

**Hochschule Neu-Ulm**

**Studiengang B. Sc. Wirtschaftspsychologie**

**7. Semester**

**Bachelorarbeit:**

## **Thema**

### **Kognitive Überlastung durch soziale Mediennutzung und ihr Einfluss auf das psychische Wohlbefinden:**

Eine quantitative Studie über Zusammenhänge zwischen Nutzungsdauer, Inhaltstypen  
und depressiven Symptomen bei jungen Erwachsenen.

**Betreuer:** Professor Dr. Johannes von Gehlen

**Autor:** Jens Pietschmann

**Matrikelnummer:** 315670

**Wortanzahl:** 11847

**Abgabedatum:** 26.08.2025

## **Abstract**

Diese Studie untersucht den Zusammenhang zwischen Social Media Nutzung und dem psychischen Wohlbefinden unter Berücksichtigung von Narzissmus, kognitiver Überlastung sowie der Art der konsumierten Inhalte. Ziel ist es herauszufinden, wie die Dauer und Art der Nutzung sowie individuelle Persönlichkeitsmerkmale das Wohlbefinden beeinflussen. Dabei wird geprüft, ob die Social Media Nutzung das psychische Wohlbefinden negativ beeinflusst und ob dieser Zusammenhang durch Überlastung und vergleichende Inhaltsarten verstärkt moderiert wird. Zudem wird geprüft, inwiefern Narzissmus mit Nutzungsdauer und Selbstdarstellung zusammenhängt. Die Stichprobe besteht aus 33 Personen, die online einen Fragebogen ausfüllten. Erfasst wird die tägliche Social Media Nutzungsdauer, das psychische Wohlbefinden, die narzisstischen Tendenzen, die kognitive Fatigue sowie selbst erstellte Maße für Selbstdarstellung und konsumierte Inhalte der Teilnehmer. Die Ergebnisse zeigen, dass die reine Nutzungsdauer keinen signifikanten Einfluss auf das Wohlbefinden hat. Ein deutlicher negativer Zusammenhang besteht jedoch zwischen aufwärtsvergleichenden Inhalten und dem Wohlbefinden. Die Moderationsanalysen ergeben, dass die Interaktionen mit kognitiver Überlastung oder Aufwärtsvergleichen nicht signifikant sind. Insgesamt deuten die Befunde darauf hin, dass die Art der konsumierten Inhalte wichtiger als die reine Nutzungsdauer ist. Für die Praxis bedeutet dies, dass Präventionsansätze und Medienkompetenztrainings stärker auf die inhaltliche Auseinandersetzung und die Reduzierung negativer sozialer Vergleiche abzielen sollten.

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 <i>Klassifikation sozialer Medien anhand sozialer Präsenz/Medienreichhaltigkeit und Selbstdarstellung/Selbstoffenbarung (Kaplan &amp; Haenlein, 2010, S. 62)</i> .....	12
Abbildung 2 <i>Vermittlung des Zusammenhangs zwischen Facebook-Nutzung (unabhängige Variable, UV) und Selbstwertgefühl (abhängige Variable, AV) über das Ausmaß aufwärts- und abwärtsgerichteter sozialer Vergleiche (Vogel et al., 2014, S. 211)</i> .....	19
Abbildung 3 <i>Ergebnisse des Strukturgleichungsmodells, das den Einfluss von Fear of Missing Out, Internet Cognitive Failure und defizitärer Selbstregulation auf Informations- und Kommunikationsüberlastung darstellt (Whelan, Islam und Brooks, 2017, S.3)</i> .....	21
Abbildung 4 <i>Die kettenvermittelnde Wirkung von sozialem Vergleich und kognitiver Überlastung auf sozialen Netzwerken (N = 568) (Yan et al., 2024, S. 2116)</i> .....	25
Abbildung 5 <i>Modell der geplanten Untersuchung (eigene Darstellung)</i> .....	27
Abbildung 6 <i>Zusammenhang zwischen der Nutzungszeit und dem WHO-5-Score</i> .....	37
Abbildung 7 <i>Zusammenhang zwischen der Nutzungsdauer (Minuten) und dem WHO-5 Score in Abhängigkeit vom Inhaltstyp soziale Aufwärtsvergleiche (Moderationsanalyse)</i> .....	38
Abbildung 8 <i>Zusammenhang zwischen Selbstdarstellung und NPI-Score</i> .....	39
Abbildung 9 <i>Zusammenhang zwischen NPI-Score und Nutzungsdauer</i> .....	40
Abbildung 10 <i>Zusammenhang zwischen der Nutzungsdauer (Minuten) und dem WHO-5 Score in Abhängigkeit vom Fatigue Score (Moderationsanalyse)</i> .....	41
Abbildung 11 <i>Modell der geplanten Untersuchung mit den berechneten Zusammenhängen (eigene Darstellung)</i> .....	43
Abbildung 12 <i>Nutzungsdauer (Minuten). Boxplot und Histogramm</i> .....	67
Abbildung 13 <i>Narzissmus-Score (NPI). Boxplot und Histogramm</i> .....	67
Abbildung 14 <i>Selbstdarstellung. Boxplot und Histogramm</i> .....	67
Abbildung 15 <i>Fatigue Score (1-5). Boxplot und Histogramm</i> .....	68
Abbildung 16 <i>Inhaltstyp Aufwärtsvergleich. Boxplot und Histogramm</i> .....	68
Abbildung 17 <i>WHO-5 Score (0-25). Boxplot und Histogramm</i> .....	68

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 <i>Moderatoranalysen der Meta-Analyse zum Zusammenhang zwischen Social Media Nutzung und psychischem Wohlbefinden (nach Huang, 2017)</i> .....	15
Tabelle 2 <i>Korrelationen zwischen Facebook-Nutzungsmerkmalen und der Wahrnehmung des Lebens anderer Personen (nach Chou &amp; Edge, 2012)</i> .....	18
Tabelle 3 <i>Meta-analytische Ergebnisse für vier Indikatoren grandiosen und vulnerablen Narzissmus (McCain und Campbell, 2018)</i> .....	23
Tabelle 4 <i>Deskriptiver Überblick über zentrale Tendenzen, Streuungen und Verteilungen der erhobenen Variablen</i> .....	35
Tabelle 5 <i>Darstellung aller Korrelationen (r und p-Werte) zwischen den Variablen...</i>	36
Tabelle 6 <i>Metaanalysen zu den Zusammenhängen zwischen der Nutzung sozialer Medien (SMU) und der psychischen Gesundheit von Jugendlichen (Valkenburg et al., 2022)</i> .....	66

## Abkürzungsverzeichnis

SNS	Social Networking Sites
FoMO	Fear of missing out
ICF	Internet Cognitive Failure
MTurk	(Amazon) Mechanical Turk
NPI	Narcissistic Personality Inventory
CES-D	Center for Epidemiologic Studies Depression Scale

## **Inhaltsverzeichnis**

1	Einleitung .....	6
1.1	Problemstellung und Zielsetzung.....	6
1.2	Beitrag für Wissenschaft und Praxis.....	7
1.3	Gang der Arbeit .....	8
2	Theoretischer Hintergrund .....	10
2.1	Begriffliche Grundlagen der sozialen Mediennutzung.....	10
2.2	Typologie von Inhalten in sozialen Medien .....	12
2.3	Psychisches Wohlbefinden im digitalen Kontext .....	14
2.4	Mechanismen sozialer Vergleiche in sozialen Medien.....	16
2.5	Theoretische Perspektiven auf kognitive Überlastung .....	19
2.6	Narzissmus und Selbstdarstellung im Onlineumfeld.....	22
2.7	Vergleich zweier Erklärungsansätze: Soziale Vergleiche vs. kognitive Überlastung.....	23
2.8	Forschungsstand und Ableitung der Hypothesen .....	26
3	Methode.....	28
3.1	Stichprobe .....	28
3.2	Untersuchungsdesign und -durchführung.....	29
3.3	Erhebungsinstrumente und -material .....	30
3.4	Datenaufbereitung und statistische Verfahren .....	32
4	Ergebnisse .....	34
4.1	Deskriptivstatistische Datenanalyse .....	34
4.2	Inferenzstatistische Prüfung der Hypothesen.....	37
5	Diskussion .....	42
5.1	Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse .....	42
5.2	Praktische Implikationen .....	46
5.3	Limitationen und zukünftige Forschung.....	48
	Literaturverzeichnis .....	50
	Anhang .....	56
	A) Fragebogen.....	56
	B) Ergänzende Abbildungen und Tabellen .....	66

# 1 Einleitung

Die Nutzung sozialer Medien ist für viele junge Erwachsene ein fester Bestandteil des Alltags geworden, wobei Plattformen wie Instagram und Co. täglich von Milliarden von Menschen weltweit verwendet werden (Abi-Jaoude, Naylor & Pignatiello, 2020). Man kann soziale Medien als globales Massenphänomen darstellen, denn weltweit gibt es 2025 rund 5,2 Milliarden Social Media Nutzerinnen und Nutzer, was 63,9 Prozent der Weltbevölkerung entspricht (DataReportal, 2025). Bis zu 95% der 13- bis 17-Jährigen nutzen Social Media täglich, davon ein Drittel konstant (U.S. Department of Health and Human Services, 2023). Immerhin noch 89% der bis zu 29-Jährigen in Deutschland sind in den Sozialen Medien unterwegs, das entspricht rund 54 Millionen Menschen (Bitkom Research, 2024). Für 78% der unter 30-Jährigen sind soziale Netzwerke sogar der schnellste Zugang zum aktuellen Weltgeschehen (Bitkom Research, 2024). Dabei sind die Plattformen die täglich am meisten genutzt werden YouTube, TikTok, Facebook, Snapchat und Instagram (Mayo Clinic, 2023). Während soziale Medien zahlreiche positive Möglichkeiten bieten können, wie etwa die soziale Interaktion und ein stärkeres Gefühl von Verbundenheit, stehen ihnen viele potenziell belastende Auswirkungen gegenüber (Bekalu et al., 2023; WHO 2024). Erst kürzlich hat auch die Weltgesundheitsorganisation in einem Policy Brief vom 23. Mai 2025 betont, dass digitale Umgebungen eine zentrale Rolle für die psychische Gesundheit junger Menschen spielen und dringend Maßnahmen erforderlich sind, um Risiken wie soziale Vergleiche oder digitale Reizüberflutung einzudämmen (WHO, 2025).

## 1.1 Problemstellung und Zielsetzung

Aufgrund der möglichen negativen Auswirkungen von Social Media Nutzung wird schon seit einigen Jahren in der Forschung diskutiert, inwiefern unterschiedliche Nutzungsarten und eine intensive Nutzung mit dem psychischen Wohlbefinden zusammenhängen. Studien zeigen bereits, dass bestimmte Formen der Nutzung mit negativen psychischen Effekten bei Erwachsenen assoziiert werden (Yu, Dykxhoorn & Plackett, 2024). Viele Nutzerinnen und Nutzer berichten von Stress, depressiven Symptomen, Überforderung, oder dem Gefühl, ständig verfügbar und auf dem Laufenden sein zu müssen (AOK, 2023). Reviews zeigen, dass Studierende die mehr Zeit auf Plattformen wie

Instagram und Facebook verbrachten, häufiger Neidgefühle äußerten (Appel, Gerlach & Crusius, 2016). Sie hatten unter anderem das Gefühl, andere seien erfolgreicher oder glücklicher. Solche Effekte scheinen sich besonders bei jungen Erwachsenen zu zeigen, die Social Media häufig zur Selbstdarstellung nutzen (Abi-Jaoude et al., 2020).

Dabei stellt sich die Frage, ob es nun wirklich nur die Art der Inhaltsnutzung ist, die eine entscheidende Rolle bei psychischem Wohlbefinden spielt oder ob vielmehr die reine Nutzungsdauer dafür verantwortlich ist, beziehungsweise wie stark diese einen Einfluss auf das Wohlbefinden hat (Valkenburg et al., 2022). Ebenso wird diskutiert, inwiefern psychische Belastung nicht auch durch kognitive Faktoren (auch Fatigue genannt) wie Informationsüberflutung (Sweller, 1988) oder durch soziale Vergleiche (Festinger, 1954) beeinflusst wird. Deshalb wird die Frage gestellt, wie die Inhaltstypen, die konsumiert werden, eine Rolle spielen. Auch stellt sich die Frage, ob Persönlichkeitsmerkmale wie Narzissmus (McCain & Campbell, 2018) die Nutzungszeit und aktive Nutzung von Social Media verstärkt. Es ist sinnvoll, all diese komplexen Wechselwirkungen näher zu untersuchen und dadurch ein tieferes Verständnis darüber zu erlangen, in welchem Zusammenspiel diese Aspekte stehen.

Zielsetzung dieser Arbeit ist es daher, den Zusammenhang zwischen der Nutzung sozialer Medien und dem psychischen Wohlbefinden junger Erwachsener genauer zu untersuchen. Dabei wird nicht nur die reine Nutzungsdauer betrachtet, sondern auch die Art der Inhalte, die individuellen Unterschiede in Form von narzisstischen Tendenzen und ob diese eine erhöhte Nutzungszeit begünstigen, sowie die kognitive Belastung durch Social Media. Relevant ist demnach auch, ob soziale Vergleiche und Social Media Fatigue die Wirkung der Nutzung auf das Wohlbefinden verstärken oder abschwächen. Das Ziel ist es, ein differenzierteres Verständnis darüber zu gewinnen, welche dieser innerhalb der Social Media Nutzung auftretenden Faktoren die psychische Gesundheit wie beeinflussen.

## **1.2 Beitrag für Wissenschaft und Praxis**

Diese Arbeit leistet einen Beitrag dazu, die Rolle verschiedener Nutzungsaspekte sozialer Medien für das psychische Wohlbefinden junger Erwachsener genauer zu beleuchten. Im Fokus steht nicht nur die Dauer der Nutzung, sondern auch die inhaltliche Gestaltung der konsumierten Beiträge, das Ausmaß sozialer Vergleiche sowie die

empfundene Belastungen. Auf diese Weise liefert die Arbeit einen wissenschaftlichen Beitrag, der bestehende Erkenntnisse erweitert und die vielen Einflüsse auf das Wohlbefinden differenzierter betrachten soll.

Für die Praxis können die Ergebnisse potenziell hilfreich sein. Zum einen können sie jungen Menschen dabei helfen, ein Bewusstsein für die eigenen Nutzungsgewohnheiten zu entwickeln und mögliche Risiken wie Social Media Fatigue oder negative soziale Vergleiche besser zu erkennen. Zum anderen können Schulen, Hochschulen oder Beratungsstellen die Erkenntnisse nutzen, um Präventionsangebote oder Workshops zu entwickeln, die einen gesünderen Umgang mit Social Media fördern. Auch für Anbieter von Social Media Plattformen können die Ergebnisse Impulse geben, wie sie Funktionen gestalten können, die weniger Stress und Überforderung auslösen. Langfristig kann die Arbeit so einen Beitrag dazu leisten, dass Social Media bewusster, ausgewogener und gesünder genutzt wird. Eine vertiefte Diskussion hierzu folgt im fünften Kapitel.

### **1.3 Gang der Arbeit**

Die Einführung in die Thematik im ersten Kapitel dieser Bachelorarbeit erläutert, warum soziale Medien in der heutigen Gesellschaft, insbesondere unter jungen Erwachsenen, von hoher Relevanz sind. Sie zeigt zudem auf, weshalb bestimmte Aspekte der Social Media Nutzung in Bezug auf das psychische Wohlbefinden kritisch betrachtet werden müssen. Zusätzlich wird die Problemstellung der Arbeit definiert, demnach die Zielsetzung der Arbeit herausgearbeitet und aufgezeigt, welchen Beitrag die Untersuchung für Forschung und Praxis leisten kann.

Der Einführung folgt im zweiten Kapitel der theoretische Hintergrund. Hier werden zunächst zentrale Begriffe rund um soziale Medien, Nutzungsmuster und Nutzungsmotive erklärt. Darauf aufbauend werden unterschiedliche Inhaltsarten in sozialen Netzwerken unterschiedlich in Bezug zur Nutzung und Wirkung betrachtet. Anschließend folgt dann eine Auseinandersetzung mit dem psychischen Wohlbefinden im Kontext sozialer Medien. Im weiteren Verlauf wird auf zwei theoretische Kernkonzepte eingegangen: die Social Comparison Theory sowie die Cognitive Load Theory, mit Begriffserläuterung und Abgrenzung der digitalen Reizüberflutung. Auch die Rolle narzisstischer Persönlichkeitsmerkmale und Tendenzen in Verbindung mit Social Media und Selbstdarstellung werden beleuchtet. Am Ende des Kapitels erfolgt eine systematische Gegenüberstellung

der beiden theoretischen Perspektiven sozialer Vergleiche und kognitiver Überlastung, bevor dann aus dem theoretischen und empirischen Forschungsstand die Hypothesen abgeleitet werden.

Im dritten Kapitel wird die methodische Umsetzung der Arbeit beschrieben. Es wird zunächst auf die Stichprobe sowie auf das Untersuchungsdesign eingegangen. Anschließend wird die Durchführung, die verwendeten Messinstrumente und das Messvorgehen der zentralen Variablen dargestellt. Am Ende des Kapitels wird erklärt, mit welchen statistischen Verfahren die Hypothesen überprüft und die Daten aufbereitet werden sollen.

Im Anschluss widmet sich das vierte Kapitel der Analyse der Ergebnisse. Hier wird zunächst eine deskriptive Auswertung vorgenommen, bevor die inferenzstatistische Prüfung der Hypothesen erfolgt. Die Resultate werden jeweils in Bezug auf die formulierten Hypothesen in gegliederter Reihenfolge von H1 bis H5 erläutert.

Im abschließenden fünften Kapitel wird eine Diskussion der Ergebnisse vorgenommen. Die Befunde werden hierfür zusammengefasst und theoretisch in den aktuellen Forschungsstand eingeordnet. Darüber hinaus werden Implikationen für die Praxis abgeleitet, Limitationen der Bachelorarbeit erklärt und schlussendlich genauere Hinweise für zukünftige Forschungen gegeben.

## 2 Theoretischer Hintergrund

### 2.1 Begriffliche Grundlagen der sozialen Mediennutzung

Soziale Medien lassen sich definieren als „eine Gruppe von internetbasierten Anwendungen, die auf den ideologischen und technologischen Grundlagen von Web 2.0 aufbauen und die Erstellung sowie den Austausch von nutzergenerierten Inhalten ermöglichen“ (Kaplan & Haenlein, 2010, S. 61). Charakteristisch ist die Verbindung von Informationsverarbeitung und sozialer Interaktion, wodurch Nutzerinnen und Nutzer sowohl als Konsumierende als auch als Produzierende von Inhalten agieren können (Kaplan & Haenlein, 2010). Im Gegensatz zu traditionellen Massenmedien wie Fernsehen oder Printmedien sind soziale Medien durch eine wechselseitige Kommunikation, eine hohe Dynamik und eine stärkere Nutzerpartizipation gekennzeichnet (Kaplan & Haenlein, 2010).

Um das Verhalten auf sozialen Medien differenziert zu erfassen, kann es anhand mehrerer Dimensionen beschrieben werden. Eine zentrale Dimension ist die *Nutzungsdauer* (Coyne et al., 2020). Diese beschreibt die Zeitspanne, die eine Person beispielsweise pro Tag auf sozialen Medien verbringt. Sie wird in der Forschung meist als kumulierte Gesamtzeit aller Sitzungen definiert, die eine Person auf Social Media Plattformen investiert. Dies geschieht unabhängig davon, ob es bewusst, beiläufig oder im Rahmen anderer Aktivitäten geschieht (Coyne et al., 2020). Ab einer täglichen Nutzung von über drei Stunden sprechen offizielle Stellen wie der U.S. Surgeon General des U.S Department of Health and Human Services (2023) von einer Risikozone für das psychische Wohlbefinden im Jugendalter.

Die *Nutzungshäufigkeit* bezieht sich hingegen darauf, wie oft soziale Medien innerhalb eines bestimmten Zeitraums geöffnet oder gecheckt werden (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2024). Sie wird beispielsweise über App-Öffnungen oder Bildschirmsperren gemessen. Die Nutzungsdauer erfasst die gesamte Zeit des Aufenthalts, welche auf Social Media abgebildet wird, während die Häufigkeit eine Auskunft darüber gibt, wie stark diese Nutzung in den Alltag eingegliedert ist. Das wird insbesondere durch Push-Benachrichtigungen oder routinemäßiges Verhalten beeinflusst (Matthes et al., 2020).

Die *Intensität* der Social Media Nutzung beschreibt nicht nur, wie lange oder wie oft soziale Medien genutzt werden, sondern auch, welche subjektive Bedeutung diese im Alltag der Nutzer einnehmen (Roberts und David, 2019). Dazu zählen die emotionale Bindung an Plattformen, die Einbettung in tägliche Routinen, sowie das Gefühl, nicht auf dem Laufenden zu sein, wenn der Zugriff fehlt. Roberts und David (2019) messen Social Media Intensität beispielsweise mit Aussagen wie „Social Media ist Teil meiner täglichen Routine“ oder „Ich fühle mich nicht auf dem Laufenden, wenn ich mich nicht eingeloggt habe“. Eine hohe Intensität ist häufig eng mit Fear of Missing Out (FoMO) verbunden. Sie beschreibt die Sorge, lohnende Erfahrungen zu verpassen, die andere gerade machen. FoMO kann die Nutzung verstärken, indem es zu häufigem und teils zwanghaftem Überprüfen von Feeds führt. Studien zeigen, dass diese verstärkte Nutzung negative Folgen wie höhere Depressionswerte und geringere Lebenszufriedenheit haben kann (Roberts und David, 2019). Die Intensität der Nutzung kann somit als ein Indikator für psychosoziale Einbindung verstanden werden, der Risiken für problematische Nutzung von sozialen Effekten birgt (Roberts und David, 2019).

