



Grundlagendokument Internet und soziale Medien

Stand 2024

Impressum:

Zentrum für Spielsucht und andere Verhaltenssuchte

Domenic Schnoz – Gesamtleiter Zentrum

Jan Michael Gerber – Fachexperte Prävention und Gesundheitsförderung

Rico Meister – Psychologiestudent MSc ZHAW,

Mai 2024

Inhalt

Zusammenfassung.....	3
Medienverhalten Schweizer Jugendliche	4
Rolle des Internets bei problematischem Verhalten	4
Videospiele	5
Video-Streaming.....	5
Definition	5
Problematische Nutzung: Binge-Watching.....	5
Soziale Medien und soziale Netzwerke	6
Definition	6
Problematische Nutzung (Sucht)	7
Definition problematische Nutzung	7
Prävalenz	8
Risikofaktoren	8
Prävention	10
Schutzfaktoren.....	10
Jugendliche im Umgang mit sozialen Medien stärken	11
Soziale Medien und psychische Gesundheit bei Jugendlichen	12
Aktueller Forschungsstand	12
Risiken.....	12
Chancen	13
Literaturverzeichnis	15
Anhang	19
Die wichtigsten Begriffe mit Bezug zum Internet und sozialen Medien.....	19

Zusammenfassung

Ohne Internet lässt sich der moderne Alltag kaum noch bestreiten. Dies gilt auch für Aspekte der Unterhaltung und im gewisser Hinsicht auch für die Freizeitgestaltung. So sind soziale Netzwerke, Streamingportale sowie Videospiele wichtige Unterhaltungsmöglichkeiten, die Schweizer Jugendliche gerne in ihrer Freizeit nutzen. Die meisten Jugendlichen haben einen vernünftigen Umgang damit. Sinnvoll verwendet können die Medien das Erwachsenwerden unterstützen und dabei helfen, Herausforderungen in der Jugend zu bewältigen.

Die Nutzung kann bei einigen Kindern und Jugendlichen aber problematische Züge annehmen. Das Internet wird hierbei weniger als Ursache, sondern als Medium gesehen, welches einen Zugang zu verschiedenen, potenziell abhängig machenden Aktivitäten ermöglicht. So kann ein problematisches Verhalten in Bezug auf Gaming (Gaming Disorder), Video-Streaming (Binge-Watching) oder auch soziale Medien und soziale Netzwerken (suchtartige Nutzung) entstehen. Abgesehen von der Gaming Disorder, konnte sich die Forschung in Bezug auf die problematische Nutzung anderer digitaler Medien noch nicht auf einheitliche Diagnosekriterien einigen. Es wird weiterhin diskutiert, ob beim jeweiligen Verhalten eigenständige Krankheiten vorliegen oder entsprechende problematische Nutzungsverhalten auf andere, zugrunde liegende Probleme zurückzuführen sind. Fest steht: Die erlebten negativen Konsequenzen ähneln sich übergreifend über die problematischen Aktivitäten und können Symptome wie Kontrollverlust, Vernachlässigung anderer Aktivitäten, negative Auswirkungen auf soziale Beziehungen und Flucht vor negativen Gefühlen umfassen.

Mit engerem Blick auf einen problematischen, suchtartigen Umgang mit sozialen Medien werden Risikofaktoren wie Impulsivität, ein niedriges Selbstwertgefühl, Ängste, Einsamkeit und negatives elterliches Verhalten diskutiert. Im Rahmen der Prävention werden Schutzfaktoren wie selbstregulative Fähigkeiten, ein positiver Erziehungsstil, soziale Unterstützung als auch ein höherer Selbstwert betrachtet und es bestehen verschiedene Empfehlungen, wie Jugendliche in ihrem Umgang mit sozialen Medien gestärkt werden können. Nicht zuletzt sind mögliche Verbindungen zwischen der Nutzung sozialer Medien und einer verminderten psychischen Gesundheit bei Jugendlichen von zentraler Bedeutung.

Die Nutzung sozialer Medien birgt Risiken, ermöglicht aber auch Orientierung, Anschluss an Peergruppen und hat mitunter dazu beigetragen, dass bestimmte Themen gerade unter Jugendlichen offener angesprochen werden.

Medienverhalten Schweizer Jugendliche

Die JAMES-Studie untersucht anhand repräsentativer Befragungen das Medienverhalten von Schweizer Jugendlichen (Külling et al., 2022). In der aktuellen Version von 2022 wird ersichtlich, dass das Smartphone, der Computer oder Laptop und der Fernseher zur medialen Grundausstattung in beinahe allen Haushalten gehören. Fast alle Jugendlichen haben ein eigenes Smartphone und ein Grossteil einen eigenen Computer. Die Jugendlichen nutzen ein breites Angebot an Unterhaltungsmöglichkeiten im Internet. An erster Stelle stehen soziale Netzwerke wie Instagram, TikTok oder X (ehemals Twitter) und Videoportale wie YouTube. Aber auch das Streamen von Dokus, Filmen oder Serien, z.B. auf Netflix ist sehr beliebt sowie das Spielen von Videogames.

An einem durchschnittlichen Wochentag verbringen Jugendliche in ihrer Freizeit gemäss eigener Einschätzung rund 3h 14min im Internet, was etwa eine Stunde mehr ist verglichen mit den Vorjahresdaten. An einem Tag am Wochenende liegt die durchschnittliche Nutzungszeit bei fast 5h. Das Smartphone wird an einem Wochentag im Durchschnitt etwa 3h 30min benutzt und an einem Tag am Wochenende gut 4h 50min. Die einzelnen Angaben zur Nutzungszeit der Jugendlichen streuen breit. Befragte mit niedrigeren formalen Leistungsanforderungen, tieferem sozioökonomischen Status und mit Migrationshintergrund nutzen das Smartphone dabei im Vergleich intensiver (Külling et al., 2022).

Der Anteil der Jugendlichen, der einen Streamingdienst nutzt (wie Netflix, Prime Video oder Disney+), hat in den letzten zwei Jahren zugenommen. Etwa 40% der Jugendlichen besitzen einen eigenen Zugang. Knapp 80% der befragten Jugendlichen geben an, dass sie zumindest ab und zu gamen. Dies entspricht 93% der Jungen und 65% der Mädchen. Jungs beschäftigen sich nicht nur häufiger mit Videogames, sie schauen auch lieber Videos im Internet, während Mädchen häufiger Fotos und Videos machen und versenden (Külling et al., 2022)

Soziale Netzwerke sind mit einer Nutzung von über 90% bei beiden Geschlechtern etabliert. Die Trends werden aber mehrheitlich von den Mädchen gesetzt, sie sind bestimmend, wenn es um die Nutzung neuer Netzwerke geht. Die beliebtesten sozialen Netzwerke 2022 sind Instagram, gefolgt von TikTok und Snapchat. Während die Nutzung von Instagram und Snapchat über die letzten Jahre stabil hoch blieb (ca. 80%), nimmt die Beliebtheit von Facebook seit Jahren stetig ab (von 23% 2018 auf 5% 2022). TikTok hingegen hat an Beliebtheit gewonnen und stieg von 8% 2018 (damals noch musical.ly genannt) auf 67% im Jahr 2022 an. TikTok und Snapchat werden von Mädchen intensiver genutzt, Jungen nutzen hingegen häufiger YouTube und Twitter. Blickt man auf die Jugendlichen, die mindestens ein soziales Netzwerk verwenden, ist ersichtlich, dass über die Hälfte Instagram und Snapchat mehrmals pro Tag nutzen. Bei TikTok ist es etwas weniger als die Hälfte. Etwa die Hälfte der Jugendlichen nutzen dabei täglich soziale Netzwerke, um Beiträge von anderen anzuschauen, zu liken oder um darauf Nachrichten zu schreiben. Mädchen posten mit 15% etwas häufiger öffentlich sichtbare Beiträge in sozialen Netzwerken als Jungen mit 8% (Külling et al., 2022).

