Nachwuchsprofessur „Sozial- und Medienpsychologie“

Hüfferstraße 27  
D-48149 Münster

fon +49 (0)251.83 xxxxx  
fax +49 (0)251.83 xxxxx

phillip.ozimek@fh-muenster.de  
www.fh-muenster.de