Neben all diesen quantitativen Nutzungsdimensionen ist auch die *Art* der Nutzung von zentraler Bedeutung. Hierbei wird häufig zwischen aktiver Nutzung, also dem Veröffentlichen eigener Inhalte, Kommentieren oder Kommunizieren mit anderen, und passiver Nutzung, also dem bloßen Konsum von Beiträgen, unterschieden (Valkenburg et al., 2022). Studien zeigen, dass passive Nutzung tendenziell stärker mit negativen psychosozialen Folgen verbunden ist, da sie häufiger mit sozialen Vergleichen oder Gefühlen der Unzulänglichkeit einhergehen (Sagioglou & Greitemeyer, 2014), während aktive Nutzung auch soziale Verbundenheit fördern kann (Valkenburg et al., 2022).

Für die Nutzung sozialer Medien lassen sich von Whiting & Williams (2013) mehrere zentrale Frameworks bzw. Nutzungsmotive identifizieren, von denen hier auf drei eingegangen wird: Ein wesentliches Motiv ist die soziale Interaktion, also der Austausch mit Freundinnen, Freunden oder anderen Nutzergruppen über soziale Netzwerke. Es geht dabei um das Bedürfnis nach Zugehörigkeit, sozialer Bestätigung und Kontaktpflege (Whiting & Williams, 2013). Ein zweites wichtiges Motiv ist Unterhaltung, also die Nutzung von Social Media zur Ablenkung, zum Spaß oder zum Heben der Stimmung, was oft mit kurzzeitiger Erholung vom Alltag verbunden ist (Whiting & Williams, 2013). Als drittes dominantes Motiv gilt der Informationserwerb, also die Nutzung sozialer Medien, um Nachrichten zu konsumieren, sich über Themen zu informieren oder Neues zu

lernen (Whiting & Williams, 2013). Diese Motive stehen nicht isoliert, sondern oft in Wechselwirkung und prägen sowohl das Nutzungsverhalten als auch deren Wirkung auf die psychische Gesundheit. Welche dieser Motive im Fokus der Arbeit stehen sowie die genauere Erläuterung dieser folgen in Kapitel 2.2.

Eine gute theoretische Grundlage bietet Abbildung 1 von Kaplan und Haenlein (2010), welche soziale Medien anhand von zwei zentralen Dimensionen klassifiziert: dem Grad an sozialer Präsenz und Medienreichhaltigkeit sowie dem Ausmaß an Selbstoffenbarung und Selbstdarstellung. Soziale Präsenz beschreibt dabei die Intensität sozialer Interaktion und das Gefühl der Nähe zu Anderen, während Medienreichhaltigkeit die Fähigkeit eines Mediums bezeichnet, Informationen differenziert zu übermitteln. Die Dimension der Selbstoffenbarung wiederum bezieht sich auf den Umfang persönlicher Informationen, die Nutzerinnen und Nutzer bereit sind, in einem Medium preiszugeben. Nutzer, die sich gerne selbst präsentieren und eine hohe soziale Präsenz haben sind mehr in öffentlichen Netzwerken unterwegs als Nutzer, die weniger Wert auf Selbstdarstellung legen. Diese Gruppe bewegt sich lieber in kollaborativen Projekten ohne diese Darstellung.

**Abbildung 1**

*Klassifikation sozialer Medien anhand sozialer Präsenz/Medienreichhaltigkeit und Selbstdarstellung/Selbstoffenbarung (Kaplan & Haenlein, 2010, S. 62)*

		Social presence/ Media richness		
		Low	Medium	High
Self-presentation/ Self-disclosure	High	Blogs	Social networking sites (e.g., Facebook)	Virtual social worlds (e.g., Second Life)
	Low	Collaborative projects (e.g., Wikipedia)	Content communities (e.g., YouTube)	Virtual game worlds (e.g., World of Warcraft)

**2.2 Typologie von Inhalten in sozialen Medien**

Die in Abschnitt 2.1 beschriebenen Motive verdeutlichen, dass die Art der in sozialen Netzwerken konsumierten Inhalte eine zentrale Rolle spielt. Während viele Studien lange Zeit vor allem die reine Nutzungsdauer als Risikofaktor untersucht haben, wird mittlerweile immer deutlicher, dass die inhaltliche Gestaltung von konsumierten

Beiträgen eine große zentrale Rolle spielt (Valkenburg et al., 2022). Dabei betrachten viele empirische Arbeiten Dauer und Inhalte nicht getrennt voneinander, sondern setzen diese implizit gleich oder analysieren sie in Kombination. Die inhaltliche Differenzierung wird kaum beleuchtet (Huang, 2017). Hinzu kommt, dass sich der Großteil der Forschung auf Social Media Plattformen im engeren Sinne konzentriert, insbesondere auf Instagram, TikTok oder Facebook, während andere digitale Formattypen wie Foren oder Messenger Kommunikation in der Betrachtung seltener auftauchen (Frison & Eggermont, 2015).

Die Inhalte sozialer Medien lassen sich, trotz einer Vielzahl möglicher Klassifikationen, für die vorliegende Arbeit grob in drei zentrale Kategorien einteilen, die sich in ihren Merkmalen, ihrer Funktion und ihrer potenziellen Wirkung unterscheiden: *vergleichsorientierter Content*, *informativer Content* und unterhaltender Content (Whiting & Williams, 2013). In der vorliegenden Arbeit liegt der Fokus auf vergleichsorientiertem und informativem Content.

Vergleichsorientierter Content umfasst Beiträge, die gezielt oder indirekt soziale Vergleiche anregen. Typischerweise handelt es sich dabei um Inhalte, in denen Nutzende ein idealisiertes, erfolgreiches oder attraktives Selbstbild präsentieren, etwa durch Urlaubsfotos, ästhetische Selbstinszenierungen oder Hinweise auf soziale Anerkennung in Form von Likes und Kommentaren (Whiting & Williams, 2013). Solche Inhalte sind besonders verbreitet bei Influencern, die sogenannte Lifestyle-Kanälen haben oder bei populären Challenges auf TikTok oder Instagram mitmachen (Apotheken Umschau, 2023). Diese Darstellungen begünstigen sogenannte Aufwärtsvergleiche, bei denen das eigene Leben mit scheinbar überlegenen Vergleichspersonen verglichen wird (Suls, Martin & Wheeler, 2002).

Informativer Content hingegen dient primär dem Wissenserwerb, der Orientierung oder der sachlichen Informationsvermittlung. Solche Inhalte werden meist mit dem Ziel konsumiert, die eigene Meinungsbildung zu fördern (Whiting & Williams, 2013). Dazu zählen etwa Nachrichtenbeiträge, politische Kommentare, wissenschaftliche Videos oder Tutorials zu alltäglichen oder komplexen Themen. Ein weiteres Ziel kann darin bestehen, aktuelle Entwicklungen zu verfolgen oder persönliche Fähigkeiten auszubauen (Whiting & Williams, 2013). Studien zeigen, dass informativer Content vergleichsweise neutral oder sogar positiv auf das psychische Erleben wirken kann, da er die Selbstwirksamkeit stärkt und die Wahrnehmung von Kontrolle fördert (Whiting & Williams, 2013). Allerdings können auch hier Überforderungstendenzen auftreten, etwa wenn große

Mengen widersprüchlicher oder alarmierender Informationen, wie zum Beispiel in Krisensituationen, aufgenommen werden (Matthes et al., 2020).

Unterhaltende Inhalte sind schließlich darauf ausgerichtet, Aufmerksamkeit zu fesseln, kurzzeitig Emotionen zu wecken oder einfach abzulenken (Whiting & Williams, 2013). Dazu gehören Memes, lustige Kurzvideos, Musik-Clips oder virale Trends, wie sie auf TikTok oder Instagram Reels weit verbreitet sind. Ein übermäßiger oder impulsiver Konsum solcher Inhalte kann auch hier problematisch sein, etwa wenn, wie bereits erwähnt, Social Media zur dauerhaften Emotionsregulation eingesetzt wird (Hunt et al., 2018).

### **2.3 Psychisches Wohlbefinden im digitalen Kontext**

Wie sich die Nutzung sozialer Medien auf das psychische Wohlbefinden auswirkt, ist eine zentrale Frage, die mittlerweile in zahlreichen Studien untersucht wurde (Bányai et al., 2017). Dabei zeigen sich immer wieder Hinweise darauf, dass die verbrachte Zeit auf den sozialen Plattformen einen, wenn auch kleinen, Zusammenhang mit negativen psychischen Zuständen haben kann. Dies lässt sich gut in Tabelle 1 erkennen, in der die Ergebnisse einer umfassenden Meta-Analyse von Huang (2017) dargestellt sind. In dieser Meta-Analyse wurden die Ergebnisse von 61 Studien mit insgesamt 19.652 Personen ausgewertet. Im Durchschnitt lag das Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei etwa 22 Jahren. Das zentrale Ergebnis: Der Zusammenhang zwischen der auf sozialen Netzwerken verbrachten Zeit und dem allgemeinen psychischen Wohlbefinden war zwar insgesamt schwach, aber statistisch signifikant. Das heißt, je mehr Zeit jemand auf Social Media verbringt, desto eher kann das mit einem leicht schlechteren psychischen Zustand zusammenhängen. Spannend wird es, wenn man sich anschaut, welche psychischen Aspekte dabei besonders betroffen sind. Die Daten zeigen, dass positive Merkmale wie Selbstwertgefühl oder Lebenszufriedenheit kaum in Zusammenhang mit der Nutzungsdauer stehen. Anders sieht es bei negativen Gefühlen aus. Zusammenhänge mit Einsamkeit und depressiven Symptomen waren deutlich stärker. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass intensive Social Media Nutzungsdauer eher mit belastenden Gefühlen und einem allgemeinen Rückgang des Wohlbefindens als mit positiven Aspekten zusammenhängt. Auch das Geschlecht zeigte in der Analyse interessante Unterschiede.

In den wenigen Studien, in denen nur Männer untersucht wurden, lag der negative Zusammenhang mit dem Wohlbefinden deutlich höher als bei gemischten Gruppen oder reinen Frauengruppen. Allerdings sollte man diese Zahlen vorsichtig interpretieren, da nur sehr wenige ausschließlich männliche oder weibliche Gruppen in der Meta-Analyse enthalten waren (Huang, 2017).

**Tabelle 1**

*Moderatoranalysen der Meta-Analyse zum Zusammenhang zwischen Social Media Nutzung und psychischem Wohlbefinden (nach Huang, 2017)*

Indicator	k	Mean	95% CI		Q <sub>B</sub>
			Upper	Lower	
Publication outlet					2.29
Journal	45	-0.07	-0.10	-0.03	
Bachelor	5	-0.01	-0.16	0.14	
Master	5	-0.05	-0.19	0.09	
Doctor	8	-0.10	-0.20	0.00	
Conference	3	-0.12	-0.35	0.13	
Site					0.52
Facebook	50	-0.08	-0.11	-0.05	
SNS	13	-0.05	-0.12	0.01	
Scale of time spent					0.62
Likert	25	-0.09	-0.13	-0.04	
Ratio	15	-0.06	-0.11	-0.01	
PWB indicator					8.28*
Self-esteem	30	-0.04	-0.08	-0.00	
Loneliness	20	-0.08	-0.13	-0.04	
Life satisfaction	8	-0.03	-0.11	0.05	
Depression	24	-0.11	-0.15	-0.07	
Gender					6.04
Mixed	56	-0.06	-0.09	-0.04	
Female	4	-0.13	-0.32	0.08	
Male	3	-0.27	-0.59	0.13	

*Anmerkung.* \*  $p < 0.05$ . CI = Konfidenzintervall; PWB indicator = Indikator für psychisches Wohlbefinden. Die Richtung der Korrelationen zwischen der Zeit auf SNS und Depression sowie zwischen SNS und Einsamkeit wurde in dieser Tabelle umgekehrt dargestellt. Huang C. (2017). *Time Spent on Social Network Sites and Psychological Well-Being: A Meta-Analysis*. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*. 2017 Jun;20(6):346-354. doi: 10.1089/cyber.2016.0758. PMID: 28622031.

Während Huang (2017) in seiner Metaanalyse einen leicht negativen Zusammenhang zwischen der auf sozialen Netzwerken verbrachten Zeit und dem psychischen Wohlbefinden feststellte, zeigen aktuellere Übersichtsarbeiten, dass die Effekte deutlich differenzierter zu betrachten sind. Eine zentrale Untersuchung dazu ist die Umbrella Review von Valkenburg et al. (2022). Sie fasst 25 Reviews zusammen, darunter sieben Metaanalysen, die zwischen 2019 und Mitte 2021 veröffentlicht wurden. Die Autorinnen und Autoren kommen dort, wie man auch in der zusammenfassenden Tabelle 6 (Anhang) sehen kann, zu dem Ergebnis, dass die meisten Übersichtsarbeiten nur schwache oder uneinheitliche

Effekte der Social Media Nutzung auf die psychische Gesundheit feststellen. Nur wenige Studien berichten von klar negativen oder stark belastenden Auswirkungen. Die berichteten Korrelationen unterscheiden sich deutlich: Die allgemeine Nutzung sozialer Netzwerke steht in Zusammenhang mit einem leicht erhöhten psychischen Belastungserleben (Liu et al., 2019; Yin et al., 2019; Yoon et al., 2019). Andere Metaanalysen zeigen sogar keinen signifikanten Zusammenhang, wie etwa Cunningham et al. (2021) für die Nutzungsdauer bei Jugendlichen. Spezifischere Analysen zeigten jedoch, dass die Häufigkeit des Checkens von Social Media mit depressiven Symptomen und die gesamte Nutzungszeit mit erhöhtem Depressionsniveau (Liu et al., 2019) verbunden sein kann. Gleichzeitig gibt es auch schwache positive Effekte, zum Beispiel zwischen Netzwerkgröße und Lebenszufriedenheit mit oder Glück (Huang, 2021). Ein zentrales Problem vieler Studien ist aber, dass sie auf Querschnittsdaten beruhen. Deshalb lassen sich keine eindeutigen kausalen Aussagen treffen. Außerdem hängen die Effekte stark von der Art der Nutzung ab. Aktive, interaktive Tätigkeiten wie Posten oder Kommunizieren haben oft andere Auswirkungen als nur passiver Konsum (Valkenburg et al., 2022). Viele Reviews kritisieren zudem, dass der Fokus bisher zu sehr auf der reinen Nutzungsdauer lag, während qualitative Aspekte und individuelle Unterschiede zu wenig berücksichtigt wurden (Ivie et al., 2020). Ein weiteres wichtiges Ergebnis ist, dass vor allem problematische Social Media Nutzung deutlich stärker mit negativen Folgen wie Depression oder Schlafproblemen zusammenhängt als die bloße Nutzungszeit (Valkenburg et al., 2022). Bei allgemeiner Nutzung zeigen Studien jedoch, dass die Effekte sehr unterschiedlich ausfallen. Etwa 10-15% der Jugendlichen erleben negative Auswirkungen, ein ähnlich großer Teil berichtet sogar von positiven Effekten, und die Mehrheit bemerkt kaum Veränderungen. Valkenburg et al. (2022) betonen daher, dass die Auswirkungen von Social Media stark individuell und kontextabhängig sind. Statt pauschaler Aussagen sollte untersucht werden, wer unter welchen Bedingungen positive oder negative Erfahrungen macht.

## **2.4 Mechanismen sozialer Vergleiche in sozialen Medien**

Die Theorie der sozialen Vergleiche stammt vom Psychologen Leon Festinger (1954) und geht davon aus, dass Menschen ein grundlegendes Bedürfnis haben, ihre Meinungen, Fähigkeiten und ihren sozialen Status zu bewerten, indem sie sich mit anderen

vergleichen. „Menschen haben das Bedürfnis, sich an äußeren Bildern zu orientieren, um ihre eigenen Meinungen und Fähigkeiten bewerten zu können“ (Festinger, 1954, S.16). Solche „Bilder“ können reale Personen sein, aber auch idealisierte Darstellungen, wie sie auch in sozialen Medien verbreitet sind. Festinger betonte, dass soziale Vergleiche besonders dann stattfinden, wenn objektive Maßstäbe fehlen, und dass Menschen vor allem Personen bevorzugt vergleichen, die ihnen ähnlich sind. Je größer die wahrgenommene Ähnlichkeit, desto stärker beeinflusst sie die Selbsteinschätzung, während zu große Unterschiede die Vergleichsbereitschaft senken (Festinger, 1954). Besonders ausgeprägt ist der Wunsch nach aufwärtsgerichteten Vergleichen, also dem Blick auf Menschen, die als erfolgreicher, attraktiver oder beliebter wahrgenommen werden. Dies kann motivierend wirken, führt aber oft zu Selbstzweifeln, Unzufriedenheit oder Neidgefühlen, wenn die eigene Position als unzureichend empfunden wird (Suls et al., 2002). Abwärtsvergleiche dagegen dienen meist der Selbstberuhigung, indem man sich mit schlechter gestellten Personen vergleicht, etwa bei Krankheiten (Hakmiller, 1966). Spätere Forschungen zeigten, dass soziale Vergleiche nicht nur passiv, sondern auch gezielt und motivgesteuert ablaufen. Gründe können Selbstaufwertung, der Wunsch nach Klarheit oder die Einschätzung der eigenen sozialen Stellung sein (Suls et al., 2002). Zudem wird betont, dass Menschen mit ähnlichen Meinungen und Eigenschaften besonders großen Einfluss aufeinander ausüben (Suls et al., 2002).

Die Ergebnisse in Tabelle 2 verdeutlichen Zusammenhänge zwischen der Facebook Nutzung und der Wahrnehmung, dass andere ein besseres Leben führen bzw. glücklicher sind (Chou & Edge, 2012). Besonders deutlich zeigt sich dieser Effekt bei Nutzenden mit vielen nicht persönlich bekannten Kontakten. Gleichzeitig mildern reale soziale Kontakte, wie das Ausgehen mit Freunden, diese negativen Eindrücke etwas ab. Insgesamt deuten die Zusammenhänge also auf soziale Aufwärtsvergleiche hin, die durch die Plattformnutzung verstärkt werden können (Chou & Edge, 2012).

**Tabelle 2**

*Korrelationen zwischen Facebook-Nutzungsmerkmalen und der Wahrnehmung des Lebens anderer Personen (nach Chou & Edge, 2012)*

<i>Independent variables</i>	<i>A Others have a better life</i>	<i>B Others are happier</i>	<i>C Life is fair</i>
Years of using Facebook	0.07	0.16**	-0.12*
Number of hours spent on Facebook each week	0.11 <sup>+</sup>	0.13*	-0.07
Number of people listed as Facebook friends	-0.07	-0.16*	0.17**
Number of Facebook friends not personally known	0.16**	0.05	0.04
Number of hours going out with friends each week	-0.16*	-0.14*	0.09
Religiosity	-0.11 <sup>+</sup>	-0.11 <sup>+</sup>	0.13*
Gender (male)	0.02	0.01	0.03
Single without a steady dating partner	0.21 <sup>+</sup>	0.15	-0.10
Single with a steady dating partner	0.09	0.00	-0.02
Married	-0.08	-0.15	-0.04
<i>R</i> <sup>2</sup>	0.12	0.12	0.07
<i>F</i> -value	4.38***	4.22***	2.36*
<i>N</i>	327	328	332

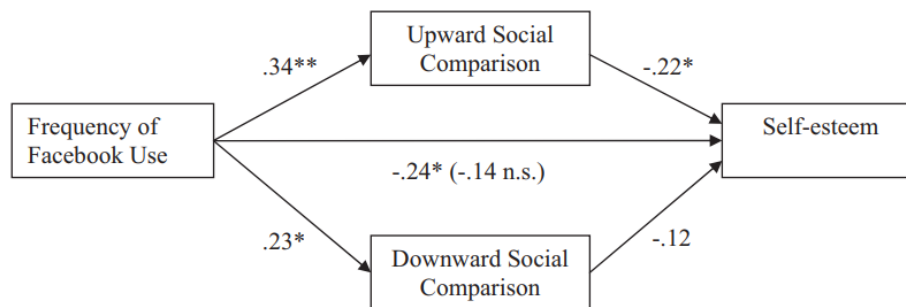
<sup>+</sup>*p* < 0.10; \**p* < 0.05; \*\**p* < 0.01; \*\*\**p* < 0.001.