Rolle des Internets bei problematischem Verhalten

Obschon das Internet unserer Gesellschaft das Leben in vielen Bereichen vereinfacht hat und den Meisten Menschen immer wieder neue Horizonte eröffnet, verzeichnet ein bestimmter Prozentsatz der Nutzenden einen problematischen Umgang mit dem World Wide Web. In der wissenschaftlichen Literatur werden verschiedene Begriffe für eine problematische Internetnutzung verwendet: *Onlinesucht*, *Internetnutzungsstörung*, *zwanghafte Internetnutzung* oder *problematische Internetnutzung* (Notari et al., 2022). Im Synthesebericht der Expert:innengruppe *Onlinesucht Schweiz* über problematische Internetnutzung in der Schweiz von 2020 verwenden die Autorinnen und Autoren den Begriff *Internetbezogene Störung* (IBS) (Herrmann et al., 2020). Trotz des öffentlichen Diskurses über das Thema und einer

Zunahme an wissenschaftlichen Publikationen, besteht bisher kein international anerkannter Begriff, keine allgemeingültige Definition und keine einheitlichen Diagnosekriterien (Gmel et al., 2019), weshalb die Aufnahme einer problematischen Internetnutzung in offizielle Klassifikationssysteme (DSM-5 und ICD-11) nach wie vor nicht erfolgt ist (Notari et al., 2022).

Die Mehrheit der Expertinnen und Experten ist sich einig, dass nicht das Internet selbst für den erlebten Kontrollverlust bestimmter Nutzer und Nutzerinnen verantwortlich ist, sondern spezifische darin eingebundene Online-Aktivitäten (Notari et al., 2022). Das Internet fungiert demnach vielmehr **als Medium**, das den Zugang zu potenziell abhängig machenden Anwendungen bereitstellt. Solche Anwendungen können Videospiel- und Streamingplattformen, als auch soziale Medien und soziale Netzwerke sein.

Videospiele

Für Informationen zu Videospielen und Gamesucht (Gaming Disorder) siehe **Grundlagendokument Gaming & Gamesucht**.

Video-Streaming

Definition

Video-Streaming ist eine Technik, die es ermöglicht, Videos zu schauen, ohne dass diese vollständig heruntergeladen werden müssen und ist über die letzten Jahrzehnte zu einer wichtigen Unterhaltungsform geworden (Pereira & Pereira, 2016). Je nach Auslegung können dazu Videoportale wie YouTube gezählt werden oder On-Demand-Portale wie Netflix, Amazon Prime oder Disney+ (Wiez & Klöss, 2019).

Problematische Nutzung: Binge-Watching

Unter Binge-Watching (oder Binge-Viewing) wird das kontinuierliche Schauen von TV-Inhalten über einen längeren Zeitraum hinweg verstanden (ab drei Folgen am Stück bzw. mehr als 2.25h). Dabei werden die Inhalte nicht via regulären Fernsehprogrammen konsumiert, sondern werden vor allem via Streamingdiensten wie Netflix etc. abgespielt.

Motive und Risikofaktoren

Maèva Flayelle et al. (2017) haben im Rahmen einer Fokusgruppen-Analyse verschiedene Mechanismen und Motive eines Binge Watching-Verhaltens evaluiert. Beim **Streamen** von Filmen und **Serien** bzw. beim Binge Watching existieren teilweise ähnliche Mechanismen, wie sie z.B. bei der Entstehung einer Gaming Disorder zu finden sind. Neben dem offensichtlichen Motiv der Unterhaltung, steht beim Binge Watching die Identifikation mit den Protagonisten im Vordergrund. Interessant dabei ist, dass eher selbstbewusste Personen Zugehörigkeit und Identifikation suchen und Serien schauen, die eher ihrer eigenen Lebenswelt entsprechen. Eher unsichere Personen verschaffen sich Linderung ihrer Unsicherheit, in dem sie Serien (meist Reality Shows) schauen, in denen es den Protagonisten schlechter geht als ihnen selbst.

Ähnlich wie bei Videospielen, sind auch Serien so aufgebaut, dass sie eine möglichst **hohe Bindung** der Zuschauenden erreichen. So ist die emotionale Bindung gegen Ende einer Folge meist höher als in der Mitte und die Folge endet im Sinne eines **Cliffhangers** auf dem Höhepunkt der Geschichte.

Zwar weisen einzelne Anbieter nach einer gewissen Zeit die Nutzenden darauf hin, dass aus gesundheitlichen Gründen eine Pause eingelegt werden sollte. Solche Hinweise erscheinen jedoch oft erst nach einer sehr langen Dauer (mehrere Stunden).

Auch soziale Aspekte spielen beim Binge Watching eine Rolle: Oftmals wird eine Serie zusammen mit der Partnerin oder dem Partner geschaut oder ist ein ständiges Gesprächsthema im Pausenraum bei der Arbeit bzw. im eigenen Freundeskreis. Dies kann Anpassungsdruck ausüben und führt dazu, dass Serien weitergeschaut werden, obwohl die Schauenden die Serie gar nicht mögen.

Personen, die viel Zeit mit Serien verbringen, wenden teilweise bewusst Strategien an, um ihr Erlebnis zu maximieren: So werden die Serien abhängig von Tageszeit und Inhalt passend gewählt oder das Schauen einzelner Episoden wird hinausgezögert, um die Vorfreude zu steigern oder im geeigneten Moment eine komplette **Staffel** schauen zu können.

Die in einer Fokusgruppe beteiligten Probandinnen und Probanden (Flayelle et al. 2017), schauten mehrere Serien parallel, womit deutlich wird, dass fürs Binge Watching teilweise viel Zeit aufgewendet wird. Obwohl zwei der insgesamt 7 Teilnehmenden suchtähnliche Züge entwickelten, berichtete niemand der Befragten von negativen Auswirkungen. In einzelnen Fällen liefen die Serien teilweise auch einfach im Hintergrund, da das Geräusch auf die Probanden beruhigend wirkte.

Dennoch ist gemäss Maèva Flayelle et al. (2017) das Binge Watching in Bezug auf dessen Entstehung, Aufrechterhaltung und Messung (psychometrische Aspekte) nicht direkt mit einer Gaming Disorder zu vergleichen. Die Autorinnen plädieren dafür, dass beim Binge Watching eine alltägliche Freizeitbeschäftigung vorliegt (wenn auch in extremer Form), welche durch einen unzulänglichen Vergleich mit anderen Verhaltenssüchten nicht pathologisiert werden sollte.

Entsprechend müsste gemäss den Autor:innen erst noch ein Diagnoseinstrument für die zu berücksichtigenden psychometrischen Variablen erarbeitet werden. Die bestehenden Skalen *Watching TV Series Motives Questionnaire* (WTSMQ) und der *Binge-Watching Engagement and Symptoms Questionnaire* (BWESQ) eignen sich gemäss Flayelle et al. (2017) nicht zur Diagnostik von allfällig pathologischem Binge Watching.

Soziale Medien und soziale Netzwerke

Definition

Soziale Medien stellen eine Form der Massenmedienkommunikation im Internet dar, bei denen Nutzer:innen Informationen, Ideen, persönliche Nachrichten und andere Inhalte austauschen können (Gregsens, 2024). Dazu gehören Anwendungen wie virtuelle Spiele, Blogs oder Formen der onlinebasierten Kooperation im Internet, welche unter Verwendung eines eigenen Profils das Veröffentlichen eigener und das Kommentieren anderer Beiträge ermöglicht. Die Nutzerinnen und Nutzer interagieren dabei rund um gemeinsame Interessen und bilden daraus soziale Netzwerke (Notari et al., 2022). **Soziale Netzwerke** stellen daher eine Unterkategorie der sozialen Medien dar. Sie grenzen sich durch ihre Fähigkeit zur Bildung virtueller Gemeinschaften und ihr Angebot an Aktivitäten ab. Sie können definiert werden als digitale Plattformen, auf denen persönliche Profile mit Privatsphäre-Einstellungen angelegt werden können, über diese mit anderen Nutzerinnen und Nutzer interagiert werden kann (Inhalte teilen und kommentieren, private Nachrichten austauschen). Diese Möglichkeiten können nicht nur Beziehungen unter bekannten Personen intensivieren, sondern auch neue private oder berufliche Verbindungen ermöglichen. Soziale Netzwerke wurden von allen Kategorien sozialer Medien am häufigsten untersucht, die beiden Begriffe werden aber auch im wissenschaftlichen Kontext leider noch oftmals als Synonym verwendet (Notari et al., 2022).

Problematische Nutzung (Sucht)

Die Studie «always on» (Heeg & Steiner, 2019) berichtet, dass die Kommunikation mit anderen via Messenger und sozialen Netzwerken die vordergründige Motivation der Jugendlichen ist, soziale Medien zu nutzen. Dabei erlebt die Hälfte der Jugendlichen das Onlinesein als positiv und die meisten Jugendlichen pflegen via sozialen Medien Freundschaften, beschaffen sich Informationen rund um Schule, Beruf und Gesundheit oder erhalten Antworten zu eigenen Unsicherheiten (Bernath et al., 2023). Sie wenden die sozialen Medien bzw. Netzwerke also funktional an (Notari et al., 2022). Heeg & Steiner (2019) zeigen weiter, dass rund die Hälfte der Jugendlichen Regeln und Strategien zur Regulierung des eigenen Konsums anwenden. Die andere Hälfte erlebt positive wie auch negative Effekte und fühlt sich oft unter Druck, ständig online sein zu müssen. Mädchen bzw. junge Frauen erleben öfter negative Effekte des Onlineseins als Jungs.

Dennoch sind gemäss dem Synthesebericht zur problematischen Internetnutzung (Herrmann et al., 2020) Jungs öfter in Beratungsangeboten der (Sucht-)Prävention zu finden als Mädchen. Ein Erklärungsansatz hierfür ist, dass Jungs sich vor allem mit Videospiele beschäftigen und dieses Verhalten im Alltag auffälliger ist. Mädchen hingegen bewegen sich eher in den sozialen Netzwerken, was im Alltag weniger auffällt und von Eltern entsprechend seltener angesprochen wird. Die Motive, so Regine Rust im «laut&leise» Nr. 1/2020, welche zu dem jeweiligen Onlinekonsum führen, sind jedoch sehr ähnlich: Beide Geschlechter suchen auf dem Weg der Identitätsfindung nach Anerkennung und Bestätigung. Jungs erleben dies eher in Multiplayer-Spielen, in denen ihre Freunde ihren sozialen Status bestätigen und die Spielenden dank den integrierten Belohnungssystemen sofortige Wertschätzung erfahren. Beides bedingt jedoch einen hohen Zeitaufwand (Training), weshalb ein dysfunktionales Verhalten eher ersichtlich ist.

Mädchen stellen sich eher auf sozialen Plattformen dar und holen sich Bestätigung in Form von Likes und positiven Kommentaren bzw. hohen Followerzahlen. Dieses Verhalten ist im Alltag weniger auffällig, da auch viele Erwachsene oft am Handy sind und es nur schwer ersichtlich ist, für was das Handy gerade genutzt wird. Darüber hinaus wird oft erst im Verlauf eines Gesprächs (z.B. im Rahmen einer Therapie) ersichtlich, dass andere (psychische) Probleme (z.B. ein problematisches Onlineverhalten) vorliegen (Heeg & Steiner, 2019).

Definition problematische Nutzung

Für die problematische Nutzung sozialer Netzwerke oder sozialer Medien wird eine Reihe von Begriffen verwendet, wie *Social-Media-Sucht*, *Mediensucht* oder *exzessive, zwanghafte, impulsive, pathologische oder suchtartige Nutzung sozialer Netzwerke* oder *sozialer Medien*. Dieses Verhalten ist nicht als offizielle Krankheit anerkannt und über das Thema besteht noch kein wissenschaftlicher Konsens. Eine Lesart des Phänomens sieht das Verhalten als eigenständige Krankheit an (bspw. substanzungebundenes suchtartiges Verhalten oder Impulskontroll- oder Zwangsstörung). Die andere Interpretation sieht darin ein fehlangepasstes Verhalten aufgrund eines anderen zugrundeliegenden Problems, bspw. indem soziale Netzwerke als ein Mittel zur Flucht vor Alltagsproblemen verwendet werden, um das eigene Wohlbefinden zu steigern (Notari et al., 2022).

Aktuelle Instrumente zur Messung von problematischer Nutzung sozialer Netzwerke und sozialer Medien umfassen die *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS) (Andreassen et al., 2016), die *Social Media Disorder Scale* (SMDS) (van den Eijnden et al., 2016) oder die *Social Networking Addiction Scale* (SNAS) (Shahnawaz & Rehman, 2020). Bei allen ist zu beachten, dass die Instrumente von suchtartigen Störungen ausgehen, obwohl die wissenschaftliche Debatte dazu noch nicht abgeschlossen ist. Die problematische Nutzung wird oftmals definiert durch Symptome wie gedankliche Vereinnahmung (d.h.

regelmässig an nichts anderes mehr Denken können), Kontrollverlust über die Nutzungszeit, Vernachlässigung anderer Aktivitäten, negative Auswirkungen auf soziale Beziehung und Nutzung als Flucht vor negativen Gefühlen (Notari et al., 2022).

Prävalenz

Nach der HBSC-Studie von 2022 zeigen repräsentative Daten von 11- bis 15-Jährigen Schweizer Jugendlichen, dass 7.1% eine problematische Nutzung sozialer Netzwerke aufweisen. Das entspricht etwa 30'000 Jugendlichen. Gemessen wurden die Daten anhand der *Social Media Disorder Scale*, bei der ab der Beantwortung von mindestens sechs von neun Fragen mit «Ja» von einer problematischen Nutzung gesprochen wird. Mädchen sind dabei mit 9.7% stärker betroffen als Jungs mit 4.4%. Auffällig ist dabei die starke Zunahme der Prävalenz bei den Mädchen im Vergleich zu 2018. Während der Wert bei den Jungen (damals 3.7%) annähernd gleichgeblieben ist, hat er sich bei den Mädchen (damals 5.2%) fast verdoppelt. Dieser Anstieg könnte auch mit der im Jahr 2022 noch andauernden Pandemie zu tun gehabt haben (Delgrande Jordan & Schmidhauser, 2023). Es wird vermutet, dass die erhöhte Prävalenz bei Frauen damit zusammenhängt, dass Frauen mehr Wert auf soziale Aktivitäten legen und sich lieber in sozialen Netzwerken beteiligen als Männer (Zhao et al., 2022).