*Anmerkung.* *p* < .10. \**p* < .05. \*\**p* < .001. \*\*\**p* < .0001. A = Wahrnehmung, dass andere ein besseres Leben haben; B = Wahrnehmung, dass andere glücklicher sind; C = Wahrnehmung, dass das Leben fair ist. Chou, H.-T. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>

Ein konkret anschauliches Beispiel für diesen Mechanismus im Zusammenhang mit Social Media liefern des Weiteren Vogel et al. (2014) in ihrer Studie. Sie zeigten, dass der negative Zusammenhang zwischen häufiger Facebook Nutzung und niedrigem Selbstwertgefühl vollständig durch aufwärtsgerichtete soziale Vergleiche vermittelt wird. In Abbildung 2 wird dies verdeutlicht. Vor der Kontrolle von Vergleichen zeigt sich ein signifikanter negativer Pfad von der Facebook Nutzungsfrequenz auf das Selbstwertgefühl. Nutzer, die Facebook häufiger verwenden, berichten über ein niedrigeres Selbstwertgefühl. Außerdem korreliert Facebook Nutzung positiv mit dem Ausmaß beider Arten sozialer Vergleiche, stärker aber mit den aufwärtsgerichteten als mit den abwärtsgerichteten. Nur die aufwärtsgerichteten Vergleiche sagten ein niedrigeres Selbstwertgefühl signifikant vorher, während abwärtsgerichtete Vergleiche keinen signifikanten Einfluss hatten.

## Abbildung 2

Vermittlung des Zusammenhangs zwischen Facebook-Nutzung (unabhängige Variable, UV) und Selbstwertgefühl (abhängige Variable, AV) über das Ausmaß aufwärts- und abwärtsgerichteter sozialer Vergleiche (Vogel et al., 2014, S. 211)



Wenn beide Mediatoren gleichzeitig in das Modell aufgenommen werden, verschwindet der direkte Effekt der Facebook Nutzung auf das Selbstwertgefühl. Das Bootstrap-Verfahren mit 5.000 Resamplings zeigt, dass nur der indirekte Pfad über aufwärtsgerichtete Vergleiche signifikant ist, während der Pfad über abwärtsgerichtete Vergleiche nicht signifikant ist. Insgesamt erklärt das Modell mit beiden Mediatoren 14% der Varianz im Selbstwert, während die reine Nutzung nur 4% erklärt.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass nicht die Nutzung an sich das Selbstwertgefühl senkt, sondern vor allem die Tendenz zu aufwärtsgerichteten Vergleichen, also das ständige Vergleichen mit scheinbar besseren Leben (Vogel et al., 2014). Besonders passive Nutzung wie reines Scrollen fördert solche Vergleiche und kann negative Emotionen wie Neid auslösen. Am stärksten betroffen sind Personen mit niedrigem Selbstwert oder depressiven Symptomen, bei denen soziale Medien sogar eine Abwärtsspirale auslösen können (Verduyn et al., 2020).

## 2.5 Theoretische Perspektiven auf kognitive Überlastung

Die Cognitive Load Theory (CLT) von John Sweller geht davon aus, dass Lernen dann besonders effektiv ist, wenn die kognitiven Kapazitäten des Arbeitsgedächtnisses optimal genutzt werden. Das Arbeitsgedächtnis kann nur eine sehr begrenzte Anzahl an Informationen gleichzeitig verarbeiten, während das Langzeitgedächtnis nahezu

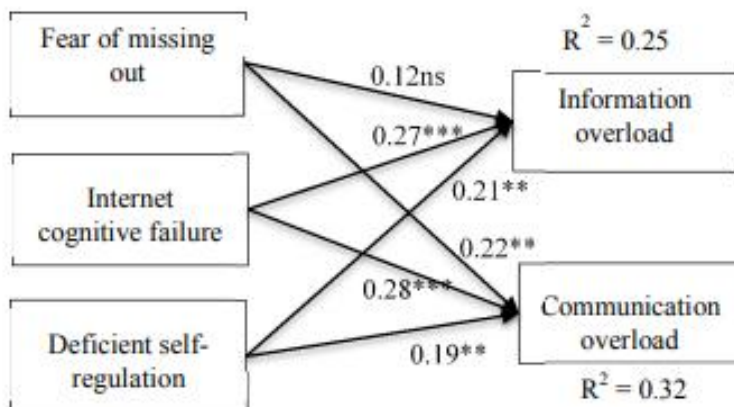
unbegrenzte Speicherkapazität besitzt (Sweller et al., 2011). Wenn Lerninhalte zu komplex oder schlecht aufbereitet sind, kann dies zu einer kognitiven Überlastung führen, wodurch neue Informationen schlechter aufgenommen oder langfristig gespeichert werden. Die Theorie unterscheidet dabei zwischen unvermeidbarer Belastung, die durch den Schwierigkeitsgrad des Stoffes entsteht, sowie vermeidbarer Belastung, die etwa durch ablenkende Reize, irrelevante Informationen oder auch eine ungünstige Darstellung verursacht wird. Ziel der Theorie ist es, Lernmaterialien so zu gestalten, dass möglichst wenig „extraneous load“ (überflüssige oder irrelevante Belastung) entsteht und mehr Kapazität für die inhaltlich relevante Verarbeitung („germane load“, also lernförderliche Verarbeitung) verfügbar bleibt. Empirisch wurde gezeigt, dass Lernende bei einer Reduktion von unnötiger Reizinformationen bessere Leistungen erzielen. So fanden Chandler und Sweller (1991), dass Lernende, die mit klar strukturierten und reduzierten Materialien arbeiteten, signifikant bessere Ergebnisse erzielten, als die die mit überladenen Darstellungen arbeiteten. Dies ist ein Effekt, der sich sogar in einer Leistungssteigerung von bis zu 30% zeigte (Sweller et al., 2011).

Eine angepasste Erweiterung dieses Ansatzes liefert die Studie von Whelan, Islam und Brooks (2017), die sich mit den Ursachen kognitiver Überlastung im Zusammenhang mit der Nutzung sozialer Medien befasst. Die Autoren untersuchten drei Aspekte kognitiver Kontrolle: Fear of Missing Out (FoMO), Internet Cognitive Failure (ICF) und Defizite in Selbstregulation. Unter ICF versteht man alltägliche Aufmerksamkeits- und Gedächtnisfehler im Umgang mit digitalen Medien. Diese Konstrukte wurden in Beziehung gesetzt zu zwei Dimensionen von sozialer Medienüberlastung: Informationsüberlastung und Kommunikationsüberlastung. (Whelan et al., 2017). Das in der Abbildung 3 dargestellte Pfaddiagramm veranschaulicht diese Zusammenhänge. Die Informationsüberlastung wird durch Internet Cognitive Failure und defiziente Selbstregulation erklärt, während Fear of Missing Out keinen signifikanten Einfluss auf diese Variable hat. Die Kommunikationsüberlastung hingegen wird durch alle drei Einflussfaktoren bestimmt, wobei mangelnde Selbstregulation den stärksten Effekt zeigt, gefolgt von ICF und FoMO. Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass nicht allein die Menge an Informationen oder die Vielzahl digitaler Kommunikationskanäle für die kognitive Belastung verantwortlich sind, sondern insbesondere individuelle Unterschiede in der Fähigkeit zur kognitiven Kontrolle eine Rolle spielen. Nutzerinnen und Nutzer, die Schwierigkeiten haben, ihre Aufmerksamkeit zu steuern, Informationen zu filtern oder ihre

Mediennutzung zu regulieren, sind besonders anfällig für kognitive Überlastung (Whelan et al., 2017).

### Abbildung 3

*Ergebnisse des Strukturgleichungsmodells, das den Einfluss von Fear of Missing Out, Internet Cognitive Failure und defizitärer Selbstregulation auf Informations- und Kommunikationsüberlastung darstellt (Whelan, Islam und Brooks, 2017, S.3)*



Eine aktuellere Studie ergänzt diese Ergebnisse, indem sie die Auswirkungen sozialer Mediennutzung auf die akademische Leistung im Rahmen der Cognitive Load Theory untersucht (Hameed et al., 2022). Dabei zeigte sich, dass insbesondere die nicht-akademische Nutzung sozialer Medien signifikant negativ mit der Studienleistung korreliert. Im Gegensatz dazu hatten akademische Nutzung und Social Media Multitasking keinen signifikanten Einfluss. Wichtig ist auch der moderierende Effekt von Social Media Self-Control Failure (SMSCF): Je geringer die Selbstkontrolle, desto stärker wirkt sich die nicht akademische Nutzung auf die Leistung aus. Diese Befunde zeigen, dass nicht allein die Nutzung sozialer Medien problematisch ist, sondern wie zuvor ausgeführt, die individuellen Unterschiede in der Selbstregulation zu der kognitiven Belastung und den Folgen davon beitragen (Hameed et al., 2022).

## 2.6 Narzissmus und Selbstdarstellung im Onlineumfeld

Narzissmus lässt sich als dimensionale Persönlichkeitseigenschaft verstehen, die „ein grandioses Selbstkonzept sowie Verhaltensweisen umfasst, die darauf abzielen, dieses Selbstkonzept gegenüber der Realität aufrechtzuerhalten“ (McCain & Campbell, 2018, S. 308). Soziale Medien bieten hierfür einen idealen Raum: Sie ermöglichen natürlich die gezielte Inszenierung, auch die unmittelbare soziale Rückmeldung sowie eine quantitative Messbarkeit von Sichtbarkeit und Zustimmung durch etwa Likes, Kommentare und Followerzahlen. Grandioser Narzissmus beschreibt eine Ausprägung narzisstischer Persönlichkeit, die durch ein überhöhtes Selbstwertgefühl, Extraversion und die Tendenz zur Selbstdarstellung geprägt ist. Personen mit grandiosen narzisstischen Zügen streben aktiv nach Bewunderung und auch sozialer Dominanz, neigen zu Überheblichkeit und schätzen sich selbst als außergewöhnlich ein (Campbell & Foster, 2007). Im Gegensatz dazu steht der vulnerable Narzissmus, der stärker mit Unsicherheit, Empfindlichkeit gegenüber Kritik und sozialem Rückzug verbunden ist (McCain & Campbell, 2018). Grandioser Narzissmus hängt insbesondere mit oberflächlichen Interaktionen auf sozialen Medien zusammen, etwa der Häufigkeit von Beiträgen oder Selfie-Posts (Casale & Banchi, 2020).

Eine große Meta-Analyse von McCain und Campbell (2018) mit knapp 12.000 Teilnehmenden belegt, dass grandioser Narzissmus signifikant mit verschiedenen Formen aktiver Nutzung von sozialen Medien korreliert. Die stärksten Zusammenhänge zeigten sich wie in Tabelle 3 zu sehen mit der Anzahl an Freunden und Followern, der Häufigkeit von Status-Updates sowie dem Posten von Selfies. Auch die reine Nutzungsdauer sozialer Medien stand positiv mit narzisstischen Tendenzen in Verbindung, wenn auch mit etwas geringerem Effekt. Besonders hohe Korrelationen traten in Internetstichproben auf, wohingegen Stichproben aus der allgemeinen Bevölkerung, MTurk oder universitäre Samples geringere Effekte zeigten. Dem gegenüber zeigten sich für den vulnerablen Narzissmus, eine Form des Narzissmus, bei der das Bedürfnis nach Anerkennung hinter Unsicherheit und einem geringen Selbstwertgefühl verborgen liegt, kaum signifikante Zusammenhänge. Das deutet darauf hin, dass eher grandiose Züge mit sichtbar expressiven Nutzungsformen wie Selfies, Statusmeldungen oder Kontaktzahlen korrelieren (McCain und Campbell, 2018).

**Tabelle 3**

*Meta-analytische Ergebnisse für vier Indikatoren grandiosen und vulnerablen Narzissmus (McCain und Campbell, 2018)*

Marker of social media use	Number of samples (k)	Number of participants (N)	Effect size (r)	95% CI	P-value	SE of P	Z	Q	DF	P	$\tau^2$
<b>Grandiose</b>											
Time spent	18	6,132	.11	[.04, .18]	.001	.03	3.23	96.33	17	<.0001	.017
Frequency of status updates	21	7,371	.18	[.11, .26]	<.0001	.04	4.67	113.6	19	<.0001	.029
Friends/followers	24	10,079	.20	[.14, .26]	<.0001	.03	6.49	156.94	23	<.0001	.019
Selfies	8	3,853	.14	[.06, .21]	<.0001	.04	3.60	50.31	11	<.0001	.009
<b>Vulnerable</b>											
Time spent	0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Frequency of status updates	3	575	.42	[-.01, .85]	.06	.22	1.91	97.52	2	<.0001	.14
Friends/followers	4	1,033	.21	[-.06, .49]	.12	.14	1.53	53.09	3	<.0001	.073
Selfies	3	967	.05	[-.02, .11]	.16	.03	1.40	1.17	2	.56	.003

*Anmerkung.* \* $p < .05$ . McCain, J. L., & Campbell, W. K. (2018). Narcissism and social media use: A meta-analytic review. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(3), 308-327. <https://doi.org/10.1037/ppm0000137>

Zusätzlich untersuchte auch eine groß angelegte norwegische Querschnittsstudie von Andreassen et al., 2017 mit 23.532 Teilnehmenden den Zusammenhang zwischen suchtartiger Social Media Nutzung, narzisstischen Persönlichkeitsmerkmalen und Selbstwertgefühl. Mit unter anderem der Hilfe des Narcissistic Personality Inventory zeigte sich eine signifikante positive Korrelation zwischen Narzissmus und suchtartigem Verhalten sowie eine negative Korrelation zwischen Selbstwert und Social Media Sucht (Andreassen et al., 2017). Die Autoren interpretieren, dass exzessive Nutzung sowohl dem Wunsch nach Selbstaufwertung als auch dem Ausgleich eines negativen Selbstbildes dienen kann. Da es sich jedoch um eine Querschnittsstudie handelt, lassen sich keine Aussagen über Kausalrichtungen ableiten.

## **2.7 Vergleich zweier Erklärungsansätze: Soziale Vergleiche vs. kognitive Überlastung**

Zwei zentrale Erklärungsansätze stehen im Fokus, wenn es darum geht, die negativen Auswirkungen sozialer Mediennutzung auf das psychische Wohlbefinden junger Erwachsener moderierend zu verstehen: die Theorie sozialer Vergleiche und das Konzept der kognitiven Überlastung. Während die Vergleichsperspektive eben genau davon ausgeht, dass Nutzer sich mit idealisierten Darstellungen anderer vergleichen und dadurch

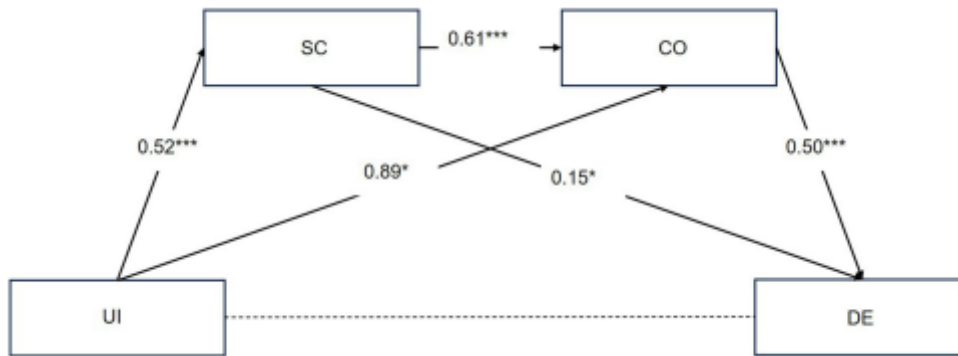
ein kritisches Selbstbild entwickeln, sagt die kognitive Sichtweise vor allem, dass die Überforderung durch zu viele Informationen, ständige Reize und digitale Multitasking Situationen entsteht.

Eine Studie von Yan et al. (2024) zeigt, dass diese beiden Prozesse nicht unabhängig voneinander ablaufen, sondern sich sogar gegenseitig verstärken können. In ihrer Untersuchung mit 568 Studierenden fanden die Autorinnen und Autoren heraus, dass sowohl aufwärtsgerichtete soziale Vergleiche als auch kognitive Überlastung signifikant mit depressiver Stimmung zusammenhängen, und zwar stärker als die bloße Nutzungsdauer sozialer Medien selbst. Was besonders wichtig ist, ist, dass die direkte Verbindung zwischen der Intensität der Social Media Nutzung und depressiver Verstimmung vollständig verschwand, sobald beide Mechanismen in die Analyse einbezogen wurden (Yan et al., 2024). Die Korrelationen der Studie belegen diese Zusammenhänge sehr klar. Die Intensität der Nutzung hing positiv mit aufwärtsgerichteten Vergleichen und kognitiver Überlastung zusammen. Noch enger war der Zusammenhang zwischen Vergleichen und Überlastung selbst. Besonders stark beeinflusste dann die kognitive Überlastung die depressive Stimmung. In einem sogenannten Kettenmodell zeigte sich, dass die depressive Verstimmung am stärksten durch den Weg „Vergleich → Überlastung → Stimmung“ erklärt wurde (Yan et al., 2024).

Im Anschluss an diese Ergebnisse veranschaulicht Abbildung 4 sehr deutlich, wie die einzelnen Faktoren miteinander zusammenhängen. Dort ist ein Pfaddiagramm zu sehen, das zeigt, welche Effekte besonders stark sind und wie sie sich gegenseitig beeinflussen. Die Abkürzung UI steht dabei für die Intensität der Social Media Nutzung, SC für aufwärtsgerichtete soziale Vergleiche, CO für kognitive Überlastung und DE für depressive Verstimmung. Wie aus den Ergebnissen hervorgeht, hängt die Nutzung von sozialen Medien stark mit sozialen Vergleichen zusammen (UI → SC), und diese Vergleiche wiederum führen deutlich zu kognitiver Überlastung (SC → CO). Auch ein direkter Zusammenhang zwischen Nutzung und Überlastung ist vorhanden (UI → CO), allerdings etwas schwächer. Beide Faktoren wirken sich auf die Stimmung aus. Besonders stark tut es die kognitive Überlastung (CO → DE) und in geringerem Maße auch die sozialen Vergleiche selbst (SC → DE). Entscheidend ist, der direkte Weg von der Nutzung zur depressiven Verstimmung (UI → DE) ist nicht mehr signifikant, wenn die anderen Variablen berücksichtigt werden. Das zeigt, dass depressive Gefühle durch Vergleiche und Überforderung zusammen entstehen.

#### Abbildung 4

Die kettenvermittelnde Wirkung von sozialem Vergleich und kognitiver Überlastung auf sozialen Netzwerken ( $N = 568$ ) (Yan et al., 2024, S. 2116)



Für diese Bachelorarbeit bedeutet das, dass die beiden theoretischen Ansätze sich nicht gegeneinander ausspielen lassen, sondern beide als Moderationsvariablen in die Analyse einbezogen werden. Gerade bei jüngeren Nutzern wie Studierenden ist es nicht nur der Druck, sich mit besseren Darstellungen anderer zu messen, sondern auch das Gefühl der mentalen Überforderung, welches daraus entstehen kann. Diese Erkenntnis ist wichtig, um die psychischen Auswirkungen digitaler Mediennutzung besser zu verstehen. In den folgenden Kapiteln wird gezielt untersucht, welcher dieser beiden Mechanismen eine stärkere Rolle für das Wohlbefinden junger Erwachsener spielt. Zusätzlich wird untersucht, ob sich die kombinierte Moderation, ähnlich wie von Yan et al. (2024) beschrieben, in den Daten bestätigen lässt.

## 2.8 Forschungsstand und Ableitung der Hypothesen

Viele Studien zeigen, dass die Nutzung von sozialen Medien mit verschiedenen Aspekten des psychischen Wohlbefindens zusammenhängen. Während ältere Arbeiten vor allem die Nutzungsdauer in den Mittelpunkt stellten (z.B. Huang, 2017), wird inzwischen deutlich, dass auch andere Faktoren wie die Art der Inhalte, die Art und Weise der Verarbeitung dieser und persönliche Merkmale eine wichtige Rolle spielen (Valkenburg et al., 2022).

Besonders zwei theoretische Ansätze haben sich dabei als hilfreich erwiesen: Das sind die Theorie der sozialen Vergleiche und das Konzept der kognitiven Überlastung. Die Theorie sozialer Vergleiche (Festinger, 1954) geht davon aus, dass Personen sich mit anderen vergleichen, um ihr Selbstbild besser einschätzen zu können. In sozialen Medien kann das durch idealisierte Beiträge noch verstärkt werden. Vogel et al. (2014) zeigen, dass vor allem Aufwärtsvergleiche mit geringerem Selbstwertgefühl und mehr depressiven Gedanken verbunden sind. Das Konzept der kognitiven Überlastung (Sweller et al., 2011) besagt dagegen, dass unser Gehirn nur eine begrenzte Menge an Informationen auf einmal verarbeiten kann. Wenn zu viele Reize oder Ablenkungen auf uns einprasseln, wie es bei Social Media durch ständige Updates und Multitasking schnell passiert, kann das zu Erschöpfung führen (Whelan et al., 2017; Hameed et al., 2022). Interessant ist eine neuere Studie von Yan et al. (2024), in der gezeigt wurde, dass soziale Vergleiche und kognitive Überlastung sich gegenseitig verstärken können. Beide Prozesse hängen mit depressiver Stimmung zusammen, und zwar deutlich stärker als die reine Dauer der Nutzung. Sobald diese beiden Faktoren in die Analyse einbezogen wurden, verschwand der direkte Zusammenhang zwischen Social Media Nutzung und depressiver Stimmung vollständig. Das heißt: Entscheidend ist nicht die Zeit am Smartphone, sondern die mentalen Prozesse, die während der Nutzung ablaufen.