Risikofaktoren

Nach dem Stand dieser Recherche ist die Studienlage zu den Risikofaktoren in der Entwicklung eines problematischen, suchtartigen Umgangs mit sozialen Netzwerken und sozialen Medien noch eher gering und kausale Schlüsse oft nicht möglich. Die folgenden Risikofaktoren basieren daher grösstenteils auf vereinzelt Studien. Aufgrund dieser Gegebenheiten sind sie eher als **erste Annäherung** im Thema anzusehen und sollten mit entsprechender Vorsicht gewertet werden.

Zhao et al. (2022) gehen davon aus, dass **Impulsivität** ein Risikofaktor in der Entwicklung einer problematischen Nutzung darstellt. Die Autor:innen argumentieren, dass impulsivere Personen sich eher von anderen Aufgaben ablenken lassen und dann soziale Medien nutzen. Die Nutzung stellt damit eine Form der Emotionsregulation dar, welche kurzzeitig zu Entlastung führt, aber langfristig negative Konsequenzen mit sich bringt (Zhao et al., 2022). Nach der HBSC-Studie von 2022 gaben ca. 40% der 11- bis 15-Jährigen ihre Zustimmung zur Aussage «versucht, weniger Zeit auf sozialen Netzwerken zu verbringen, aber es nicht geschafft» (Delgrande Jordan & Schmidhauser, 2023).

Ebenfalls wurde ein **niedriges Selbstwertgefühl** als Risikofaktor identifiziert. Personen mit geringerem Selbstwertgefühl nutzen sozialen Medien möglicherweise deshalb stärker, da sie als sicheres Umfeld empfunden werden, in denen wünschenswerte Identitäten entwickelt werden können. Die eigenen negativen Gefühle können in diesem Umfeld ausgeblendet werden und durch soziale Anerkennung (z.B. durch das Erhalten von Likes) lässt sich das Selbstwertgefühl verbessern. In der HBSC-Studie von 2022 gaben ca. 45% der 11- bis 15-Jährigen ihre Zustimmung zur Aussage: «soziale Netzwerke häufig genutzt, um vor negativen Gefühlen zu fliehen» (Delgrande Jordan & Schmidhauser, 2023). Darunterliegende Probleme werden damit jedoch nicht angegangen, weswegen das Verhalten als unangepasste Bewältigungsstrategie angesehen wird (Akbari et al., 2023; Zhao et al., 2022).

Eine Untersuchung anhand einer deutschen Stichprobe mit 10- bis 17-Jährigen fand, dass ein **hohes Zugehörigkeitsbedürfnis** ein Risikofaktor darstellen könnte. Dieses grundlegende soziale Bedürfnis stellt den intrinsischen Antrieb dar, mit anderen in Kontakt zu treten, sich verbunden zu fühlen und sich selbst darstellen zu können. Ist dieses Bedürfnis bei einer Person besonders hoch ausgeprägt, bieten soziale Netzwerke viele Anreize dieses zu befriedigen. Diese Anreize werden dabei mittels Belohnungs- und Verstärkungsprozesse der Plattformen weiter erhöht werden. Bei jungen Menschen ist das Bedürfnis grundsätzlich stärker vorhanden, da die da sie sich in einem wichtigen Entwicklungsabschnitt

befinden, bei dem die Beziehungen zu Gleichaltrigen und deren Unterstützung wichtiger werden. Jüngere Personen könnten daher eine besonders vulnerable Gruppe für das Entwickeln einer problematischen Nutzung darstellen (Ostendorf et al., 2020).

Einige Studien verweisen auf **Einsamkeit** als Risikofaktor für eine problematische Nutzung sozialer Medien (Akbari et al., 2023; Dalvi-Esfahani et al., 2019; O’Day & Heimberg, 2021). Es wird angenommen, dass einsame Personen soziale Medien nutzen, um ihre Einsamkeit zu reduzieren, was aber nur bedingt als Strategie funktioniert: Wenn keine primären sozialen Interaktionen stattfinden, fallen wichtige soziale Hinweise wie Körpersprache und Gesichtsausdruck weg und die soziale Präsenz des Gegenübers ist eingeschränkt. Die Nutzer:innen können sich trotz vermeintlicher Verbindung weiterhin einsam fühlen (Dalvi-Esfahani et al., 2019). Der vermehrte Rückzug in die sozialen Medien kann dabei die Beziehungen im echten Leben weiter schwächen und die Gefühle der Einsamkeit noch verstärken. Es wird vermutet, dass Jugendliche durch die grossen entwicklungsbedingten Veränderungen ihrer Identität und ihres sozialen Umfelds besonders anfällig dafür sind, soziale Medien zu nutzen, um ihre Einsamkeit zu reduzieren. (Akbari et al., 2023; O’Day & Heimberg, 2021). In anderen Studien wurden hingegen keine signifikanten Ergebnisse bezüglich Einsamkeit als Risikofaktor gefunden (Marttila et al., 2021; Zhao et al., 2022).

Die Angst, etwas zu verpassen (engl. fear of missing out - **FOMO**) steht im Zusammenhang mit einem problematischen Verhalten (Fioravanti et al., 2021). Es beschreibt die allgegenwärtige Befürchtung, dass Andere bereichernde Erlebnisse machen, an denen man selbst nicht teilhat. So kann sich der Drang entwickeln, ständig online zu sein und keine Interaktion zu verpassen (Przybylski et al., 2013). Es wird vermutet, dass FOMO ein Vorläufer für einen problematischen Umgang mit sozialen Medien sein könnte (Fioravanti et al., 2021).

Es bestehen weiterhin Zusammenhänge mit dem **Körperbild** der Nutzer:innen und problematischem Verhalten, besonders bei Mädchen. Jugendliche Mädchen fühlen sich stärker unter Druck gesetzt, gesellschaftlichen Schönheitsidealen zu entsprechen. So werden Selfies bearbeitet, bevor sie geteilt werden und die erhaltene Anerkennung erzeugt positive Gefühle und erhöht so das Risiko einer Abhängigkeit. Schätzen Mädchen ihren Körper als attraktiv ein und haben gleichzeitig höhere Werte in der Persönlichkeitseigenschaft **Neurotizismus** (neigen eher zu Angst, Stress und anderen negativen Gefühlen), wird auch eher eine problematische Nutzung sozialer Netzwerke gezeigt (Peris et al., 2020). Auch die Persönlichkeitseigenschaft **Narzissmus** wird als Risikofaktor angesehen. Personen, die eine hohe Ausprägung in Narzissmus haben, haben ein erhöhtes Bedürfnis nach Anerkennung und Wertschätzung und weisen nicht selten eine ausgeprägtere Präsenz in den sozialen Medien auf. Sie posten vermehrt Beiträge, um das Interesse und die Bewunderung von Freunden und Followern zu gewinnen bzw. aufrechtzuerhalten (Dalvi-Esfahani et al., 2019).

Auch **allgemeine und soziale Ängste** werden als Risikofaktoren für einen problematischen Umgang angesehen. Zu den allgemeinen Ängsten wird argumentiert, dass ängstliche Personen soziale Medien nutzen, um negative Emotionen zu verringern, indem sie z.B. Aufmerksamkeit, Unterstützung oder ein Gefühl der Zugehörigkeit in sozialen Medien suchen (Zhao et al., 2022). Personen mit sozialen Ängsten, haben Schwierigkeiten, mit Anderen in realen bzw. persönlichen sozialen Situationen zu interagieren. Soziale Medien bieten diesen Menschen eine gewisse Form des Schutzes, da die soziale Interaktion weniger unmittelbar ist und somit als weniger riskant angesehen wird (Zhao et al., 2022).

Auch eine **erhöhte Wahrnehmung von negativen Informationen** wird als Risikofaktor für eine problematische Nutzung betrachtet. Dabei werden negative Informationen aufgrund bestehenden

kognitiven Neigungen oder Verzerrungen (engl. biases) stärker aufgenommen. Dieser Vorgang ist auch beim Entwickeln von Depressionen oder von sozialen Ängsten zentral (Zhao et al., 2022).

Eine niederländische Untersuchung mit Familien betont die Wichtigkeit des **elterlichen Verhaltens** gegenüber den Kindern. Schränken die Eltern die Nutzung von z.B. Smartphones bei ihren Kindern aus Frust, Impulsivität oder Überforderung unmittelbar ein, anstatt vorneweg klare Regeln zu bestimmen, stellt dies ein Risikofaktor für eine problematische Nutzung dar. Denn nicht verstehbare und antizipierbare Regeln verwirren Kinder und Jugendliche und lassen die Nutzung z.B. eines Smartphone als noch wertvoller erscheinen, da es ja jederzeit willkürlich von den Eltern eingezogen werden könnte (Geurts et al., 2022).

Den Zugang zu sozialen Medien völlig einzuschränken ist keine wirksame Strategie, insbesondere weil die Jugendlichen darin auch Freundschaften pflegen und neue Identitäten in einer wichtigen Lebensphase erkunden (Ostendorf et al., 2020).

Der unterschiedliche Stellenwert der sozialen Medien je nach **Kultur** kann ebenfalls einen Einfluss auf die Nutzung haben. So gibt es Kulturen, die extrovertierte und herausragende Personen mehr schätzen und es auch als wichtiger empfinden, viele «Likes» und «Follower» in den sozialen Medien zu haben. Personen mit wenigen «Likes» und «Follower» können sich hier eher ausgegrenzt fühlen. In anderen Kulturen ist Diskretion ein wichtigeres Merkmal, weswegen die Beliebtheit in den sozialen Medien womöglich nicht so hoch angesehen wird (Lopes et al., 2022).

Letztlich tragen die verschiedenen Systeme, die den Nutzenden Anerkennung verschaffen (Likes, Ton- und Bildeffekte) sowie die auf Algorithmen aufgebaute Informationsselektion dazu bei, dass die Nutzenden mehr Zeit auf den jeweiligen Plattformen verbringen als sie möchten. Risikofaktoren existieren also (analog zum Gaming) auch in Form von **technischen Faktoren** (Belohnungssystem, Interesse triggernde Algorithmen, unendliche Feeds), die eine Bindung an die Plattform bewirken sollen.

Prävention

Schutzfaktoren

Nach Ostendorf et al. (2020) stellen hohe **selbstregulative Fähigkeiten** einen Schutzfaktor für einen problematischen Umgang mit sozialen Medien dar und scheinen besonders für junge Menschen eine wichtige Kompetenz zu sein. Die Autor:innen empfehlen daher, dass sich Präventionsprogramme bei Kindern und Jugendlichen auf die Verbesserung von selbstregulativen Kompetenzen konzentrieren sollen. Sie sollen dabei begleitet werden, ein individuell angemessenes Mass mit sozialen Medien zu finden, welches im Alltag keine Probleme verursacht und sie sollen für eine funktionalere Nutzung mit sozialen Medien sensibilisiert werden. Weiter wird empfohlen, sie darin zu unterstützen, die persönlichen Bedürfnisse mit nachhaltigen Aktivitäten zu decken, anstatt dass diese ausschliesslich online befriedigt werden (Ostendorf et al., 2020).

Ein **positiver Erziehungsstil** wird ebenfalls als Schutzfaktor für einen problematischen Umgang angesehen. Das bedeutet, dass die Eltern auf die Bedürfnisse der Jugendlichen eingehen, ihre Autonomie respektieren, aber gleichzeitig auch Grenzen setzen. Wichtig ist dabei, dass die Nutzung eben nicht durch impulsive Massnahmen eingeschränkt wird, sondern dass mit den Jugendlichen **klare Regeln** zu ihrer Nutzung abgemacht werden. Es wird angenommen, dass die klaren Regeln und ein gewisses Mass an externer Kontrolle die Jugendlichen dabei unterstützen, ihre selbstregulativen Fähigkeiten im Umgang mit sozialen Medien selber zu entwickeln (Geurts et al., 2022). Generell zeigt sich ein hohes Mass an **sozialer Unterstützung** als Schutzfaktor einer problematischen Nutzung von sozialen Medien (Akbari et al., 2023). Schweizer Jugendliche verfügen erfreulicherweise über ein hohes Mass an sozialen und

familiären Ressourcen. Ein Grossteil nimmt eine hohe elterliche Unterstützung wahr und die meisten fühlen sich in der Schule als auch innerhalb ihrer Peergruppe gut integriert. Ein höheres Level an wahrgenommener elterlicher Unterstützung geht zudem mit einer tieferen wöchentlichen Internetnutzungszeit einher (Bernath et al., 2023).

Ein **höherer Selbstwert** steht im Zusammenhang mit einer niedrigeren Ausprägung von problematischem Umgang mit sozialen Medien und ist auch in anderem Suchtverhalten ein wichtiger Schutzfaktor. Die eigenen Emotionen spielen in der Entwicklung eines höheren Selbstwerts eine wichtige Rolle. Es wird dabei besonders empfohlen, dass allgemeine und soziale Ängste der Betroffenen reduziert werden sollten, um das Risiko für einen problematischen Umgang mit sozialen Medien zu senken. Die Autor:innen empfehlen, proaktiv soziale Aktivitäten für Betroffene und Gefährdete zu organisieren. Weiter wird empfohlen, mittels Aufmerksamkeitstrainings die verzerrte Wahrnehmung von negativen Informationen zu berichtigen (Zhao et al., 2022).

Jugendliche im Umgang mit sozialen Medien stärken

Die Autor:innen der JAMESfocus-Studie zur Mediennutzung im Kontext familiärer und sozialer Ressourcen (Bernath et al., 2023), als auch die nationale Plattform Jugend und Medien (2020) geben eine Vielzahl an nützlichen Empfehlungen ab, um Jugendliche in ihrem Umgang mit sozialen Medien zu stärken.

Sie empfehlen, den Kindern dabei zu helfen, die **individuelle Balance** zu finden. So bedeutet ein massvoller Umgang nicht für alle Menschen dasselbe. Werden Medien sinnvoll verwendet, können sie das Erwachsenwerden unterstützen und dabei helfen, Herausforderungen in der Jugend zu bewältigen (Bernath et al., 2023). Eine **ausgewogene Freizeitgestaltung** ist für die Kinder und Jugendliche wichtig. Auch andere Aktivitäten sollen Raum im Leben einnehmen, wie sich draussen zu bewegen oder Gleichaltrige zu treffen (Jugend und Medien, 2020). Bildschirmfreie Zeiten sollen gemeinsam festgelegt werden, da die sich besser eignen als festgelegte Medienzeiten. Schrittweise können **mehr Eigenständigkeit** gewährt werden. Es sollen klare Absprachen getroffen werden und die Konsequenzen bei Nichteinhalten sollen im Vorherein besprochen werden. Als Bezugsperson ist man selber auch immer **Vorbild**, daher ist es wichtig, auch auf den eigenen Umgang mit Medien zu achten (Jugend und Medien, 2020).