Ein weiterer Ansatz bezieht sich auf die Persönlichkeit. So zeigen McCain und Campbell (2018), dass Personen mit stark ausgeprägtem Narzissmus soziale Medien besonders oft zur Selbstdarstellung nutzen, zum Beispiel durch Selfies, viele Status-Updates oder eine große Anzahl an Followern. Soziale Netzwerke bieten eine ideale Bühne für narzisstische Nutzer (Casale und Banchi, 2020). Außerdem zeigen Studien, dass narzisstische Menschen oft mehr Zeit mit Social Media verbringen (Andreassen et al., 2017).

Auf Grundlage dieses theoretischen und empirischen Forschungsstandes ergeben sich die folgenden *Hypothesen* für diese Arbeit:

*H1*: Es besteht ein negativer Zusammenhang zwischen der Nutzungsdauer sozialer Medien und dem psychischen Wohlbefinden.

*H2*: Inhalte, die soziale Vergleiche fördern, moderieren (verstärken) den negativen Zusammenhang zwischen der Nutzungsdauer sozialer Medien und dem psychischen Wohlbefinden.

*H3*: Der Anteil selbstdarstellender Beiträge korreliert positiv mit narzisstischen Tendenzen.

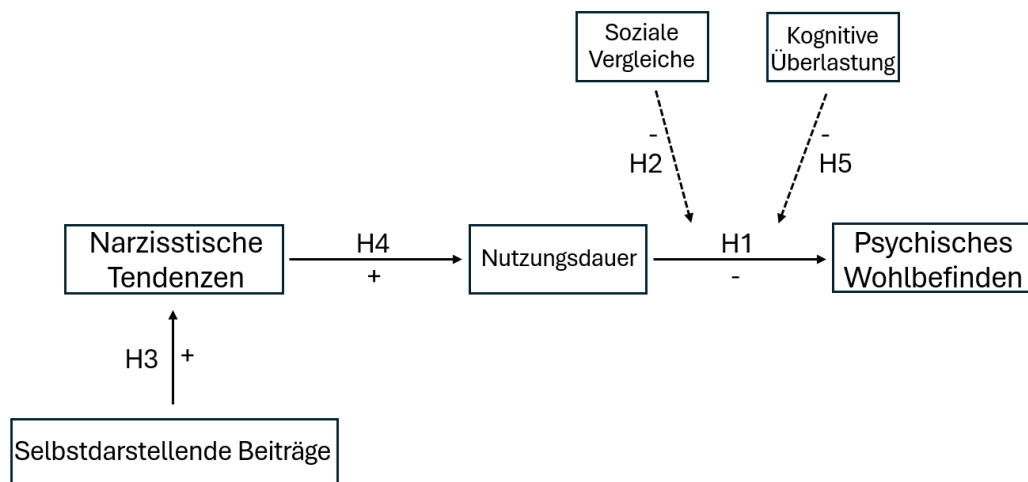
*H4*: Narzisstische Tendenzen stehen in positivem Zusammenhang mit der Nutzungsdauer sozialer Medien.

*H5*: Eine hohe kognitive Überlastung moderiert (verstärkt) den negativen Zusammenhang zwischen der Nutzungsdauer sozialer Medien und dem psychischen Wohlbefinden.

Abbildung 5 zeigt das Modell der geplanten Untersuchung welches sich daraus ergibt.

### Abbildung 5

Modell der geplanten Untersuchung (eigene Darstellung)



## 3 Methode

### 3.1 Stichprobe

Die Stichprobe der vorliegenden Untersuchung umfasste nach erfolgter Datenbereinigung insgesamt 33 Personen. Ausgangspunkt waren 59 begonnene Onlinefragebögen. Von diesen wurden 42 vollständig abgeschlossen. Zur Sicherung der Datenqualität wurden sechs Teilnehmende ausgeschlossen, da sie bei mindestens einer der integrierten Attention-Checkfragen nicht korrekt geantwortet haben. Darüber hinaus wurden drei weitere Personen ausgeschlossen, weil sie älter als 29 Jahre waren und demnach nicht zur Zielgruppe junger Erwachsener zählten. Damit verbleiben 33 vollständig ausgefüllte und bereinigte Datensätze für die statistische Auswertung. Die Teilnehmenden waren zwischen 19 und 29 Jahre alt. Das durchschnittliche Alter lag bei 23,1 Jahren ( $SD = 2,4$ ). Die Geschlechterverteilung innerhalb der bereinigten Stichprobe ergab 18 männliche (54,5%) und 15 weibliche (45,5%) Teilnehmende. Bei der beruflichen Tätigkeit waren die meisten Personen ( $n = 27$ ; 81,8%) als Studenten und Studentinnen eingeschrieben. Drei Personen gaben an, in Vollzeit zu arbeiten, zwei befanden sich in einer Ausbildung und eine Person ordnete sich der Kategorie „Sonstiges“ zu. Der höchste Bildungsabschluss war bei 23 Teilnehmenden das (Fach-)Abitur, bei acht Personen ein Bachelorabschluss und bei zwei Personen ein mittlerer Schulabschluss. Die Rekrutierung erfolgte über persönliche Kontakte, hochschulinterne E-Mail-Verteiler und durch soziale Medien. Die Teilnahme war freiwillig, anonym und unverbindlich. Es lag somit eine Gelegenheitsstichprobe vor. Eine gezielte Vorauswahl fand nicht statt, allerdings waren nur Teilnehmende in der finalen Analyse enthalten, die der Zielgruppe junger Erwachsener entsprachen und den Fragebogen vollständig sowie sorgfältig ausfüllten. Zur Einschätzung der statistischen Aussagekraft wurde im Vorfeld eine G\*Power-Analyse durchgeführt (Faul et al., 2007, 2009). Bei einem Signifikanzniveau von  $\alpha = .05$  und einer gewünschten Teststärke von 0.80 wäre für die Prüfung mittlerer Korrelationseffekte ( $r = .30$ ) ein Stichprobenumfang von mindestens 82 Personen erforderlich gewesen. Für Moderationsanalysen mit einem angenommenen mittleren Effekt ( $f^2 = 0.15$ ) ergab sich hier ein Mindestumfang von 68 Personen. Die tatsächlich bereinigte Stichprobe von 33 Personen liegt somit deutlich unter dieser Schwelle, was bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden musste.

### 3.2 Untersuchungsdesign und -durchführung

Die Untersuchung folgte einem quantitativen, nicht-experimentellen Querschnittsdesign, das auf einem Online-Fragebogen basierte. Die Umfrage für die Datenerhebung wurde ausschließlich über die Plattform LimeSurvey durchgeführt. Diese Methode wurde gewählt, um einen ökonomischen und einen zeitlich flexiblen Zugang zu einer möglichst breiten Stichprobe von jungen Erwachsenen möglich zu machen. Gleichzeitig wird durch die weitgehende Standardisierung des Fragebogens eine gute objektive Auswertung und vergleichbare Ergebnisse über alle Teilnehmenden hinweg ermöglicht.

Die zentrale unabhängige Variable (uV) ist die tägliche Nutzungsdauer sozialer Medien, gemessen in Minuten. Die abhängige Variable (aV) 1 ist das psychische Wohlbefinden. Es wird erwartet, dass dieses in negativem Zusammenhang zur Nutzungsdauer steht. Dieser direkte Zusammenhang wird dann in zwei Hypothesen durch Moderatoren spezifiziert. Zum einen wird vermutet, dass soziale Vergleiche als Moderator wirken, indem sie den negativen Einfluss der Nutzungsdauer auf das Wohlbefinden verstärken. Zum anderen soll auch kognitive Überlastung als Moderator denselben Zusammenhang negativ beeinflussen. Darüber hinaus wird ein weiterer Zusammenhang betrachtet. Der Anteil selbstdarstellender Beiträge ist eine unabhängige Variable, die positiv mit narzisstischen Tendenzen zusammenhängt. Diese narzisstischen Tendenzen stellen eine abhängige Variable dar, die wiederum die Nutzungsdauer erhöhen soll. In einem nächsten Schritt fungieren narzisstische Tendenzen wiederum als unabhängige Variable, da angenommen wird, dass sie mit einer erhöhten Nutzungsdauer sozialer Medien verbunden ist. Damit ist das Modell zweigeteilt. Einerseits wird der Einfluss der Persönlichkeit (Selbstdarstellung und Narzissmus) auf die Nutzungsdauer sozialer Medien untersucht. Andererseits geht es um die psychologischen Prozesse, die während der Nutzung wirken (soziale Vergleiche und kognitive Überlastung) und deren Effekt auf das psychische Wohlbefinden.

Teilnehmende erhielten über einen Link Zugang zur Umfrage und wurden zu Beginn über den Zweck und den Ablauf informiert. Die durchschnittliche Bearbeitungsdauer lag bei etwa 8,9 Minuten (7 bis 10 Minuten). Um die Verfälschung der Antworten durch z.B. sozialer Erwünschtheit zu minimieren, wurden sowohl der Titel der Studie als auch die Bezeichnungen sensibler Bereiche wie „Narzissmus“ oder „psychisches Wohlbefinden“ bewusst neutral oder allgemein formuliert (Wahrnehmung und Erfahrungen im Alltag, Persönliche Einschätzung der Verhaltensweise). Die Reihenfolge der Frageblöcke

war für alle Teilnehmenden gleich. Nach einer kurzen Einleitung und der Einverständniserklärung startete die Erhebung mit allgemeinen Angaben zur Mediennutzung. Im ersten Block wurde die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer auf sozialen Medien erfasst sowie auch Angaben zu den meistgenutzten Plattformen gemacht. Anschließend folgten Fragen zum aktiven Verhalten in sozialen Medien, wie etwa Häufigkeit von Beiträgen, Art der veröffentlichten Inhalte und die Neigung zu sozialen Vergleichen. Danach wurden der wahrgenommene Inhaltstyp (neutral vs. Aufwärtsvergleichsfördernd) sowie das Konsumverhalten unterschiedlicher Inhaltsarten (z.B. Unterhaltung, Bildung, Luxus) abgefragt. Im Anschluss daran wurde die psychische Verfassung der Teilnehmenden innerhalb der letzten zwei Wochen erhoben. Diese Fragen dienten der Erfassung des allgemeinen Wohlbefindens, möglicher Überlastung durch digitale Medien sowie depressiver Symptomatik. Im darauffolgenden Abschnitt wurde die persönliche Empfindung von narzisstischen Tendenzen abgefragt. Zum Abschluss wurden soziodemografische Angaben gefragt, darunter Alter, Geschlecht, Berufstätigkeit und höchster Bildungsabschluss. Die Umfrage endete mit einem kurzen Dank für die Teilnahme und dem Hinweis, dass bei psychischer Belastung professionelle Hilfe in Anspruch genommen werden kann.

### **3.3 Erhebungsinstrumente und -material**

Die Befragung umfasste verschiedene Messinstrumente, die größtenteils auf bestehenden und validierten Skalen basierten, bei Fragen zu Inhalten und Selbstdarstellung jedoch auch eigene konzipierte Items enthielten. Die zentrale unabhängige Variable der täglichen Nutzungsdauer sozialer Medien wurde über eine offene Selbsteinschätzung in Minuten pro Tag erhoben. Außerdem konnte man auf freiwilliger Basis einen Screenshot seiner Screen-Time als Bild hochladen. Zusätzlich wurde durch das Ziehen in eine Rangskala erfragt, welche Plattformen (Instagram, YouTube, Facebook, X, TikTok) von den Teilnehmenden am häufigsten bis seltensten genutzt werden. Die zweite unabhängige Variable, der Anteil selbstdarstellender Beiträge, wurde auch anhand Selbsteinschätzungsfragen erhoben. Dazu gehörte unter anderem die Angabe, wie viele der letzten zehn eigenen Beiträge ein Selfie oder schon allein die eigene Person im Bild enthielten, was durch einen Schieberegler von 1 bis 10 möglich war. Auch die generelle Häufigkeit eigener Posts wurde erfragt. Zur Messung narzisstischer Tendenzen wurde die deutschsprachige Version des Narcissistic Personality Inventory (NPI) von Schütz, Marcus und Sellin

(2004) eingesetzt. Das Instrument besteht aus einer Reihe von Aussagepaaren, bei denen die Teilnehmenden jeweils eine der beiden Antwortmöglichkeiten auswählen mussten. Die Items decken typische Dimensionen narzisstischer Ausprägungen ab, etwa Führungsanspruch, Bedürfnis nach Bewunderung oder Selbsteinschätzung. Ein Beispielitem lautet: „Ich habe eine natürliche Begabung, auf Menschen Einfluss zu nehmen“ versus „Ich kann nicht besonders gut Einfluss auf jemanden ausüben. Das Cronbach's Alpha lag in vergleichbaren Untersuchungen bei etwa  $\alpha = 0.80$  (Bottaro et.al., 2025). Das psychische Wohlbefinden als zentrale abhängige Variable wurde mit der WHO-5 Well-Being Index Skala operationalisiert. Diese umfasst fünf Items und wird auf einer Skala von „Zu keinem Zeitpunkt“ bis „Die ganze Zeit“ erfasst. Beispielitems sind „Ich habe mich in der letzten Zeit ruhig und entspannt gefühlt“ oder „Ich war froh und guter Laune“. Die interne Konsistenz dieser Skala liegt bei  $\alpha = 0.89$  (Bech et al., 2003). Ursprünglich waren zusätzlich die Warwick-Edinburgh Mental Well-Being Scale (SWEMWBS) und die Flourishing Scale vorgesehen, aber um redundante Erhebungen zu vermeiden, wurde im finalen Fragebogen nur die WHO-5 und der CES-D verwendet. Zur Erhebung der Moderation von kognitiver Überlastung wurde eine verkürzte Fassung der Social Media Fatigue Scale von Zhang et al. verwendet, die Aussagen zur mentalen Erschöpfung im Zusammenhang mit Social Media Nutzung enthält (Zhang et al., 2021). Ein Beispielitem lautet: „Ich fühle mich nach längerer Social Media Nutzung geistig ausgelaugt.“ Die Skala zeigt dort eine gute interne Konsistenz bei Cronbach's  $\alpha = 0.83$  (Zhang et. al., 2021). Soziale Vergleiche als Moderatorvariable wurden mit mehreren selbst entwickelten Items erfasst. Die Teilnehmenden sollten angeben, in welchem Ausmaß sie sich auf Social Media mit andern vergleichen (z. B. „Wenn Sie auf Social Media unterwegs sind, vergleichen Sie sich dann oft mit anderen Nutzern?“, 1 = nie, 5 = sehr häufig). Zusätzlich wurde erfasst, wie die Teilnehmenden den dominierenden Stil der konsumierten Inhalte einschätzten („Wie würden Sie den größten Teil der Inhalte beschreiben, die Sie konsumieren?“, 1 = überwiegend neutrale, informative Inhalte, 5 = überwiegend aufwärtsvergleichsfördernde Inhalte). Darüber hinaus wurde die Häufigkeit des Konsums bestimmter Inhaltskategorien abgefragt. Dazu gehörten Lifestyle- und Luxusinhalte (z. B. teure Reisen, Markenmode) oder Fitness- und Schönheitsinhalte (z. B. Idealfiguren, Vorher-Nachher-Bilder). Zur Kontrolle sozialer Erwünschtheit wurden einzelne Items aus der Marlowe-Crowne Social Desirability Scale integriert, etwa Aussagen wie „Ich habe noch nie jemanden absichtlich verletzt“ oder „Ich halte mich immer an Regeln“ (Crowne & Marlowe, 1960). Darüber

hinaus wurden zur Erhebung depressiver Symptome Teile der deutschen Version der Center for Epidemiologic Studies Depression Scale (CES-D) verwendet (Schmitt, 2015). Die Skala erfasst, wie häufig bestimmte Symptome depressiver Verstimmung in den letzten zwei Wochen aufgetreten sind. Die Antwortmöglichkeiten reichen von „überhaupt nicht oder weniger als 1 Tag“ bis „fast jeden Tag in den letzten zwei Wochen“. Typische Items lauten etwa: „Ich fühlte mich traurig“ oder „Ich hatte Probleme einzuschlafen“. Obwohl beide Skalen unterschiedliche Aspekte psychischen Befindens erfassen, wurde für die Haupthypothesentests der WHO-5 genutzt, da er besser zu den theoretischen Annahmen der Studie passt. Um die Qualität der Daten sicherzustellen, wurden an verschiedenen Stellen sogenannte Instructional Manipulation Checks (IMCs) eingebaut, die als Überprüfung der Aufmerksamkeit gedient haben. Ein Beispiel ist ein Item mit einer klaren Instruktion, eine bestimmte Antwortoption auszuwählen („Bitte wählen Sie ‚fast jeden Tag in den letzten 2 Wochen‘ für diese Zeile“), welches in eine Item-Matrix eingebettet war. Ebenfalls wurde auch bewusst eine redundante Aussage verwendet, wo es nur eine klare Antwort gibt, um die Antwortkonsistenz zu prüfen. Ein sehr irrelevantes Item („Ich trinke regelmäßig Wasser“ vs. „Ich meide Wasser so gut es geht“) diente hier dann der Kontrolle auf Unachtsamkeit oder auch systematisches Antwortverhalten. Alle nicht-demografischen Items wurden im Forced-Choice Format dargeboten. Alle Skalen wurden in deutscher Sprache dargeboten und, sofern nicht im Original auf Deutsch verfügbar, sprachlich angepasst. Die Teilnahme war freiwillig, anonym und konnte jederzeit abgebrochen werden. Der komplett verwendete Fragebogen befindet sich zur Veranschaulichung als Bild im Anhang wieder.

### **3.4 Datenaufbereitung und statistische Verfahren**

Die Datenanalyse wurde mit der Statistiksoftware JASP (Version 0.19.3.0) durchgeführt. Vor der eigentlichen Auswertung erfolgte noch eine systematische Datenaufbereitung. Zunächst wurden unvollständige Datensätze sowie Personen ausgeschlossen, die bei Kontrollfragen auffällig antworteten oder nicht zur Zielgruppe gehörten (siehe Abschnitt 3.1 Stichprobe). Zur deskriptiven Auswertung wurden Mittelwert, Median, Standardabweichung, Minimum, Maximum, Shapiro-Wilk zum Test auf Normalverteilung und Häufigkeiten der Auswertungen berechnet. Grafisch wurden die Daten

mithilfe von Histogrammen und Boxplots dargestellt (Anhang). Außerdem wurde die interne Konsistenz (Cronbachs Alpha) der eingesetzten Skalen berechnet, um deren Messzuverlässigkeit zu überprüfen. Eine Tabelle stellt die zweiseitige Korrelationsanalyse für die Ergebnisse dar. Zur weiteren Überprüfung der Hypothesen wurden verschiedene inferenzstatistische Verfahren eingesetzt, die sich am Typ der Hypothese und an der Reihenfolge orientieren. Grafisch wurden diese mit Korrelationen sowie linearen Regressionen mit Interaktionseffekt dargestellt. Die Hypothesen H1, H3 und H4 prüfen Zusammenhänge zwischen zwei metrischen Variablen. Dafür wurde jeweils der Pearson-Korrelationskoeffizient berechnet (hier je nach Hypothese jeweils einseitiger Test,  $\alpha = .05$ ). Es wurde außerdem über  $R^2$ -Werte berichtet, um die Größe der Zusammenhänge zu beurteilen und auch hier wurde der Shapiro-Wilk-Test auf Normalverteilung errechnet. H1 untersucht den Zusammenhang zwischen Social Media Nutzungsdauer und dem WHO 5 Score. H3 prüft den Zusammenhang zwischen dem Anteil selbstdarstellender Beiträge und dem Narzissmus Score (NPI). H4 bezieht sich auf die Beziehung zwischen Narzissmus Score und Social Media Nutzungsdauer. Für die Moderationshypothesen H2 und H5 wurde eine lineare Regressionsanalyse mit Interaktionsterm durchgeführt. Dabei wurde im ersten Schritt das Haupteffektmodell (z.B. Einfluss der Nutzungsdauer auf den WHO 5 Score) berechnet. Im zweiten Schritt wurde ein Interaktionsterm zwischen der unabhängigen Variable (Nutzungsdauer) und dem jeweiligen Moderator (Inhaltstyp Aufwärtsvergleich bzw. Fatigue) in das Modell aufgenommen. Zusätzlich wurden Regressionsgeraden eingefügt, um die Richtung und Stärke des Effekts grafisch darzustellen. Anschließend wurden fehlende Werte identifiziert und in den bereinigten Datensätzen ausgeschlossen. Zur Erkennung von potenziellen Ausreißern wurden zusätzlich Z-Werte<sup>1</sup> ( $> |3.29|$ ) berechnet. Zum Schluss wurden beide Moderatoren in einem gemeinsamen Modell getestet, um ihre gleichzeitigen Effekte auf den Zusammenhang zwischen Social Media Nutzungsdauer und WHO-5-Score zu prüfen.

---

<sup>1</sup> Ein Z-Wert über  $\pm 3.29$  gilt als potenzieller Ausreißer bei einem Signifikanzniveau von  $p < .001$  (Field, 2018).