Eine gute Eltern-Kind-Beziehung bleibt zentral, auch wenn die Peergruppe im Jugendalter immer wichtiger wird. Es ist zentral, ein **offenes Ohr für die Anliegen** der Jugendlichen zu haben, auch wenn sich diese vielleicht gerade an einem für die Eltern unpassenden Moment an sie wenden (Bernath et al., 2023). Eigenes Interesse an den sozialen Medien zu zeigen ist ebenfalls von hoher Priorität. Die Eltern können sich dabei von ihrem Kind über die Funktionen informieren lassen und die Netzwerke selbst erkunden. Auch sollten mit dem Kind Risiken und Gefahren besprochen werden, sowie eigene Sorgen miteingebracht werden. Dem Kind sollte die Wichtigkeit eines **gesunden Misstrauens** oder auch eines **kritischen Bewusstseins** im Umgang mit sozialen Netzwerken vermittelt werden. Es sollte gemeinsam besprochen werden, was man sich überlegen könnte, bevor Fotos, Videos und andere Dinge veröffentlicht werden: Welche privaten Informationen möchte ich preisgeben? Welches Bild möchte ich von mir vermitteln? Welche Fotos sind unbedenklich? Wen kann ich als Freund akzeptieren? Wer sieht alles meine Beiträge? Konsequenzen von einem zu offenen Umgang mit privaten Informationen sollten aufgezeigt werden und auch Einstellungen zum **Schutz der eigenen Privatsphäre** diskutiert werden (Jugend und Medien, 2020).

Die **soziale Integration in der Schule** (also ein hohes Wohlbefinden und gutes Klima in der Schule/Klasse) unterstützt die Entwicklung eines massvollen und kompetenten Medienumgangs. Dies kommt insbesondere auch sozial benachteiligten Jugendlichen zugute, die von den Eltern weniger

intensiv unterstützt werden können. Die Zusammenarbeit von Eltern und Schule und die gegenseitige Unterstützung stärkt die schulische Integration (Bernath et al., 2023).

Jugendliche machen unter anderem auch Erfahrungen mit pornografischen Inhalten und sexueller Onlinekommunikation. Die Neugierde für **Sexualität und Intimität** ist normal und die beste Prävention vor negativen Effekten ist, wenn diese Themen nicht tabuisiert werden. Die Jugendlichen sollten dabei unterstützt werden, ein positives und respektvolles Verhältnis zu Sexualität und einen selbstbestimmten Umgang mit den eigenen Grenzen zu entwickeln (Bernath et al., 2023).

Soziale Medien und psychische Gesundheit bei Jugendlichen

Aktueller Forschungsstand

In den letzten Jahren sind viele verschiedene Studien zum Thema soziale Medien und psychisches Wohlbefinden erschienen, wobei die Ergebnisse dazu sehr heterogen sind. Die vorhandenen Studien sind hauptsächlich korrelativ, weshalb Kausalitäten unklar zu bestimmen sind. In vielen Studien wird lediglich die Nutzungszeit betrachtet, während inhaltliche Aspekte zu wenig berücksichtigt werden. Die Auswirkungen von sozialen Medien auf die psychische Gesundheit sind dabei nicht eindeutig gut oder schlecht. Wie soziale Medien wirken, hängt von persönlichen (z.B. Geschlecht und Selbstregulation) sozio-kulturellen (z.B. kulturellen Werten, Erziehung) situativen und medienbezogenen Faktoren ab (Valkenburg et al., 2022). Nach Bernath (2024) bieten soziale Medien in Bezug zur psychischen Gesundheit bei Jugendlichen verschiedene Risiken als auch Chancen.

Risiken

Vergleich mit unrealistischen Idealbildern

Die Inhalte auf den sozialen Medien stellen die Realität oft positiv verzerrt und unvollständig dar. Dabei werden einseitige Schönheitsideale, stereotype Geschlechternormen und unrealistische Lebensrealitäten vermittelt (Vandenbosch et al., 2022). In den sozialen Medien wird oftmals eine öffentliche Version des eigenen Lebens dargestellt, in der hauptsächlich die schönsten Momente geteilt werden (wie Reisen, Treffen mit Freunden, Restaurantbesuche etc.) Diese beschönigte Darstellung kann von anderen als vollständige Realität wahrgenommen werden und Gefühle wie Neid oder Benachteiligung auslösen. Der unfaire Vergleich mit den beschönigten Darstellungen der Anderen mit dem eigenen Leben und die daraus entstehenden Gefühle können bei vulnerablen Personen problematisch sein (Lopes et al., 2022). Die Adoleszenz stellt für die Entwicklung des eigenen Körperbilds und des Selbstwerts eine besonders kritische Phase dar. Idealisierte Darstellungen können sich dabei negativ auf das Körperbild, die Selbstwahrnehmung und das Selbstwertgefühl von Jugendlichen auswirken (Vandenbosch et al., 2022).

Sexuelle Belästigung

Nach der JAMES Studie (Külling et al., 2022) gaben beinahe die Hälfte der Jugendlichen in der Schweiz an, bereits online von einer fremden Person mit unerwünschten sexuellen Absichten angesprochen worden zu sein. Hier ist in den letzten Jahren eine starke Zunahme zu beobachten (von 19% 2014 zu 47% 2022). Ein Drittel der Heranwachsenden wurde schon mindestens einmal von einer fremden Person aufgefordert, erotische Fotos von sich selbst zu versenden. Mädchen sind dabei von beiden problematischen Erfahrungen etwa doppelt so stark betroffen wie Jungen. Werden ungewollte (sexuelle) Fotos erhalten, berichten Betroffene von negativen Gefühlen wie Scham, Wut, Trauer und Ekel (Weingraber et al., 2020). Studien berichten von Zusammenhängen zwischen Depression und Ängsten mit erlebter sexueller Belästigung online (Ståhl & Dennhag, 2021).

Cybermobbing

Ein Drittel aller Jugendlichen in der Schweiz wurde online bereits beleidigt oder «fertiggemacht» (Külling et al., 2022). Längsschnittstudien zeigen eine wechselseitige Beziehung zwischen Cybermobbing und psychischer Gesundheit. Internalisierende Probleme wie Depression und Ängste werden als Risikofaktor für Opfer von Cybermobbing angesehen. Es wird daher angenommen, dass Betroffene gewisse Eigenschaften haben, welche sie anfälliger für Cybermobbing machen. Als Risikofaktoren Cybermobbing auszuführen wird aggressives Verhalten in der Schule und gegenüber Gleichaltrigen angesehen, als auch vermehrte Internetnutzung (welche viele Möglichkeiten für Mobbing bietet) (Marciano et al., 2020).

Verstärkung psychischer Probleme durch Algorithmen

Im Gegensatz zu anderen grossen Medien personalisieren soziale Medien ihre Inhalte. Damit wird die Nutzungszeit und die Interaktion mit den Beiträgen erhöht, womit die Firmen mehr Werbeeinnahmen generieren. Insbesondere TikTok ist durch einen starken Empfehlungs-Algorithmus getrieben. Es werden also hauptsächlich Videos angezeigt, die den aktuellen Vorlieben einer Person entsprechen und die zu ihrer aktuellen Interessens- und Gefühlslage passen. Technische Untersuchungen zeigen: wenn ein User:in Interesse am Thema psychische Gesundheit zeigt, innerhalb kurzer Nutzungszeit die Inhalte zu diesem Thema dominieren (Amnesty International, 2023). Dadurch besteht das Risiko, dass eine Spirale aus negativen Inhalten entsteht, die bestehende psychische Probleme verschlimmern kann und aus der nur schwer zu entkommen ist (Milton et al., 2023). Lopes et al. (2022) gehen von einem wechselseitigen Zusammenhang zwischen der Nutzung von sozialen Medien und Depressionen oder Ängsten aus. Dieser Zusammenhang war dabei häufig mit einer problematischen Nutzung von sozialen Medien verbunden.

Chancen

Soziale Unterstützung

Soziale Medien sind wichtig für Jugendliche, da sie dadurch mit Freund:innen im Kontakt sein können und ihre soziale Beziehungen stärken können. Studienergebnisse deuten darauf hin, dass online erfahrene soziale Unterstützung das Selbstbewusstsein und das psychische Wohlbefinden stärkt (Zhou & Cheng, 2022). Weiter ermöglichen soziale Medien auch die Vernetzung ausserhalb des persönlichen Umfelds. Dies ist insbesondere wichtig für marginalisierte Gruppen, wie LGBTQ+ Personen, Jugendliche mit Krebserkrankungen und Jugendliche mit psychischen Erkrankungen (Birnbäum et al., 2017; Lazard et al., 2023; Selkie et al., 2020).

Information & Enttabuisierung

Soziale Medien sind für Jugendliche eine zentrale Informationsquelle, 24% der Schweizer Jugendlichen bezeichnen sie gar als wichtigste Informationsquelle (Waller, 2019). Informiert wird sich dabei auch zur psychischen Gesundheit. Pretorius et al. (2019) betrachteten hierzu die Online-Hilfesuche von Jugendlichen zu Themen der psychischen Gesundheit mit Einbezug von sozialen Medien. Als Vorteile der onlinebasierten Informationssuche werden die erlebte Anonymität und Privatsphäre, die einfache Zugänglichkeit zu den Informationen und dass Vernetzen mit Anderen, die ähnliche Erfahrungen gemacht haben, beschrieben (Pretorius et al., 2019). So thematisieren viele Beiträge negative Gefühle, Belastungen und psychische Erkrankungen offen. Solche Beiträge fördern das Bewusstsein und Verständnis für psychische Erkrankungen bei Jugendlichen. Sie ermöglichen einen offeneren Diskurs und können Stigmatisierungen entgegenwirken (Dorrani et al., 2022). Weiter scheint die Online-Hilfesuche eine Art Vorstufe zur weiteren Hilfesuche zu sein und sie kann ein Gefühl der Kontrolle bewirken.

Dem gegenüber steht das Risiko der Fehlinformation. Besonders, wenn fehlerhafte Inhalte von den Plattformen nicht reguliert werden, können so Stigmata z.B. zu psychischer Gesundheit und psychischer

Behandlung gefördert werden (Pretorius et al., 2019) und Krankheitsbilder können vereinfacht dargestellt werden (Dorrani et al., 2022). Gewisse Quellen könnten von den Jugendlichen als hilfreich eingestuft werden, obwohl diese tatsächlich gefährlich sind. Notwendige Behandlung wird dadurch möglicherweise vermieden oder negative Verhaltensweisen werden bestärkt (Pretorius et al., 2019).

Soziale Medien können ein Potenzial für die Gesundheitsförderung und die Prävention darstellen, da darüber die Jugendlichen mit gesundheitsbezogenen Themen erreicht werden können (Pretorius et al., 2019).

Literaturverzeichnis

- Akbari, M., Hossein Bahadori, M., Khanbabaei, S., Boruki Milan, B., Jamshidi, S., & Potenza, M. N. (2023). Potential risk and protective factors related to problematic social media use among adolescents in Iran: A latent profile analysis. *Addictive Behaviors, 146*, 107802. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2023.107802>
- Amnesty International. (2023). Driven into Darkness: How TikTok's 'For You' Feed Encourages Self-Harm and Suicidal Ideation. <https://www.amnesty.org/en/documents/pol40/7350/2023/en/>
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors, 30*(2), 252–262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Bernath, J., Waller, G., Willemse, I., Suter, L., Külling-Knecht, C., Zulliger, M., & Süß, D. (2023). JAMES-focus—Mediennutzung im Kontext familiärer und sozialer Ressourcen.
- Birnbaum, M., Rizvi, A., Correll, C., & Kane, J. (2017). The Role of Social Media and the Internet in Pathways to Care for Adolescents and Young Adults with Psychotic Disorders and Non-Psychotic Mood Disorders. *Early intervention in psychiatry, 11*(4), 290–295. <https://doi.org/10.1111/eip.12237>
- Dalvi-Esfahani, M., Niknafs, A., Kuss, D. J., Nilashi, M., & Afrough, S. (2019). Social media addiction: Applying the DEMATEL approach. *Telematics and Informatics, 43*, 101250. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101250>
- Delgrande Jordan, M., & Schmidhauser, V. (2023). Comportements en ligne des 11 à 15 ans en Suisse – Situation en 2022 et évolution récente (142003653 / 321-446/2). *Addiction Suisse*. <https://doi.org/10.58758/rech154>
- Dorrani, C., Betz, A., Philipp, A., Redenz, C., Waßmann, L. F., & Sukalla, F. (2022). Sick Style als digitaler Medientrend im Kontext von (Ent-)Stigmatisierung psychischer Erkrankungen—Eine qualitative Interviewstudie. *Gesundheitskommunikation in Zeiten der COVID-19-Pandemie, 1–9*. <https://doi.org/10.21241/ssoar.85050>
- Fioravanti, G., Casale, S., Benucci, S. B., Prostamo, A., Falone, A., Ricca, V., & Rotella, F. (2021). Fear of missing out and social networking sites use and abuse: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior, 122*, 106839. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106839>
- Geurts, S. M., Koning, I. M., Vossen, H. G. M., & van den Eijnden, R. J. J. M. (2022). Rules, role models or overall climate at home? Relative associations of different family aspects with adolescents'

- problematic social media use. *Comprehensive Psychiatry*, 116, 152318.
<https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2022.152318>
- Gmel, G., Yasser, K., Studer, J., Baggio, S., & Marmet, S. (2019). Development of a short form of the compulsive internet use scale in Switzerland. <https://doi.org/10.1002/mpr.1765>
- Gregersen, E. (2024, April 27). Social media | Definition, History, Examples, & Facts | Britannica.
<https://www.britannica.com/topic/social-media>
- Heeg, R., & Steiner, O. (2019). Always on—Wie erleben Jugendliche das ständige onlinesein?
- Herrmann, M., Stortz, C., & Perissinotto, C. (2020). Problematische Internetnutzung in der Schweiz. *Jugend und Medien*. (2020). Empfehlungen für den Umgang mit digitalen Medien.
- Külling, C., Waller, G., Willemse, I., Lilian, S., Skirgaila, P., Streule, P., & Süss, D. (2022). Ergebnisbericht zur JAMES-Studie 2022.
- Lazard, A. J., Meernik, C., Collins, M. K. R., Vereen, R. N., Benedict, C., Valle, C. G., & Love, B. (2023). Social Media Use for Cancer Support Among Young Adults with Cancer. *Journal of Adolescent and Young Adult Oncology*, 12(5), 674–684. <https://doi.org/10.1089/jayao.2023.0025>
- Lopes, L. S., Valentini, J. P., Monteiro, T. H., Costacurta, M. C. de F., Soares, L. O. N., Telfar-Barnard, L., & Nunes, P. V. (2022). Problematic Social Media Use and Its Relationship with Depression or Anxiety: A Systematic Review. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 25(11), 691–702. <https://doi.org/10.1089/cyber.2021.0300>
- Marciano, L., Schulz, P. J., & Camerini, A.-L. (2020). Cyberbullying Perpetration and Victimization in Youth: A Meta-Analysis of Longitudinal Studies. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(2), 163–181. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz031>
- Marttila, E., Koivula, A., & Räsänen, P. (2021). Does excessive social media use decrease subjective well-being? A longitudinal analysis of the relationship between problematic use, loneliness and life satisfaction. *Telematics and Informatics*, 59, 101556.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101556>
- Milton, A., Ajmani, L., DeVito, M. A., & Chancellor, S. (2023). “I See Me Here”: Mental Health Content, Community, and Algorithmic Curation on TikTok. *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–17. <https://doi.org/10.1145/3544548.3581489>
- Notari, L., Al Krudi, C., Delgrane Jordan, M., & Nivitha, S. (2022). Glücks- und Geldspielnutzung, Videospiel, Sexualverhalten, Kaufverhalten, soziale Medien und Internet: Suchtverhalten ohne Substanz? Auslegeordnung zu wissenschaftlichen Evidenzen, Terminologie, Messskalen und Prävalenzen. <https://www.suchtschweiz.ch/die-forschungsabteilung/forschung-beraten-und-entwickeln/verhaltenssuechte-eine-auslegeordnung-fuer-die-schweiz/>