## 4 Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Untersuchung zu den Zusammenhängen zwischen Social Media Nutzung, psychischem Wohlbefinden, Narzissmus, kognitiver Überlastung (Fatigue) und der Art der konsumierten Inhalte dargestellt. Zuerst werden in Kapitel 4.1 die deskriptiven Statistiken der zentralen Variablen gezeigt. Dazu gehören Mittelwerte, Streuungen, Verteilungen sowie die Pearson-Korrelationen zwischen den Variablen. Ergänzend veranschaulichen auch Histogramme, Boxplots und die Ergebnisse der Shapiro-Wilk-Tests die Verteilungseigenschaften. Anschließend folgt in Kapitel 4.2 die inferenzstatistische Prüfung der Hypothesen. Hierbei werden gerichtete Pearson-Korrelationen sowie lineare Regressionsanalysen mit Moderationseffekten eingesetzt, um die Zusammenhänge zwischen den Variablen und den möglichen moderierenden Einflüssen zu untersuchen. Neben den Korrelations- und Regressionswerten werden auch Effektgrößen und Signifikanzniveaus errechnet, um die Stärke der beobachteten Effekte einzuordnen. Diese vollständige Darstellung der Ergebnisse bildet die Grundlage für die Interpretation und Diskussion dieser in Kapitel 5.

### 4.1 Deskriptivstatistische Datenanalyse

Zu Beginn werden die wichtigsten Variablen, die für die Überprüfung der Hypothesen relevant sind, mithilfe der deskriptiven Statistik dargestellt. Tabelle 4 zeigt die Mittelwerte, Mediane, Standardabweichungen, Minima und Maxima sowie die Ergebnisse der Shapiro-Wilk-Tests für alle erhobenen Variablen: Nutzungsdauer sozialer Medien (Minuten), WHO-5 Score (0 niedrig – 25 hoch) als Maß des psychischen Wohlbefindens, Narzissmus-Score (NPI) (0 niedrig - 19 hoch), Selbstdarstellungsanteil der letzten 10 Beiträge (0 niedrig – 10 hoch), Fatigue Score (niedrig 1 – 5 hoch) und Inhaltstyp Aufwärtsvergleich (niedrig 1 - 5 hoch). Diese Kennwerte geben einen Überblick über die Verteilungen und die zentrale Tendenz der Daten. Im Anhang werden in den Abbildungen 6 bis 11 Boxplots und dazugehörige Histogramme für jede Variable dargestellt, um die Streuung, Ausreißer und die Verteilungseigenschaften visuell nachvollziehbar zu machen. Dabei ist die X-Achse immer durch die Werte der untersuchten Variablen gekennzeichnet (z.B. 180 Minuten Nutzungsdauer, ein NPI-Score von 3, ...), während die Y-

Achse jeweils die Anzahl der Teilnehmenden zeigt, die den entsprechenden Wert aufweisen.

**Tabelle 4**

*Deskriptiver Überblick über zentrale Tendenzen, Streuungen und Verteilungen der erhobenen Variablen*

*Descriptive Statistics*

	Nutzungs- dauer (Minuten)	Narziss- mus- Score (NPI)	Selbst- darstel- lung	Fatigue Score (1-5)	Inhalts- typ Auf- wärts- verge- leich	WHO-5 Score (0-25)
Valid	33	33	33	33	33	33
Missing	0	0	0	0	0	0
Median	180.00	7.00	1.00	3.40	2.75	16.00
Mean	199.69	6.84	3.66	3.20	2.84	15.30
Std. Devi- ation	142.83	3.26	4.10	1.06	0.69	5.28
Shapiro- Wilk	0.800	0.961	0.781	0.947	0.978	0.937
P-value of Shapiro- Wilk	< .001	0.280	< .001	0.111	0.727	0.054
Minimum	50.00	1.00	0.00	1.00	1.50	4.00
Maximum	720.00	14.00	10.00	4.80	4.25	25.00

Die Reliabilitäten der eingesetzten Skalen wurden bereits in Kapitel 3.3 beschrieben. Für die eigenen Daten ergaben die Berechnungen folgende interne Konsistenzen: Der WHO 5 Fragebogen zeigt eine sehr hohe Reliabilität (Cronbach's  $\alpha = 0.91$ ), die Social Media Fatigue Scale (SMFS) weist ebenfalls eine hohe Reliabilität auf (Cronbach's  $\alpha = 0.86$ ) und der Narcissistic Personality Inventory (NPI) erreicht auch eine noch relativ zufriedenstellende interne Konsistenz (Cronbach's  $\alpha = 0.67$ ). Außerdem gab es keine Auffälligkeiten bei der Auswertung der Marlowe-Crowne Social Desirability Scale zur Antwort auf soziale Erwünschtheit.

In Tabelle 5 werden die Pearson-Korrelationen aller Variablen dargestellt. Diese Tabelle gibt einen vollständigen Überblick über die Stärke und Richtung der bivariaten Zusammenhänge sowie deren Signifikanz (diese liegt bei  $p < .05$ ). Hier zeigt sich: Der

Zusammenhang zwischen Nutzungsdauer und WHO-5 Score ist sehr gering und nicht signifikant ( $r = -.076, p = .674$ ). Ein signifikanter negativer Zusammenhang besteht zwischen Inhaltstyp Aufwärtsvergleich und psychischem Wohlbefinden ( $r = -.518, p = .002$ ). Alle weiteren Zusammenhänge fallen schwach und nicht signifikant aus. Die in der Tabelle berichteten p Werte basieren auf zweiseitigen Korrelationsanalysen und dienen der deskriptiven Übersicht. Für die anschließende inferenzstatistische Überprüfung der gerichteten Hypothesen werden einseitige Tests herangezogen.

**Tabelle 5**

*Darstellung aller Korrelationen (r und p-Werte) zwischen den Variablen*

Variable	Nutzungsdauer (Minuten)	WHO-5 Score (0-25)	Selbstdarstellung	Inhaltstyp Aufwärtsvergleich	Fatigue Score (1-5)	Narzissmus-Score (NPI)
1. Nutzungsdauer (Minuten)	—	$r = -.076, p = .674$	$r = .313, p = .076$	$r = .118, p = .514$	$r = -.118, p = .512$	$r = -.141, p = .433$
2. WHO-5 Score (0-25)	$r = -.076, p = .674$	—	$r = -.096, p = .595$	$r = -.518^{**}, p = .002$	$r = -.265, p = .136$	$r = -.099, p = .585$
3. Selbstdarstellung	$r = .313, p = .076$	$r = -.096, p = .595$	—	$r = .094, p = .605$	$r = .096, p = .593$	$r = .043, p = .812$
4. Inhaltstyp Aufwärtsvergleich	$r = .118, p = .514$	$r = -.518^{**}, p = .002$	$r = .094, p = .605$	—	$r = .224, p = .209$	$r = .075, p = .679$
5. Fatigue Score (1-5)	$r = -.118, p = .512$	$r = -.265, p = .136$	$r = .096, p = .593$	$r = .224, p = .209$	—	$r = .137, p = .446$
6. Narzissmus-Score (NPI)	$r = -.141, p = .433$	$r = -.099, p = .585$	$r = .043, p = .812$	$r = .075, p = .679$	$r = .137, p = .446$	—

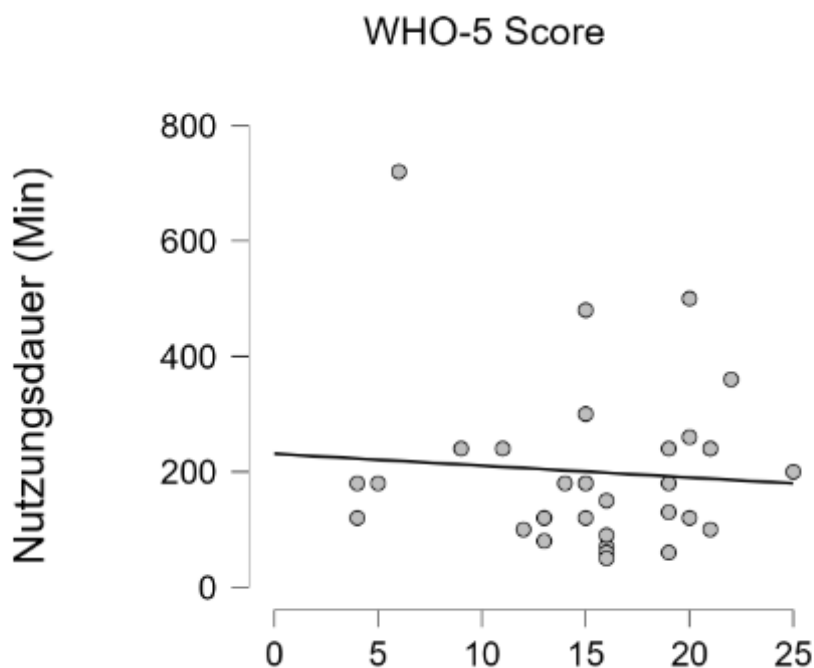
Bei den einseitigen Testungen zeigte die Testung auf positive Zusammenhänge außerdem einen signifikanten Zusammenhang zwischen Selbstdarstellung und Nutzungsdauer ( $r = .313, p = .038$ ), der in der zweiseitigen Analyse nicht erkennbar war.

## 4.2 Inferenzstatistische Prüfung der Hypothesen

Zur Überprüfung von Hypothese 1 wurde die Korrelation zwischen der täglichen Nutzungsdauer sozialer Medien und dem psychischen Wohlbefinden (WHO 5 Score) berechnet. Dabei wurde ein einseitiger Pearson Korrelationstest für einen negativen Zusammenhang durchgeführt. Der Korrelationskoeffizient beträgt  $r = -.076$  bei einem p Wert von .337 (einseitig). Der Shapiro Wilk Test auf bivariate Normalverteilung ergab  $W = .875$  ( $p < .001$ ). Der zugehörige Korrelationsplot in Abbildung 6 zeigt die Streuung der Datenpunkte und die lineare Anpassung der Werte. Der WHO 5 Score reicht von 0 (besonders schlechtes Wohlbefinden) bis 25 (sehr gutes Wohlbefinden).

### Abbildung 6

*Zusammenhang zwischen der Nutzungszeit und dem WHO-5-Score*

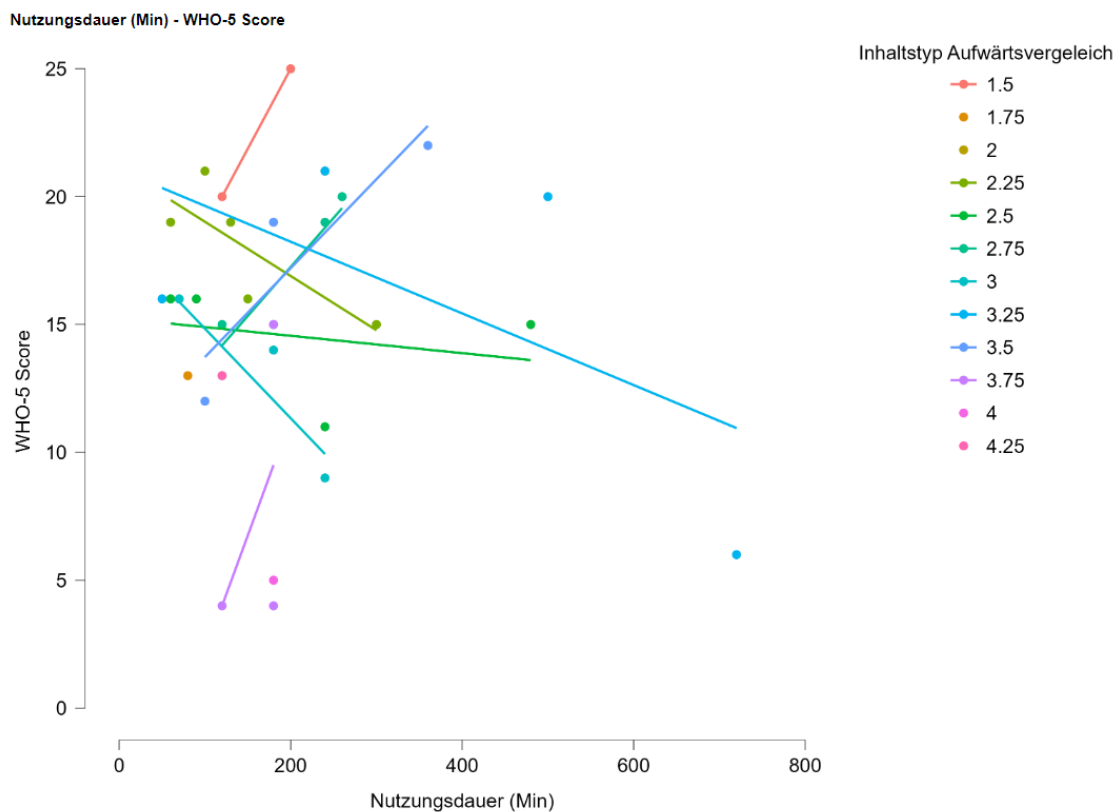


Zur Überprüfung von Hypothese 2 wurde eine Moderationsanalyse mittels linearer Regression durchgeführt. Dabei wurde der WHO 5 Score als abhängige Variable (AV) verwendet, die Nutzungsdauer sozialer Medien in Minuten als unabhängige Variable (UV) und der Inhaltstyp Aufwärtsvergleich (1 = niedrig, 5 = hoch) als Moderator. Zusätzlich wurde die Interaktion zwischen Nutzungsdauer und Inhaltstyp in das Modell aufgenommen. Das Gesamtmodell erklärt 26,9% der Varianz des WHO 5 Scores ( $R^2 = .269$ ,  $adj. R^2 = .193$ ) und ist insgesamt signifikant,  $F(3,29) = 3.550$ ,  $p = .026$ . Die

Regressionskoeffizienten des Modells sind: Intercept  $B = 26.972$ ,  $SE = 7.727$ ,  $t = 3.491$ ,  $p = .002$ ; Nutzungsdauer (Min)  $B = -.003$ ,  $SE = .043$ ,  $\beta = -0.086$ ,  $t = .075$ ,  $p = .941$ ; Inhaltstyp Aufwärtsvergleich  $B = -4.050$ ,  $SE = 2.581$ ,  $\beta = -.535$ ,  $t = -1.569$ ,  $p = .127$ ; Interaktion Nutzungsdauer  $\times$  Inhaltstyp  $B = 8.693 \times 10^{-4}$ ,  $SE = .014$ ,  $\beta = .076$ ,  $t = .062$ ,  $p = .951$ . Der Shapiro Wilk Test auf bivariate Normalverteilung ergab  $W = .890$  ( $p < .001$ ). Der zugehörige Moderationsplot ist in Abbildung 7 dargestellt und zeigt die Streuung der Datenpunkte sowie die Regressionslinien für unterschiedliche Ausprägungen des Inhaltstyps Aufwärtsvergleich.

### Abbildung 7

Zusammenhang zwischen der Nutzungsdauer (Minuten) und dem WHO-5 Score in Abhängigkeit vom Inhaltstyp soziale Aufwärtsvergleiche (Moderationsanalyse)

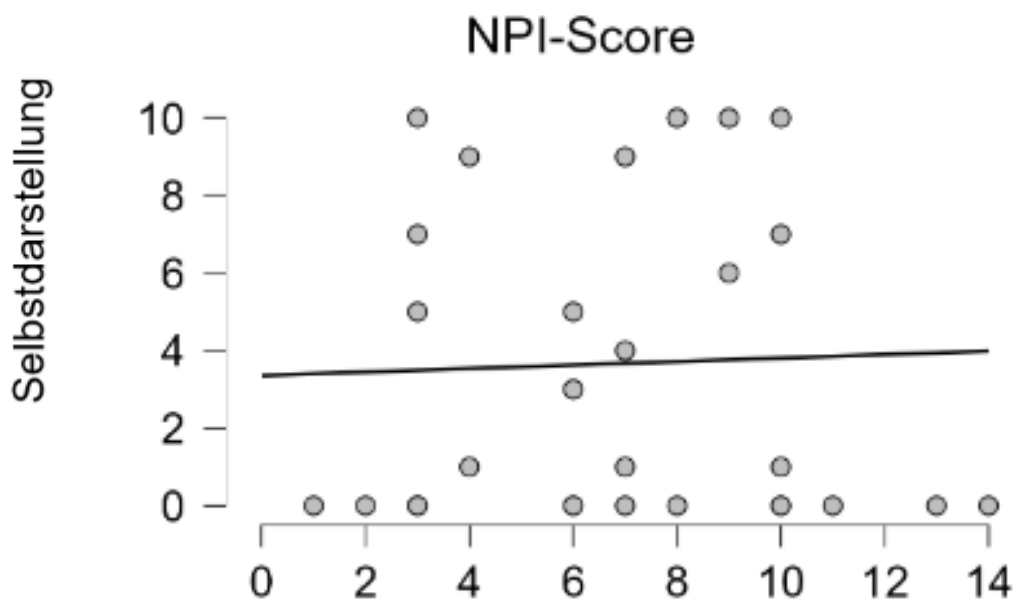


Zur Überprüfung von Hypothese 3 wurde die Korrelation zwischen dem Selbstdarstellungsverhalten und dem Narzissmus Score (NPI) berechnet. Das Selbstdarstellungsverhalten wurde operationalisiert als die Anzahl der letzten zehn veröffentlichten Beiträge, in denen die Person selbst zu erkennen ist (0-10). Der NPI-Score reicht von 0 (überhaupt nicht narzisstisch) bis 19 (stark narzisstisch) und wurde aus 20 Fragen

berechnet, wobei jede narzisstische Antwort einen Punkt ergab und jede nicht narzisstische Antwort 0 Punkte. Der Grund, weshalb der Score nur bis 19 reicht, ist, dass die IMC-Frage „Ich trinke regelmäßig Wasser“ aus der Auswertung entfernt wurde. Es wurde ein einseitiger Pearson Korrelationstest für einen positiven Zusammenhang durchgeführt. Der Korrelationskoeffizient beträgt  $r = .043$  bei einem p Wert von  $p = .406$  (einseitig). Der Shapiro Wilk Test auf bivariate Normalverteilung ergab  $W = .877$  ( $p < .001$ ). Der zugehörige Korrelationsplot in Abbildung 8 zeigt die Streuung der Datenpunkte sowie die lineare Anpassung.

### Abbildung 8

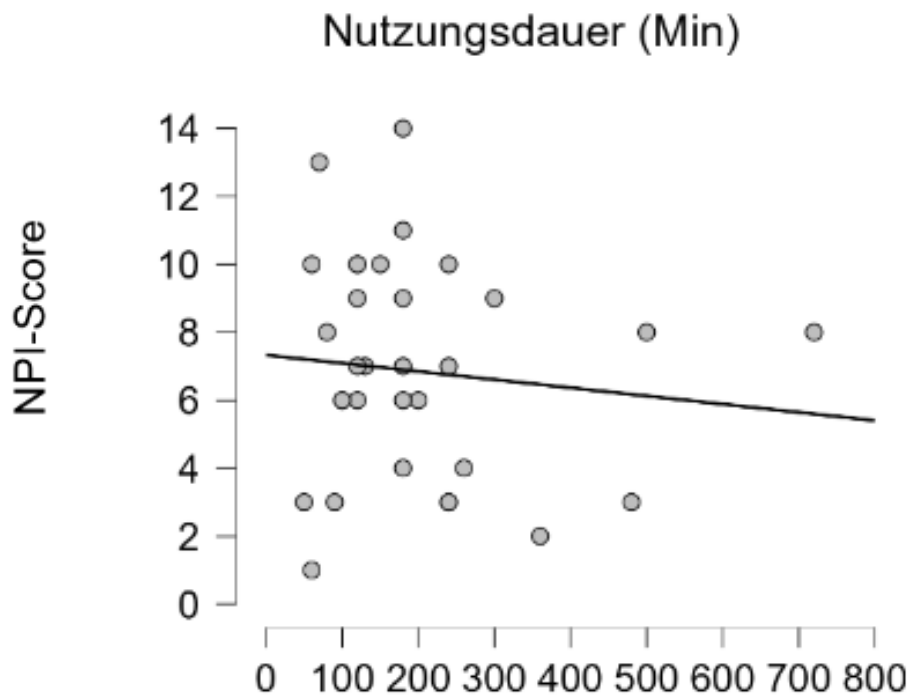
*Zusammenhang zwischen Selbstdarstellung und NPI-Score*



Zur Überprüfung von Hypothese 4 wurde die Korrelation zwischen narzisstischen Tendenzen und der täglichen Nutzungsdauer sozialer Medien (in Minuten) berechnet. Es wurde ein einseitiger Pearson Korrelationstest für einen positiven Zusammenhang durchgeführt. Der Korrelationskoeffizient beträgt  $r = -.141$  bei einem p Wert von  $.783$  (einseitig). Der Shapiro Wilk Test auf bivariate Normalverteilung ergab  $W = .890$  ( $p < .001$ ). Der zugehörige Korrelationsplot in Abbildung 9 zeigt die Streuung der Datenpunkte sowie die lineare Anpassung.

## Abbildung 9

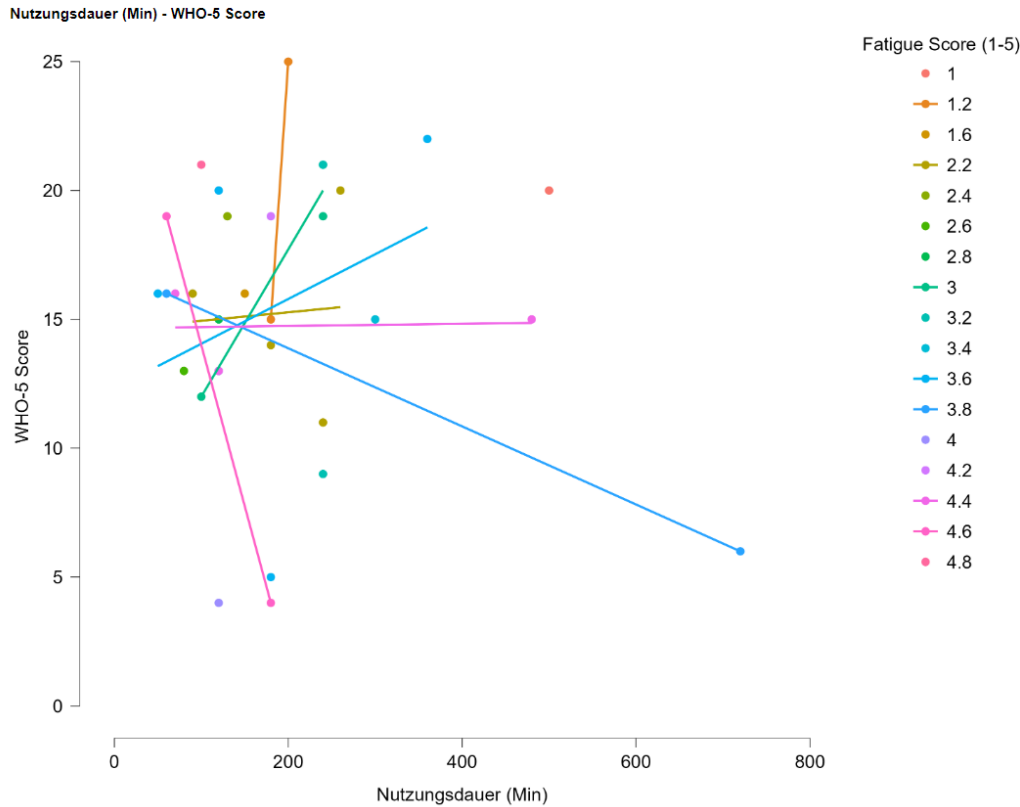
Zusammenhang zwischen NPI-Score und Nutzungsdauer



Zur Überprüfung von der letzten Hypothese 5 wurde eine Moderationsanalyse mittels linearer Regression durchgeführt. Dabei wurde der WHO 5 Score als abhängige Variable (AV) verwendet, die Nutzungsdauer sozialer Medien in Minuten als unabhängige Variable (UV) und der Fatigue Score (1 = niedrig, 5 = hoch) als Moderator. Zusätzlich wurde die Interaktion zwischen Nutzungsdauer und Fatigue Score in das Modell aufgenommen. Das Gesamtmodell erklärt 11,9% der Varianz des WHO 5 Scores ( $R^2 = .119$ ,  $\text{adj. } R^2 = .028$ ) und ist insgesamt nicht signifikant,  $F(3,29) = 1.309$ ,  $p = .290$ . Die Regressionskoeffizienten des Modells lauten wie folgt: Intercept  $B = 15.380$ ,  $SE = 5.736$ ,  $t = 2.681$ ,  $p = .012$ ; Nutzungsdauer (Min)  $B = .019$ ,  $SE = .022$ ,  $\beta = .510$ ,  $t = .871$ ,  $p = .391$ ; Fatigue Score (1-5)  $B = 1.598$ ,  $SE = .020$ ,  $\beta = .062$ ,  $t = .951$ ,  $p = .342$ ; Interaktion Nutzungsdauer  $\times$  Fatigue Score  $B = -.007$ ,  $SE = .006$ ,  $\beta = -.682$ ,  $t = -1.109$ ,  $p = .277$ . Der Shapiro Wilk Test auf bivariate Normalverteilung ergab  $W = .890$  ( $p < .001$ ). Der zugehörige Moderationsplot ist in Abbildung 10 dargestellt und zeigt die Streuung der Datenpunkte sowie die Regressionslinien für unterschiedliche Ausprägungen der Fatigue Scores.

## Abbildung 10

Zusammenhang zwischen der Nutzungsdauer (Minuten) und dem WHO-5 Score in Abhängigkeit vom Fatigue Score (Moderationsanalyse)



Zur Überprüfung auf Ausreißer wurden für alle Variablen Z-Werte berechnet. Werte über  $|3.29|$  gelten als Ausreißer. Bei der Nutzungszeit fiel nur Person 12 mit 720 Minuten ( $z = 3.64$ ) auf und wird als Ausreißer betrachtet. Person 14 (500 Minuten,  $z = 2.10$ ) und Person 27 (480 Minuten,  $z = 1.96$ ) lagen zwar tendenziell hoch, blieben aber unter der Grenze. Beim WHO 5 Score hatten Person 18 und 19 (4 Punkte,  $z = -2.13$ ) und Person 25 (5 Punkte,  $z = -1.95$ ) niedrige Werte, die aber noch unkritisch sind. Beim Narzissmus Score war Person 3 (10 Punkte,  $z = 2,15$ ) relativ hoch, bei der Selbstdarstellung, dem Fatigue Score und dem Inhaltstyp Aufwärtsvergleich traten keine Ausreißer auf. Damit ist nur die Nutzungszeit von Person 12 als Ausreißer zu sehen.

Zusätzlich wurde ein kombiniertes Moderationsmodell mit beiden Moderatoren (Aufwärtsvergleiche und Fatigue) berechnet, um die Befunde von Yan et al. (2024) zu prüfen. Dieses Modell zeigte zwar ein signifikantes Gesamtmodell ( $R^2 = .372, p = .022$ ), jedoch waren die einzelnen Interaktionseffekte nicht signifikant, sodass sich die von Yan beschriebenen starken indirekten Effekte nicht eindeutig bestätigen ließen. Eine Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse folgen nun im folgenden fünften Teil.

## 5 Diskussion

### 5.1 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse

In der Untersuchung wurde geprüft, wie Social Media Nutzung, psychisches Wohlbefinden, Narzissmus, kognitive Überlastung (Fatigue) und die Art der konsumierten Inhalte zusammenhängen. Dazu wurden fünf Hypothesen getestet. Die wichtigsten Ergebnisse werden nun zusammengefasst und inhaltlich interpretiert.

*H1:* Es wurde erwartet, dass eine höhere Social Media Nutzungsdauer mit einem niedrigeren WHO 5 Score einhergeht. Die Korrelation war jedoch sehr gering ( $r = -.076$ ,  $p = .337$ , einseitig) und nicht signifikant. H1 wird damit nicht bestätigt.

*H2:* Es wurde angenommen, dass Inhalte, die soziale Aufwärtsvergleiche fördern, den negativen Zusammenhang zwischen Social Media Nutzungsdauer und Wohlbefinden verstärken. Die einfache Korrelation zeigte bereits einen deutlichen negativen Zusammenhang zwischen Aufwärtsvergleichen und dem WHO-5 Score ( $r = -0.518$ ,  $p = .002$ ). Das bedeutet: Je mehr aufwärtsvergleichende Inhalte konsumiert werden, desto schlechter ist tendenziell das Wohlbefinden.

Die Moderationsanalyse, welche zusätzlich prüfte, ob Aufwärtsvergleiche die Wirkung der Nutzungsdauer auf das Wohlbefinden verändern, zeigte jedoch keine signifikante Interaktion ( $B = 0.0009$ ,  $p = .951$ ). Das heißt, Aufwärtsvergleiche hängen zwar direkt negativ mit dem Wohlbefinden zusammen, verstärken aber nicht den Effekt der Nutzungsdauer zum Wohlbefinden. H2 wird deshalb nur teilweise unterstützt.

*H3:* Es wurde erwartet, dass Personen mit einem höheren Anteil an selbstdarstellenden Beiträgen höhere Narzissmuswerte haben. Die Korrelation fiel schwach aus und war nicht signifikant ( $r = .043$ ,  $p = .406$ , einseitig). H3 wird damit nicht bestätigt.

*H4:* Höhere Narzissmuswerte sollten mit längerer Social Media Nutzungsdauer einhergehen. Auch hier ergab die Korrelation keinen, sogar negativen, signifikanten Zusammenhang ( $r = -.141$ ,  $p = .783$ , einseitig). Auch H4 wird daher nicht gestützt.

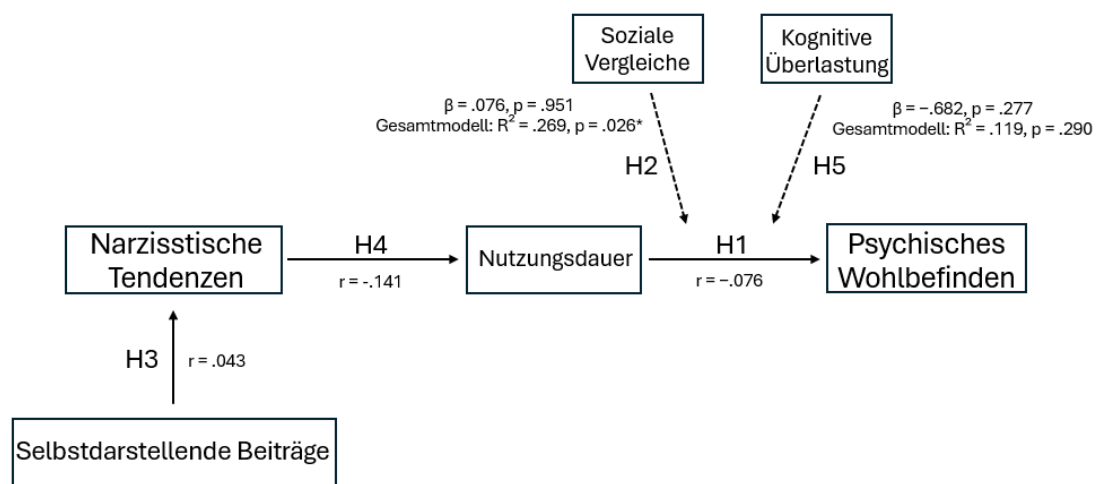
*H5:* Es wurde angenommen, dass hohe Fatigue-Werte den negativen Zusammenhang zwischen Nutzungsdauer und Wohlbefinden verstärkt. Die Moderationsanalyse zeigte,

dass das Gesamtmodell 11,9% der Varianz erklärt ( $R^2 = 0.119$ , adj.  $R^2 = 0.028$ ), aber nicht signifikant ist,  $F(3,29) = 1.309$ ,  $p = .290$ . Auch die Interaktion zwischen Nutzungsdauer und Fatigue war nicht signifikant ( $B = -0.007$ ,  $p = .277$ ). H5 wird demnach nicht unterstützt.

Eine Übersicht der gefundenen Korrelationen und der untersuchten Zusammenhänge ist in Abbildung 11 dargestellt. Die Abbildung zeigt das eigene erstellte Modell der Hypothesen, was schon in Kapitel 2.8 herangezogen wurde. Hier wurden nun die ausgewerteten Korrelationen zu den Hypothesen zusammengefügt.

### Abbildung 11

*Modell der geplanten Untersuchung mit den berechneten Zusammenhängen (eigene Darstellung)*



\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ , einseitig

Trotzdem lassen sich aus den Ergebnissen einige wichtige Rückschlüsse ziehen. Besonders deutlich zeigte sich der negative Zusammenhang zwischen aufwärtsvergleichenden Inhalten und dem Wohlbefinden. Das unterstützt die Theorie der sozialen Vergleiche von Festinger (1954), wonach Personen ihr eigenes Leben mit dem anderer vergleichen, besonders dann, wenn objektive Maßstäbe fehlen. In sozialen Medien passiert das häufig, weil viele Inhalte stark idealisiert dargestellt sind. Plattformen wie Instagram oder TikTok fördern diese Vergleiche durch die Darstellung idealisierter Bilder oder bearbeiteter Videos, die zur Schau gestellt werden. Studien wie von Vogel et al. (2014) zeigen, dass solche aufwärtsgerichteten Vergleiche besonders belastend sein können, weil

sie Selbstzweifel und ein Gefühl von Unzulänglichkeit verstärken. Je mehr solcher Inhalte konsumiert wurden, desto schlechter war das psychische Wohlbefinden der Teilnehmenden, was sich hier bestätigen ließ.

Auffällig ist, dass die reine Nutzungsdauer nur eine sehr geringe Rolle spielt. Das passt zu aktuellen Studien, zum Beispiel der Umbrella Review von Valkenburg et al. (2022), die zeigte, dass nicht die Zeit allein entscheidend ist, sondern die Inhalte und der Umgang damit. Die Theorie der kognitiven Überlastung (Sweller et al., 2011) wurde in den Daten zwar nicht direkt bestätigt, bleibt aber relevant. In anderen Studien, etwa von Whelan et al. (2017), zeigt sich, dass Informationsflut und ständige Ablenkung durch soziale Medien die kognitive Belastung erhöhen können. Die hier eingesetzte Fatigue Skala erfasste diesen Aspekt durch die geringe Anzahl der Antwortmöglichkeiten möglicherweise nicht differenziert genug, oder die Stichprobe war zu klein, um die subtilen Effekte zu erkennen. Es ist auch denkbar, dass bei vielen Teilnehmenden keine starke Überlastung vorlag, weil die Mediennutzung bei Ihnen insgesamt in einem moderaten Rahmen blieb, also weder durch exzessive Dauer noch durch übermäßigen Konsum der problematischen Inhalte gekennzeichnet war.

Auch das berechnete Modell, das sowohl Aufwärtsvergleiche sowie Fatigue gleichzeitig berücksichtigt, um die Ergebnisse von Yan et al. 2024 nachzuprüfen, war insgesamt zwar signifikant, aber die einzelnen Effekte waren nicht stark genug. Die von Yan gefundenen kombinierten Einflüsse konnten in dieser Arbeit also nicht klar bestätigt werden. Für die zukünftige Forschung wäre eine Untersuchung dieser Zusammenhänge interessant, zum Beispiel mit einer größeren Stichprobe sowie spezifischeren Messinstrumenten anstelle reiner Selbstauskünfte, insbesondere im Hinblick auf Fatigue.

Des Weiteren konnte auch der Zusammenhang zwischen Narzissmus und aktiver Selbstdarstellung nicht bestätigt werden. Dies steht jedoch im Widerspruch zu früheren Studien, etwa der Meta-Analyse von McCain und Campbell (2018). Diese hatte klare Zusammenhänge zwischen Narzissmus und dem Posten von Selfies oder Status-Updates gefunden. In der hier untersuchten Stichprobe könnten diese Zusammenhänge weniger ausgeprägt sein, etwa weil Selbstdarstellung für die kleine Anzahl der Teilnehmenden eine geringe Rolle spielte oder weil die Ausprägung narzisstischer Tendenzen insgesamt eher niedrig war. Dennoch bleibt das Thema theoretisch relevant. Es ist denkbar, dass Narzissmus zwar mit dem Motiv Selbstdarstellung verbunden ist, die tatsächliche Dauer der Nutzung aber verstärkt von anderen Faktoren wie sozialer Bestätigung oder

Langeweile abhängt. Der gefundene positive Zusammenhang zwischen Selbstdarstellung und Nutzungsdauer deutet darauf hin, dass Personen, die sich häufiger in sozialen Medien darstellen, tendenziell auch mehr Zeit auf diesen Plattformen verbringen. Da dieser Effekt nur in der einseitigen Testung sichtbar wurde, sollte er vorsichtig interpretiert werden. Dennoch weist er auf ein mögliches Muster hin, das in zukünftigen Studien mit größeren Stichproben und differenzierteren Messmethoden genauer untersucht werden sollte. Dieser Befund ergänzt H4 insofern, als dass nicht das Persönlichkeitsmerkmal Narzissmus selbst, sondern das konkrete Verhalten der Selbstdarstellung mit längerer Nutzungsdauer assoziiert war. Das zeigt, gerade in Plattformen, die auf Sichtbarkeit, Anerkennung und Selbstpräsentation ausgerichtet sind, spielt Narzissmus eine Rolle, auch wenn er in dieser Untersuchung keine zentrale Variable war. Vor dem Hintergrund der Erkenntnisse zu aufwärtsvergleichenden Inhalten erscheint es naheliegend, narzisstische Tendenzen bei den Personen, die derartige Inhalte erstellen, als relevanten Faktor zu berücksichtigen. Auch die Shapiro-Wilk-Tests zeigten für alle Hypothesen signifikante Abweichungen von der Normalverteilung. Somit kann für die untersuchten Variablen keine Normalverteilung angenommen werden. Dies ist insofern bedeutsam, als dass die Verletzung der Normalverteilungsannahme die Anwendung parametrischer Verfahren einschränken kann. Obwohl Pearson Korrelationen robust bei kleineren Abweichungen sind, wäre ergänzend die Berechnung von Spearman-Rangkorrelationen möglich gewesen, um die Ergebnisse abzusichern. Die Ergebnisse der Korrelationsanalysen sollten daher mit Vorsicht interpretiert werden und zukünftige Untersuchungen könnten von der Anwendung robuster oder nicht parametrischer Verfahren profitieren.

Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse, dass nicht die Dauer der Social Media Nutzung entscheidend ist, sondern die Art der Nutzung. Besonders soziale Vergleiche, vor allem Aufwärtsgerichtete, hängen klar mit einem schlechteren Wohlbefinden zusammen. Die Theorien von Festinger (1954), ergänzt durch die aktuellen Forschungen wie von Vogel et al. (2014) oder Valkenburg et al. (2022), liefern hierfür in dieser Arbeit eine gute Erklärung. Kognitive Überlastung und Narzissmus zeigten in dieser Untersuchung zwar keine bzw. nur indirekte signifikante Effekte, bleiben aber relevante Theorien. Die Auswertung der vorliegenden Arbeit basiert ausschließlich auf Selbstauskünften im Rahmen eines standardisierten Fragebogens. Zudem reduzierte sich die Stichprobe nach der Datenbereinigung auf eine relativ geringe Anzahl an Teilnehmenden. Vor diesem Hintergrund ist es möglich, dass bestimmte Zusammenhänge in der Datenauswertung nicht in

dem erwarteten Ausmaß sichtbar wurden und daher nicht repliziert werden konnten. Es wäre möglich, dass die Wirkung dieser Faktoren stärker in anderen Gruppen oder unter anderen Bedingungen sichtbar wird. Auch die Messmethoden müssten verbessert werden, etwa durch objektive Trackingdaten oder detailliertere Skalen, um die einzelnen Facetten besser erfassen zu können. Dazu erfolgt mehr im Abschnitt Limitationen und künftige Forschung.

## **5.2 Praktische Implikationen**

Die Ergebnisse dieser Untersuchung liefern mehrere Hinweise, die für den praktischen Umgang mit Social Media und auch die Förderung des psychischen Wohlbefindens relevant sein könnten. Zunächst zeigte sich, dass die reine Nutzungsdauer sozialer Medien keinen deutlichen Einfluss auf das Wohlbefinden hat. Das bedeutet, dass etwa zeitbasierte Beschränkungen wie „maximal eine Stunde pro Tag“ allein wahrscheinlich nicht ausreichen, um negative Effekte zu vermeiden. Für die Praxis heißt das, dass Strategien zur Förderung des Wohlbefindens nicht nur auf die reine Dauer der Nutzung abzielen sollten.

Ein besonders deutliches Ergebnis war, dass aufwärtsvergleichende Inhalte negativ mit dem Wohlbefinden zusammenhängen. Dieser Effekt war in der Korrelationsanalyse klar sichtbar. Auch die Moderationsanalyse zeigte, dass dieser Inhaltstyp eine Rolle spielt, auch wenn die Interaktion mit der Nutzungsdauer nicht signifikant war. Für die Praxis könnte dies bedeuten, dass es entscheidend ist, welche Inhalte man sieht. Nutzer sollten versuchen zu lernen, solche Inhalte zu erkennen und wenn möglich zu vermeiden. Medienpädagogische Angebote könnten hier helfen, indem sie zeigen, wie man den eigenen Feed bewusst gestalten kann und welche Beiträge eher negative Gefühle auslösen. Bestehende Apps könnten ihr Overlay anpassen, aber auch neue Apps könnten erstellt werden, welche keinen aufwärtsvergleichenden Content zeigen. Außerdem könnten Schulen, Hochschulen und Beratungsstellen (eventuell verpflichtende) Workshops anbieten, die erklären, wie soziale Vergleiche entstehen und wie man bewusster mit sozialen Medien umgeht. Nicht nur die Nutzenden selbst, sondern auch die Anbieter von Social Media Plattformen haben die Möglichkeit von der Forschung zu profitieren. Sie könnten ihre Funktionen so gestalten, dass weniger Stress und Überforderung entstehen, z. B., indem sie weniger Inhalte fördern, die zu ständigen Vergleichen mit anderen führen, oder

indem sie Möglichkeiten anbieten, regelmäßige Pausen einzulegen und die eigene Nutzung bewusster zu gestalten.

Ergänzend wurde auch ein kombiniertes Modell betrachtet, das sowohl aufwärtsgerichtete Vergleiche als auch Fatigue einbezog. Dieses Modell zeigte zwar keine signifikanten Einzeleffekte, aber das Gesamtmodell war statistisch bedeutsam. Für die Praxis könnte dies bestätigen, dass negative Effekte vor allem dann stärker auftreten, wenn mehrere belastende Faktoren gleichzeitig wirken. Wer sich oft mit scheinbar besseren Personen vergleicht und sich dabei gleichzeitig durch die Informationsmenge überfordert fühlt, gilt als besonders gefährdet. Deshalb sollten praktische Angebote diese Zusammenhänge im Hinterkopf behalten und vermitteln, dass es nicht nur einen einzelnen Auslöser gibt, sondern mehrere Aspekte zusammenwirken können.

Die Ergebnisse zur kognitiven Überlastung geben ebenfalls Hinweise. Personen, die sich schnell durch Social Media gestresst oder ausgelaugt fühlten, hatten tendenziell ein niedrigeres Wohlbefinden. Auch wenn der Effekt nicht signifikant war, kann das praktisch bedeuten, dass ständige Ablenkungen, Multitasking und der dauernde Wechsel zwischen den ganzen Plattformen belastender wirken, als man es wahrnimmt. Nützlich sind hier einfache Tipps wie regelmäßige digitale Pausen, das Ausschalten unnötiger Benachrichtigungen und die bewusste Nutzung von Social Media, bei der auch hier Medienpädagogische Angebote oder Apps diese Hilfe bieten könnten.

Die Analysen zu Narzissmus und Selbstdarstellung zeigten keine klaren Zusammenhänge mit der Nutzungsdauer oder dem Wohlbefinden. Somit ergab sich bei der Stichprobe, dass Narzissmus kein Risikofaktor darstellte. Trotzdem könnte es praktisch hilfreich sein, das eigene Verhalten zu reflektieren, zum Beispiel wie oft man sich selbst in Beiträgen zeigt. Es ist nötig, sich bewusst zu werden, wie sehr man eigentlich von sich selbst im Netz teilen möchte. Darüber hinaus kann es sinnvoll sein, auch den Umgang mit Likes und Kommentaren zu beobachten, da jeder unterschiedlich darauf reagiert. Man kann versuchen zu vermeiden, dass das eigene Wohlbefinden zu stark von externer Bestätigung abhängt.

Es lässt sich demnach abschließend festhalten, dass der bewusste Umgang mit Inhalten, die Reflexion des eigenen Nutzungsverhaltens und die Förderung von Medienkompetenz entscheidender sind als zeitliche Beschränkungen allein. Für die Praxis bedeutet das, dass Interventionen und Bildungsangebote weniger auf Verbote setzen sollten,

sondern vielmehr auf Aufklärung, Selbstregulation und die Gestaltung gesünderer digitaler Umgebungen.

### **5.3 Limitationen und zukünftige Forschung**

Wie jede empirische Untersuchung hat auch diese Bachelorarbeit einige Limitationen, die bei der Interpretation berücksichtigt werden müssen. Ein sehr zentrales Limit ist die geringe Stichprobengröße von 33 Personen. Dadurch ist die statistische Power eingeschränkt und kleinere Effekte können leicht unentdeckt bleiben. Die Ergebnisse lassen sich deshalb leider nur bedingt auf eine größere und vielfältigere Population übertragen. Auch die Moderationsanalysen leiden unter der geringen Fallzahl, was die Entdeckung signifikanter Interaktionseffekte schwerer macht.

Ein weiteres Limit betrifft die Messungen. Zwar waren die eingesetzten Skalen wie der WHO 5 Score, der Fatigue Score und der NPI relativ zuverlässig, jedoch beruhen andere Variablen auf Selbstauskünften und subjektiver Einschätzung. Dazu gehört etwa die Anzahl der selbstdarstellenden Beiträge oder die Bewertung der konsumierten Inhalte. Für diese selbst erstellten Variablen konnte einfach keine Reliabilität gegeben werden. Die Angaben können durch Erinnerungslücken oder soziale Erwünschtheit verzerrt sein. Auch ist nicht sicher, ob alle Teilnehmenden Begriffe wie „vergleichsorientierte Inhalte“ gleich verstanden haben. Das könnte die inhaltliche Gültigkeit der Antworten verringert haben. Der fehlende Zusammenhang zwischen reiner Nutzungsdauer und Wohlbefinden könnte daran liegen, dass die Dauer allein wenig aussagekräftig ist. Wahrscheinlich sind allgemein spezifische Nutzungsmuster, die Art der konsumierten Inhalte und emotionale Reaktionen viel mehr entscheidend. Auch der schwache Zusammenhang von Narzissmus mit Nutzungsdauer und Selbstdarstellung könnte auf die kleine Stichprobe oder auf Einflüsse von sozialen erwünschten Antworten zurückzuführen sein.

Ein weiteres Problem liegt in der fehlenden Objektivität einiger Auswertungsschritte. So wurde die Einordnung bestimmter Inhalte, beispielsweise die Abgrenzung, was genau als „Aufwärtsvergleich“ gilt, in dieser Bachelorarbeit manuell vorgenommen. Dadurch können ungewollt persönliche Einflüsse oder Voreinstellungen mit in die Auswertung eingeflossen sein und eine gewisse Subjektivität demnach nicht ausgeschlossen werden. Zudem ist es möglich, dass die Versuchspersonen andere Vorstellung von einzelnen Begriffen hatten. Auch mögliche Störfaktoren wie Stress, Tagesform, aktuelle

Lebenssituation oder psychische Vorbelastungen wurden nicht miterfasst. Diese könnten jedoch auch einen Einfluss auf das Wohlbefinden gehabt haben. Auch der genaue Kontext der Social Media Nutzung, wie zum Beispiel ob in Pausen, abends vor dem Schlafen oder unter Ablenkung, blieb hier leider unberücksichtigt.

Für die zukünftige Forschung wären größere und heterogenere Stichproben sinnvoll, um die Ergebnisse besser verallgemeinern zu können. Längsschnittstudien könnten helfen, die kausale Richtung der Zusammenhänge zwischen Social Media Nutzung, Fatigue und psychischem Wohlbefinden zu klären. Zudem wäre eine spezifischere Unterscheidung zwischen verschiedenen Gruppen, beispielsweise nach Geschlecht, Alter oder Bildungshintergrund, empfehlenswert. Auch der Einsatz objektiver Messmethoden wie z.B. App-Tracking würde die Genauigkeit der Daten erhöhen und könnten Verzerrungen durch Selbstauskünfte vermeiden. All das sind Methoden, die in der vorliegenden Studie nicht einsetzbar waren, da die entsprechenden technischen und finanziellen Ressourcen nicht zur Verfügung standen. Zudem wäre es hilfreich, genauer zu untersuchen, welche Plattformen aus welchen Gründen genutzt werden und inwiefern persönliche Strategien und Medienkompetenz dabei helfen können, die negativen Effekte sozialer Medien zu verringern. Auch wäre es sinnvoll, sowohl unterschiedliche Inhaltstypen als auch verschiedene digitale Formate getrennt zu betrachten. Dadurch ließe sich genauer untersuchen, ob und wie sich die Wirkungen auf das psychische Wohlbefinden zwischen Plattformen wie Instagram, TikTok oder Facebook einerseits und Formaten wie Messengerdiensten und Foren andererseits unterscheiden. Ebenfalls sollte z.B. Unterhaltung als Content ebenfalls mitverglichen werden. Eine solche Differenzierung könnte spezifischere Handlungsempfehlungen ableiten.

Schlussfolgernd wäre festzuhalten, dass die Aussagekraft der vorliegenden Ergebnisse durch methodische und stichprobenbedingte Einschränkungen begrenzt ist und zukünftige Forschung daher mit größeren, heterogeneren Stichproben, objektiveren Messmethoden sowie einer differenzierteren Betrachtung von Plattformen und Inhalten erfolgen sollte, um fundierte und praxisrelevante Erkenntnisse zu gewinnen. Trotz dieser Einschränkungen liefert die Arbeit wertvolle Hinweise für das Verständnis der Zusammenhänge zwischen Social Media Nutzung, Überlastung und psychischem Wohlbefinden und kann als Grundlage für weitere Untersuchungen dienen.

## Literaturverzeichnis

- Abi-Jaoude, E., Naylor, K. T., & Pignatiello, A. (2020). Smartphones, social media use and youth mental health. *Canadian Medical Association Journal*, *192*(6), E136-E141. <https://doi.org/10.1503/cmaj.190434>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, *64*, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- AOK. (2023). Der Einfluss sozialer Medien auf die Psyche. <https://www.aok.de/pk/magazin/koerper-psyche/psychologie/der-einfluss-sozialer-medien-auf-die-psyche/>
- Apotheken Umschau. (2023). Wenn der Bildschirm auf die Psyche schlägt. <https://www.apotheken-umschau.de/gesund-bleiben/psyche/wenn-der-bildschirm-auf-die-psyche-schlaegt-893189.html>
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, *9*, 44–49. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2015.10.006>
- Bányai, F., Zsila, Á., Király, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., Andreassen, C. S., & Demetrovics, Z. (2017). Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PLOS ONE*, *12*(1), e0169839. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839>
- Bekalu, M. A., Sato, T., & Viswanath, K. (2023). Conceptualizing and measuring social media use in health and well-being studies: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, *25*, e43191. <https://doi.org/10.2196/43191>
- Bitkom Research. (2024). Mehr als 50 Millionen Deutsche nutzen soziale Medien. Bitkom Research. <https://bitkom-research.de/news/mehr-als-50-millionen-deutsche-nutzen-soziale-medien-0>

- Bottaro, R., Craparo, G., & Faraci, P. (2025). An exploratory structural equation modeling approach for the Narcissistic Personality Inventory: Support for the NPI-13 brief version and evidence based on relations to other variables. *Clinical Neuropsychiatry*, *22*(2), 125-140. <https://doi.org/10.36131/cnfioritieditore20250203>
- Campbell, W. K., & Foster, J. (2007). The narcissistic self: Background, an extended agency model, and ongoing controversies. In C. Sedikides & S. Spencer (Eds.), *Frontiers in social psychology: The self*, (pp.115-138). Psychology Press
- Casale, S., & Banchi, V. (2020). Narcissism and problematic social media use: A systematic literature review. *Addictive Behaviors Reports*, *11*, 100252. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100252>
- Chou, H.-T. G., & Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: The impact of using Facebook on perceptions of others’ lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *15*(2), 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Coyne, S. M., Rogers, A. A., Zurcher, J. D., Stockdale, L., & Booth, M. (2020). Does time spent using social media impact mental health? An eight year longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, *104*, 106160. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106160>
- DataReportal. (2025). Digital 2025: Global overview report. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses using G\*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, *41*, 1149-1160.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G\*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, *39*, 175-191.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, *7*(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). Sage.

- Frison, E., & Eggermont, S. (2016). Toward an integrated and differential approach to the relationships between loneliness, different types of Facebook use, and adolescents' depressed mood. *Communication Research*, 47(5), 701-728. <https://doi.org/10.1177/0093650215617506>
- Hakmiller, K. L. (1966). Threat as a determinant of downward comparison. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1(Suppl. 1), 32-39. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(66\)90063-1](https://doi.org/10.1016/0022-1031(66)90063-1)
- Hameed, I., Haq, M. A. U., Khan, N., & Zainab, B. (2022). Social media usage and academic performance from a cognitive loading perspective. *On the Horizon: The International Journal of Learning Futures*, 30(1), 1-15. <https://doi.org/10.1108/OTH-04-2021-0054>
- Huang, C. (2017). Time spent on social network sites and psychological well-being: A meta-analysis. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(6), 346-354. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0758>
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751-768. <https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- JASP Team (2024). JASP (Version 0.95.1)[Computer software].
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kruglanski, A. W., & Mayseless, O. (1990). Classic and current social comparison research: Expanding the perspective. *Psychological Bulletin*, 108(2), 195-208. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.108.2.195>
- Limesurvey GmbH. / LimeSurvey: An Open Source survey tool /LimeSurvey GmbH, Hamburg, Germany. URL <http://www.limesurvey.org>

- Matthes, J., Karsay, K., Schmuck, D., & Stevic, A. (2020). “Too much to handle”: Impact of mobile social networking sites on information overload, depressive symptoms, and well-being. *Computers in Human Behavior, 105*, 106217. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106217>
- Mayo Clinic. (2023). Teens and social media use. <https://www.mayoclinic.org/healthy-lifestyle/tween-and-teen-health/in-depth/teens-and-Social-Media-use/art-20474437>
- McCain, J. L., & Campbell, W. K. (2018). Narcissism and social media use: A meta-analytic review. *Psychology of Popular Media Culture, 7*(3), 308-327. <https://doi.org/10.1037/ppm0000137>
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). (2024). *JIM-Studie 2024: Jugend, Information, Medien*. LFK – Medienanstalt für Baden-Württemberg. <https://www.lfk.de/forschung/mediennutzungsstudien/jim-studie-2024>
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2019). The social media party: Fear of missing out (FoMO), social media intensity, connection, and well-being. *International Journal of Human-Computer Interaction*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>
- Sagioglou, C., & Greitemeyer, T. (2014). Facebook’s emotional consequences: Why Facebook causes a decrease in mood and why people still use it. *Computers in Human Behavior, 35*, 359-363. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.003>
- Suls, J., Martin, R., & Wheeler, L. (2002). Social comparison: Why, with whom, and with what effect? *Current Directions in Psychological Science, 11*(5), 159-163. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00191>
- Sweller, J. (2011). Cognitive load theory. In J. P. Mestre & B. H. Ross (Eds.), *The psychology of learning and motivation: Cognition in education* (pp. 37-76). Elsevier Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-387691-1.00002-8>
- U.S. Department of Health and Human Services. (2023). Social Media and Youth Mental Health: The U.S. Surgeon General’s Advisory. <https://www.hhs.gov/surgeongeneral/reports-and-publications/youth-mental-health/Social-Media/index.html>

- Valkenburg, P. M., Meier, A., & Beyens, I. (2022). Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence. *Current Opinion in Psychology*, *44*, 58-68. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.017>
- Valkenburg, P. M., van Driel, I. I., & Beyens, I. (2022). The associations of active and passive social media use with well-being: A critical scoping review. *New Media & Society*, *24*(2), 530–549. <https://doi.org/10.1177/14614448211065425>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, *3*(4), 206-222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Whelan, E., Islam, N., & Brooks, S. (2017). Cognitive control and social media overload. *AMCIS 2017 Proceedings*, *12*. <https://aisel.aisnet.org/amcis2017/SocialComputing/Presentations/12>
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, *16*(4), 362-369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- WHO. (2024). Teens, screens and mental health. <https://www.who.int/europe/news/item/25-09-2024-teens--screens-and-mental-health>
- World Health Organization. Regional Office for Europe. (2025). *Addressing the digital determinants of youth mental health and well-being: Policy brief* (WHO/EURO:2025-12187-51959-79685). World Health Organization. Regional Office for Europe. <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/381496/WHO-EURO-2025-12187-51959-79685-eng.pdf>
- Yan, N., Long, Y., Yuan, H., Zhou, X., Xie, B., & Wang, Y. (2024). The impact of mobile social media use on depressive mood among college students: A chain mediating effect of upward social comparison and cognitive overload. *Psychology Research and Behavior Management*, *17*, 2111-2120. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S447372>

- Yu, Y., Dykxhoorn, J., & Plackett, R. (2024). The impact of different types of social media use on the mental health of UK adults: Longitudinal observational study. *Journal of Medical Internet Research*, 26, e56950. <https://doi.org/10.2196/56950>
- Zhang, S., Shen, Y., Xin, T., Sun, H., Wang, Y., Zhang, X., & Ren, S. (2021). The development and validation of a social media fatigue scale: From a cognitive-behavioral-emotional perspective. *PLOS ONE*, 16(1), e0245464. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245464>

# Anhang

## A) Fragebogen

### Von Entertainment bis Information – Wie formt Social Media unseren Blick auf die Welt?

Untersuchung der Nutzung sozialer Medien durch junge Erwachsene, einschließlich ihrer Gewohnheiten, bevorzugten Inhalte und deren möglichen Auswirkungen auf alltägliche Erfahrungen und Verhaltensweisen.

**Herzlich willkommen** und vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Diese Umfrage beschäftigt sich mit verschiedenen Aspekten der digitalen Mediennutzung und persönlichen Erfahrungen im Alltag. Ziel der Befragung ist es, individuelle Einschätzungen zu sammeln, die dabei helfen, ein besseres Verständnis über die Rolle digitaler Medien im täglichen Leben zu gewinnen.

Bitte lesen Sie die Instruktionen sowie die Fragen sorgfältig und beantworten Sie sie nach bestem Wissen und Gewissen. Es gibt keine falschen Antworten – wichtig ist, was Sie persönlich denken.

Insgesamt benötigen Sie für die Teilnahme an der Studie **ca. 7-10 Minuten**.

Durch Klicken auf „**Weiter**“ erklären Sie sich damit einverstanden, an der Studie „Kognitive Überlastung durch soziale Mediennutzung und ihr Einfluss auf das psychische Wohlbefinden“ freiwillig teilzunehmen. Sie können Ihre Teilnahme jederzeit und ohne Angabe von Gründen abbrechen, ohne dass Ihnen daraus Nachteile entstehen. Die im Rahmen der Studie erhobenen Daten werden computergestützt verarbeitet und ausschließlich zu wissenschaftlichen Zwecken verwendet. Eine Veröffentlichung erfolgt ausschließlich in anonymisierter Form, sodass keine Rückschlüsse auf Ihre Person möglich sind. Auch diese Einwilligung können Sie jederzeit ohne Angabe von Gründen widerrufen.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!  
Mit freundlichen Grüßen

Jens Pietschmann

In dieser Umfrage sind 39 Fragen enthalten.

Weiter

### Allgemeine Angaben zur Mediennutzung

In diesem Abschnitt geht es darum, wie verschiedene digitale Medien im Alltag genutzt werden. Dies umfasst die Häufigkeit, die bevorzugten Plattformen und allgemeine Nutzungsgewohnheiten.

\* Wie viele Minuten verbringen Sie durchschnittlich pro Tag auf Social Media (YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, X)?

🕒 In dieses Feld dürfen nur Zahlen eingegeben werden.

Bitte laden Sie optional einen Screenshot Ihrer Bildschirmzeit hoch.

🕒 Bitte laden Sie maximal eine Datei hoch.

📎 Datei hochladen

\*Bitte ordnen Sie die Social Media-Apps so, dass die von Ihnen am meisten genutzte App oben steht, gefolgt von den weniger genutzten Plattformen.

🕒 Ordnen Sie die Elemente in die rechte Liste ein (höchste Bewertung oben). Die Elemente können mit der Maus verschoben werden. Doppelklick verschiebt ein Element in die andere Liste. Bitte wählen Sie maximal 5 Antworten.

**Verfügbare Einträge**

Instagram
TikTok
YouTube
Facebook
X (Twitter)

**Ihr Ranking**

\*Wie viele der letzten 10 Beiträge, die Sie veröffentlicht haben, zeigen ein Bild oder Video wo Sie zu sehen sind?

🕒 Nur Zahlen dürfen in diese Felder eingegeben werden. Jede Antwort muss zwischen 0 und 10 sein

0



\*Wie häufig veröffentlichen Sie ungefähr Beiträge in sozialen Medien?

🕒 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Täglich
- Mehrmals pro Woche
- Wöchentlich
- Monatlich
- Seltener

\*Wenn Sie auf Social Media unterwegs sind, vergleichen Sie sich dann oft mit anderen Nutzern? (1 = nie, 5 = sehr häufig)

🕒 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

Bitte auswählen ... ▾

\*Wie würden Sie den größten Teil der Inhalte beschreiben, die Sie konsumieren? (1 = überwiegend neutrale, informative Inhalte, 5 = überwiegend aufwärtsvergleichsfördernde Inhalte)

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

Bitte auswählen ... ▾

\*Wie häufig konsumieren Sie die folgenden Arten von Inhalten auf Social Media?

	Nie	Selten	Manchmal	Häufig	Sehr häufig
Lifestyle- und Luxusinhalte (z. B. teure Reisen, Markenmode)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fitness- und Schönheitsinhalte (z. B. Vorher-Nachher-Bilder, Idealfiguren)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alltägliche private Inhalte (z. B. Essen, Haustiere, Freunde)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Persönliche Erfolgsgeschichten (z. B. Karriere, Geld, Produktivität)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unterhaltungsinhalte (z. B. Memes, Comedy, Kurzvideos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wissens- und Bildungsvideos (z. B. Erklärvideos, Nachrichten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Weiter

## Digitale Informationsverarbeitung und persönliche Gewohnheiten

Nachstehend finden Sie Beschreibungen, wie Sie sich möglicherweise zuletzt gefühlt oder verhalten haben. Antworten Sie bitte so ehrlich wie möglich

\*Bitte geben Sie an, wie oft Sie sich in den letzten zwei Wochen wie folgt gefühlt haben:

	Die ganze Zeit	Meistens	Etwas mehr als die Hälfte der Zeit	Etwas weniger als die Hälfte der Zeit	Ab und zu	Zu keinem Zeitpunkt
Ich habe mich ausgeglichen und ruhig gefühlt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich war froh und guter Dinge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe mich aktiv und energisch gefühlt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mein Alltag war mit Dingen erfüllt, die mich interessiert haben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe mich erholt und ausgeruht gefühlt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zutreffen. (1 = trifft überhaupt nicht zu, 5 = trifft voll und ganz zu)

	5	4	3	2	1
Ich fühle mich nach der Nutzung sozialer Medien geistig erschöpft.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich empfinde die Menge an Informationen auf sozialen Netzwerken als überwältigend.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich verliere manchmal das Interesse an sozialen Medien, weil sie mich ermüden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich meide soziale Netzwerke zeitweise, um mich zu erholen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die ständige Flut an Beiträgen und Nachrichten stresst mich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zutreffen. (1 = trifft überhaupt nicht zu, 5 = trifft voll und ganz zu)

	5	4	3	2	1
Ich habe noch nie absichtlich etwas gesagt, das die Gefühle einer anderen Person verletzt hat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin manchmal genervt von Menschen, die mich um Gefallen bitten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin immer höflich – selbst gegenüber Menschen, die ich nicht sympathisch finde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich gebe Fehler stets offen zu, wenn ich sie gemacht habe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin manchmal verärgert, wenn ich meinen Willen nicht durchsetzen kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Wahrnehmung und Erfahrungen im Alltag

Nachstehend finden Sie Beschreibungen, wie Sie sich möglicherweise zuletzt gefühlt oder verhalten haben. Bitte geben Sie jeweils diejenige Antwort an, die am besten beschreibt, wie oft Sie sich in den letzten 1 bis 2 Wochen so gefühlt haben.

\*Welche Antwort beschreibt Ihre Gefühlslage am Besten?

	überhaupt nicht oder weniger als 1 Tag	1 bis 2 Tage	3 bis 4 Tage	5 bis 7 Tage	fast jeden Tag in den letzten 2 Wochen
Ich hatte kaum Appetit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich konnte meine trübsinnige Laune nicht loswerden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich hatte Mühe, mich zu konzentrieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühlte mich niedergeschlagen/ deprimiert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich hatte Schlafprobleme.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*Welche Antwort beschreibt ihre Gefühlslage am Besten?

	überhaupt nicht oder weniger als 1 Tag	1 bis 2 Tage	3 bis 4 Tage	5 bis 7 Tage	fast jeden Tag in den letzten 2 Wochen
Ich verlor Gewicht ohne Sport/Diät.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich hatte Schwierigkeiten, mich auf Wichtiges zu konzentrieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bitte wählen Sie "fast jeden Tag in den letzten 2 Wochen" für diese Zeile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich wollte mir etwas antun/mich selbst verletzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich hatte Schwierigkeiten, einzuschlafen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*Welche Antwort beschreibt ihre Gefühlslage am Besten?

	überhaupt nicht oder weniger als 1 Tag	1 bis 2 Tage	3 bis 4 Tage	5 bis 7 Tage	fast jeden Tag in den letzten 2 Wochen
Ich schlief mehr als gewöhnlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich kam mir vor, als bewegte ich mich langsamer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühlte mich unruhig/ruhelos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich war ständig müde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich konnte mich selbst nicht leiden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Weiter

## Persönliche Einschätzungen & Verhaltensweisen

Aus jedem der folgenden Satzpaare wählen Sie bitte jeweils den Satz aus, mit dem Sie sich eher identifizieren können.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich habe eine natürliche Begabung, auf Menschen Einfluss zu nehmen.
- Ich kann nicht besonders gut Einfluss auf jemand ausüben.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Bescheidenheit ist nicht meine Sache.
- Im Grunde bin ich ein bescheidener Mensch.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich würde fast jede Herausforderung annehmen.
- Ich bin ein ziemlich vorsichtiger Mensch.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich will einfach nur glücklich sein
- Ich will etwas darstellen in den Augen der Welt.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich kann mich durch Redegewandtheit immer aus der Affäre ziehen.
- Ich versuche, für das was ich getan habe, gerade zu stehen.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich will in der Menge nicht auffallen.
- Ich bin am liebsten im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- In vielerlei Hinsicht bin ich wie jeder andere Mensch.
- Ich bin eine außergewöhnliche Persönlichkeit.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich habe mehr Fähigkeiten als andere Leute.
- Von anderen Menschen kann ich viel lernen.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich werde nie zufrieden sein, bis ich alles bekomme, was mir zusteht.
- Ich bin mit dem zufrieden, was mir der Zufall gibt.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Es regt mich auf, wenn man nicht bemerkt, wie ich aussehe, wenn ich mich in der Öffentlichkeit zeige.
- Es macht mir nichts aus, in der Masse unterzugehen, wenn ich ausgehe.

Weiter

## Persönliche Einschätzungen & Verhaltensweisen 2

Aus jedem der folgenden Satzpaare wählen Sie bitte jeweils den Satz aus, mit dem Sie sich eher identifizieren können.

\*Wie würden Sie sich selbst beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich möchte gerne eine führende Stelle innehaben.
- Es macht mir eigentlich nichts aus, ob ich andere dominiere oder nicht.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Der Gedanke, dass ich über die Welt herrschen sollte, versetzt mich in Panik.
- Wenn ich über die Welt herrschen würde, hätten wir eine bessere Welt.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich mache mir nicht viel aus neuen Trends und Moden.
- Ich bin gerne Trendsetter.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Macht ist mir sehr wichtig.
- Macht um der Macht willen interessiert mich nicht.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich trinke regelmäßig Wasser.
- Ich meide Wasser so gut es geht.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Wenn ich mich einer Sache gewachsen fühle, bin ich gewillt, Verantwortung zu übernehmen.
- Ich übernehme gerne die Verantwortung für zu treffende Entscheidungen.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich weiß immer, was ich tue.
- Manchmal bin ich nicht sicher, was ich tue.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Wenn ich Komplimente bekomme, ist mir das peinlich.
- Mir gefällt es, wenn mir jemand ein Kompliment macht.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

🗳 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich bemühe mich, kein Angeber zu sein.
- Wenn sich die Gelegenheit ergibt, gebe ich schon mal an.

\*Wie würden Sie sich selbst eher beschreiben?

🗳 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich habe eine starke Präsenz in Gesprächen und Diskussionen.
- Ich halte mich in Gesprächen und Diskussionen eher zurück.

Weiter

## Soziodemografische Angaben

Hier werden allgemeine Informationen zur Person erhoben, um statistische Auswertungen zu ermöglichen.

\*Wie alt sind Sie?

\*Mit welchem Geschlecht identifizieren Sie sich?

🗳 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

Bitte auswählen ... ▾

Was machen Sie beruflich?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ausbildung
- Arbeit in Vollzeit
- Arbeit in Teilzeit
- Student\*in
- Sonstiges
- Keine Antwort

Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Kein Schulabschluss
- Realschulabschluss (Mittlere Reife)
- (Fach-)Abitur
- Bachelorabschluss
- Masterabschluss oder höher
- Sonstiges
- Keine Antwort

Absenden

Vielen Dank für Ihre Teilnahme an dieser Umfrage! Ihre Antworten helfen dabei, ein besseres Verständnis für die Auswirkungen von Social Media auf das Wohlbefinden junger Erwachsener zu gewinnen.

Falls Sie Fragen haben oder mehr über die Ergebnisse erfahren möchten, können Sie sich gerne an [jens.pietschmann@student.hnu.de](mailto:jens.pietschmann@student.hnu.de) wenden.

Ihre Zeit und Ihr Beitrag sind sehr wertvoll. (Sollten Sie sofortige Unterstützung für psychische Gesundheit benötigen, zögern Sie bitte nicht, sich an einen Fachmann zu wenden.)

Passen Sie auf sich auf!

Hochschule Neu-Ulm  
Wileystraße 1, 89231 Neu-Ulm, Germany, Telefon: +49(0)731-9762-0, E-Mail: [info@hnu.de](mailto:info@hnu.de)

## B) Ergänzende Abbildungen und Tabellen

**Tabelle 6**

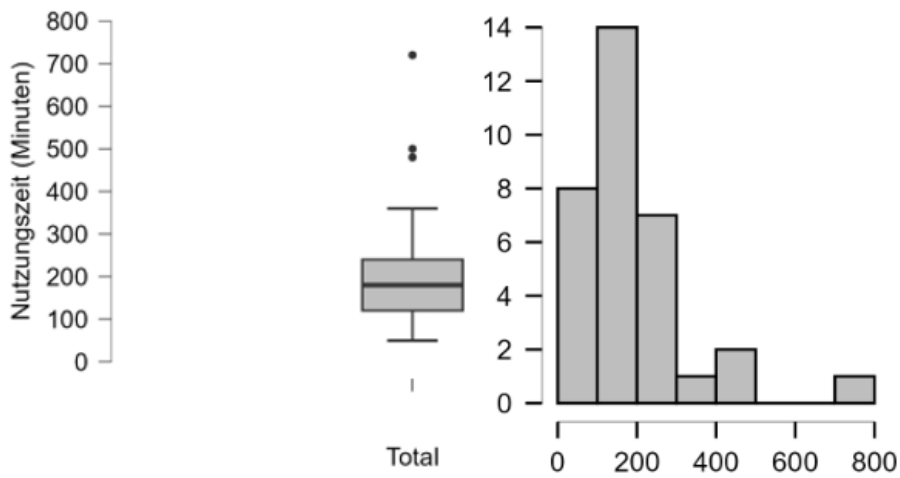
*Metaanalysen zu den Zusammenhängen zwischen der Nutzung sozialer Medien (SMU) und der psychischen Gesundheit von Jugendlichen (Valkenburg et al., 2022)*

Meta-analyses on the associations of social media use (SMU) with adolescent mental health.							
Study	# Studies & covered years	Discipline journal	Outcome <sup>a</sup>	Definition predictor	Definition outcome	Main results and interpretations	Main gaps in the literature
Cunningham et al. (2021)	62 studies (2011–2018)	Medicine/Psychiatry	Depressive symptoms	Yes (SNS)	Yes	$r = .02$ ns (time spent) for adolescents, based on moderation analysis $r = .09$ ns (intensity of use), not moderated by age 'Weak,' not clinically meaningful' effects	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Predominantly cross-sectional evidence</li> <li>• Over-reliance on time spent on SM</li> <li>• Not enough focus on mediators or explanations</li> </ul>
Huang (2021)	123 studies (2009–2020)	Psychology	Well-being and distress (ill-being)	Yes (online network size)	Yes	$r = .15^*$ (network size) with happiness $r = .10^*$ (network size) with life satisfaction $r = .01$ ns (network size) with depression No association was moderated by age 'Substantially meaningful relations'	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Little attention to the quality of online networks</li> </ul>
Ivie et al. (2020) <i>Only adolescents</i>	12 studies (2012–2019)	Medicine/Psychiatry	Depressive symptoms	Yes (SMU)	No	$r = .12^*$ (time spent and frequency of use) 'Small effect,' 'high variability'	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Predominantly cross-sectional evidence</li> <li>• Over-reliance on self-report measures</li> <li>• Little attention to within-person effects</li> </ul>
Liu et al. (2019)	93 studies (2006–2018)	Communication	Psychological well-being (= aggregate of life satisfaction, happiness, self-esteem, anxiety, depression, stress, and loneliness)	Yes (SNS)	Yes	$r = -.06^*$ (time spent) with psych. well-being $r = .14^*$ (time spent) with happiness $r = .09$ ns (time spent) with life satisfaction $r = .13^*$ (time spent) with depression No association was moderated by age 'No sweeping conclusions' $r = .17^*$ (frequency of checking SNS), not moderated by age 'Small positive association'	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Predominantly cross-sectional evidence</li> <li>• Little attention to the quality of SM interactions</li> </ul>
Vahedi and Zannella (2021)	55 studies (2009–2017)	Psychology	Depressive symptoms	Yes (SNS)	Yes	$r = .17^*$ (frequency of checking SNS), not moderated by age 'Small positive association'	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Predominantly cross-sectional evidence</li> <li>• Most studies based on undergraduate student samples (continued on next page)</li> </ul>
Yin et al. (2019)	63 studies (2006–2016)	Social sciences	Well-being and distress (ill-being)	No (SNS)	Yes	$r = .05^*$ (SNS use) with well-being $r = .06^*$ (SNS use) with ill-being No association was moderated by age 'Very small correlations' $r = .11^*$ (time spent with SNS) $r = .10^*$ (frequency of checking SNS) No association was moderated by age 'Small' to 'medium effects'	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Predominantly cross-sectional evidence</li> <li>• Few studies on affective well-being</li> </ul>
Yoon et al. (2019)	50 studies (2012–2018)	Medicine/Psychiatry	Depression	Yes (SNS)	Yes	$r = .11^*$ (time spent with SNS) $r = .10^*$ (frequency of checking SNS) No association was moderated by age 'Small' to 'medium effects'	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Predominantly cross-sectional evidence</li> </ul>

*Anmerkung.* a Ergebnis, das im Titel oder Abstract genannt wird; SNS = Soziale Netzwerkseiten; ns = nicht signifikant; \* = signifikant bei mindestens  $p < .05$ . Valkenburg, P. M., Meier, A., & Beyens, I. (2022). *Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence*. *Current Opinion in Psychology*, 44, 58-68. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.017>

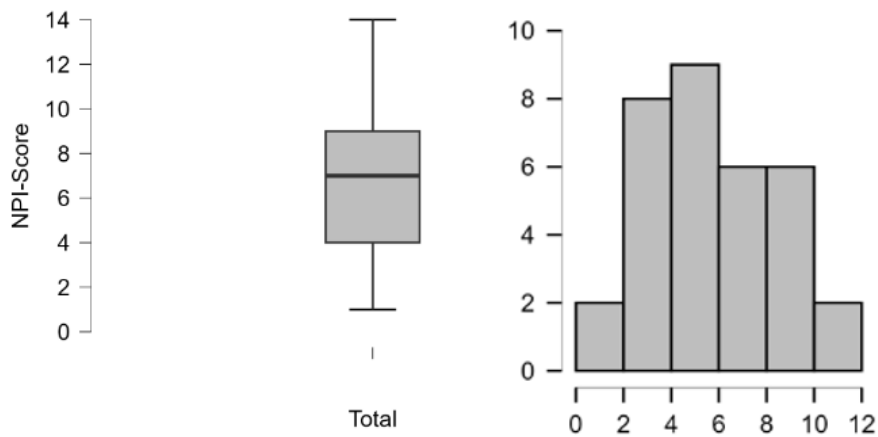
**Abbildung 12**

*Nutzungsdauer (Minuten). Boxplot und Histogramm*



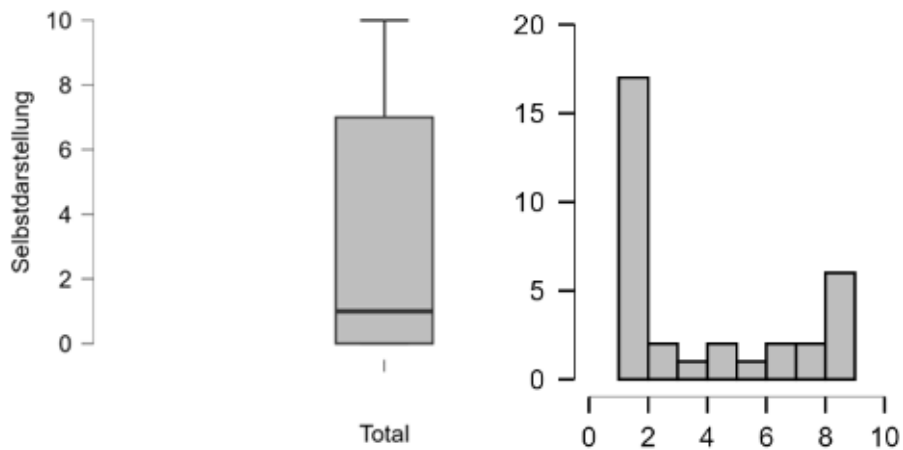
**Abbildung 13**

*Narzissmus-Score (NPI). Boxplot und Histogramm*



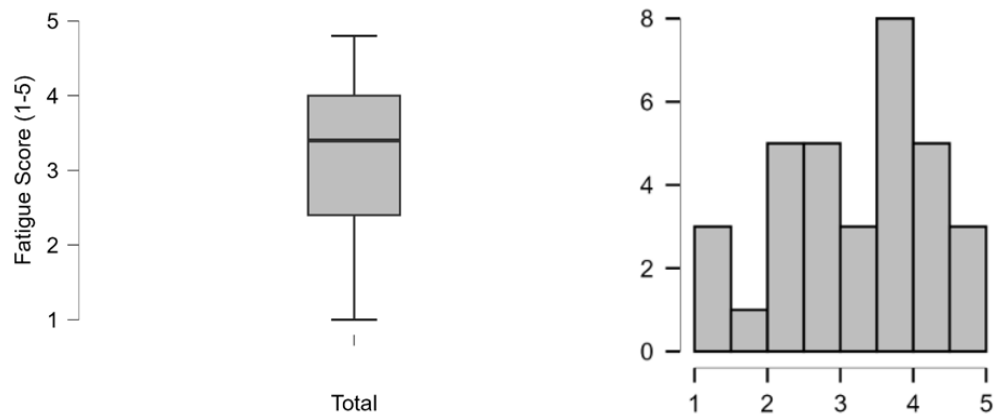
**Abbildung 14**

*Selbstdarstellung. Boxplot und Histogramm*



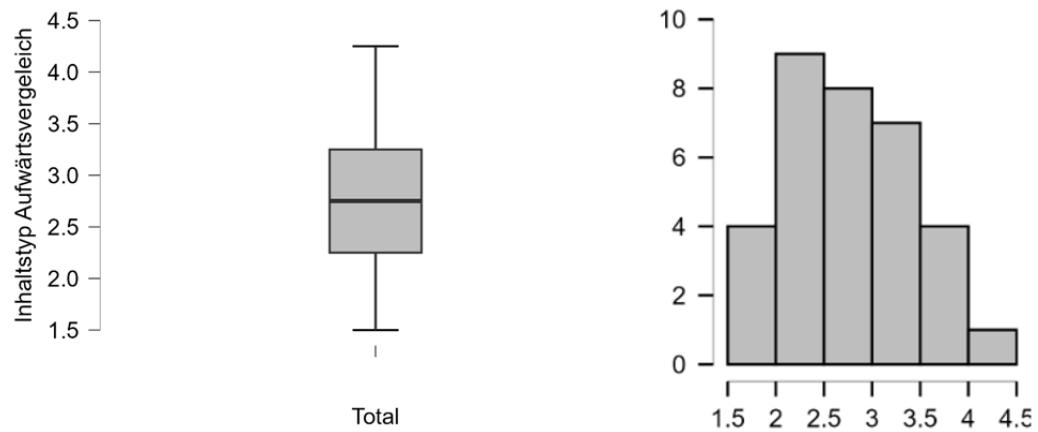
### Abbildung 15

*Fatigue Score (1-5). Boxplot und Histogramm*



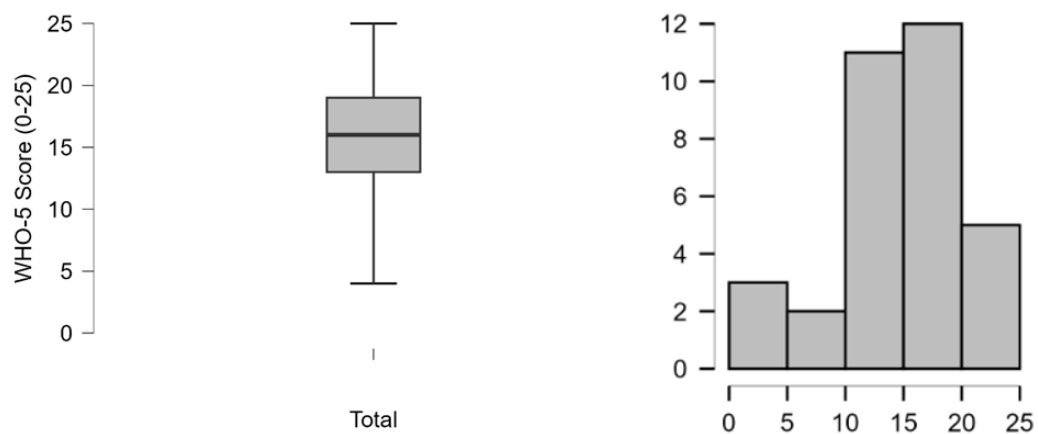
### Abbildung 16

*Inhaltstyp Aufwärtsvergleich. Boxplot und Histogramm*



### Abbildung 17

*WHO-5 Score (0-25). Boxplot und Histogramm*



## **Eingesetzte Hilfsmittel**

Im Rahmen der Anfertigung dieser Bachelorarbeit wurden verschiedene digitale Hilfsmittel genutzt, um Schreib- und Rechercheprozesse zu unterstützen. Die inhaltliche Auswahl, die wissenschaftliche Analyse sowie die abschließende Interpretation der Ergebnisse erfolgten jedoch ausschließlich eigenständig durch den Autor.

Folgende Tools kamen zum Einsatz:

1. GPT-4 und GPT-5 (OpenAI): Verwendet zur Verbesserung der Formulierungen, zur Optimierung des Satzbaus und zur Prüfung von Rechtschreibung und Grammatik.
2. Scribbr: Eingesetzt für eine vertiefte Korrektur von Rechtschreibung, Grammatik und sprachlicher Kohärenz.
3. Turnitin: Die an der Hochschule Neu-Ulm genutzte Plagiatssoftware wurde zur Überprüfung der Eigenständigkeit der Arbeit verwendet.
4. DeepL Write: Ergänzend genutzt, um Ausdruck, Lesbarkeit und sprachliche Präzision zu optimieren.