- O'Day, E. B., & Heimberg, R. G. (2021). Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 3, 100070.
<https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100070>
- Ostendorf, S., Wegmann, E., & Brand, M. (2020). Problematic Social-Networks-Use in German Children and Adolescents—The Interaction of Need to Belong, Online Self-Regulative Competences, and Age. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), 2518. <https://doi.org/10.3390/ijerph17072518>
- Pereira, R., & Pereira, E. G. (2016). Chapter 13 - Video streaming: Overview and challenges in the internet of things. In C. Dobre & F. Xhafa (Hrsg.), *Pervasive Computing* (S. 417–444). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-803663-1.00013-9>
- Peris, M., de la Barrera, U., Schoeps, K., & Montoya-Castilla, I. (2020). Psychological Risk Factors that Predict Social Networking and Internet Addiction in Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4598.
<https://doi.org/10.3390/ijerph17124598>
- Pretorius, C., Chambers, D., & Coyle, D. (2019). Young People's Online Help-Seeking and Mental Health Difficulties: Systematic Narrative Review. *Journal of Medical Internet Research*, 21(11), e13873. <https://doi.org/10.2196/13873>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Selkie, E., Adkins, V., Masters, E., Bajpai, A., & Shumer, D. (2020). Transgender Adolescents' Uses of Social Media for Social Support. *Journal of Adolescent Health*, 66(3), 275–280.
<https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2019.08.011>
- Shahnawaz, M., & Rehman, U. (2020). Social Networking Addiction Scale. *Cogent Psychology*, 7.
<https://doi.org/10.1080/23311908.2020.1832032>
- Ståhl, S., & Dennhag, I. (2021). Online and offline sexual harassment associations of anxiety and depression in an adolescent sample. *Nordic Journal of Psychiatry*, 75(5), 330–335.
<https://doi.org/10.1080/08039488.2020.1856924>
- Valkenburg, P. M., Beyens, I., Meier, A., & Vanden Abeele, M. M. P. (2022). Advancing our understanding of the associations between social media use and well-being. *Current Opinion in Psychology*, 47, 101357. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101357>
- van den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478–487.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>

- Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101289.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002>
- Waller, G. (2019). JAMESfocus 2019—News und Fake News.
- Weingraber, S., Plath, C., Naegele, L., & Stein, M. (2020). Online victimization – an explorative study of sexual violence and cyber grooming in the context of social media use by young adults in Germany. *Social Work & Society*, 18(3), Article 3. <https://ejournals.bib.uni-wuppertal.de/index.php/sws/article/view/683>
- Wiez, M., & Klöss, S. (2019, Juli 18). Video-Streaming bricht Nutzerrekorde | Presseinformation | Bitkom e. V. <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Video-Streaming-bricht-Nutzerrekorde>
- Zhao, J., Jia, T., Wang, X., Xiao, Y., & Wu, X. (2022). Risk Factors Associated With Social Media Addiction: An Exploratory Study. *Frontiers in Psychology*, 13, 837766.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.837766>
- Zhou, Z., & Cheng, Q. (2022). Relationship between online social support and adolescents' mental health: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Adolescence*, 94(3), 281–292.
<https://doi.org/10.1002/jad.12031>

Anhang

Die wichtigsten Begriffe mit Bezug zum Internet und sozialen Medien

Algorithmus *Verfahrensweisung zu definierten Abfolgen basierend auf Rechenvorgängen.* Die Algorithmen von Soziale Medien analysieren bzw. berücksichtigen das Nutzerverhalten (das Reagieren auf bestimmte Inhalte oder das Darstellen von eigenen Inhalten) und steuern damit welche Inhalte (Content) den Nutzenden angezeigt werden.

Bio *Biographie oder Steckbrief einer Person auf einer sozialen Plattform (Instagram, TikTok).* Im Text unter einem Beitrag findet sich auf Instagram oft der Satz «Link in Bio». Dies meint, dass im Steckbrief des Accountinhabers/-Inhaberin ein Link mit weiterführenden Informationen zu einem Thema zu finden ist. Der Steckbrief erscheint auf der Accountseite oben und beinhaltet Informationen wie Name, Beruf und Wohnort.

Bubble (engl. Blase) *Informationsblase.* Das Bild der Blase veranschaulicht, dass die Nutzenden aufgrund der Algorithmen immer nur mit bestimmten Inhalten (Content) versorgt werden. Dabei werden andere Informationen, Kontakte und Inhalte bewusst aussen vorgelassen, da sie gemäss den Algorithmen für die einzelnen Nutzenden vermeintlich nicht von Relevanz sind. Verändern die Nutzenden ihr Verhalten, verändert sich auch der von den Plattformen dargestellte Inhalt bzw. die Bubble.

Clickbait (Täuschungs-) Methode, um mit einem Beitrag (Content) möglichst viele Klicks zu generieren. Meist sind entsprechende Beiträge mit einem auffälligen Foto oder einer provokativen Überschrift versehen. Beides muss nicht zwingend mit dem Inhalt zu tun haben, wodurch der täuschende Charakter im Nachhinein offensichtlich erkennbar wird. Clickbait ist nicht illegal, kann aber eine Community vergraulen.

Cliffhanger *offener Ausgang und meist Höhepunkt einer Folge an deren Ende.* Cliffhanger sind als eine Methode der Kundenbindung zu verstehen, da der eben aufgebaute Spannungsbogen erst in der nächsten Folge aufgelöst wird. So soll die Kundschaft dazu bewegt werden, die nächste Folge zu schauen. Dieses Phänomen wurde bereits in den 1920er Jahren vom Gestaltpsychologen Kurt Lewin untersucht und wurde schon 1873 bei einem in monatlicher Serie erscheinenden Roman angewandt.

Content *Inhalte wie Bilder, Text, Audio und Video eines Accounts auf einer Sozialen Plattform.* Beim Content-Marketing spricht man von einer Marketing-Technik, welche die Zielgruppe mit gezielten Inhalten ansprechen soll, um sie von der eigenen Marke zu überzeugen.

Community *Gemeinschaft von Nutzenden (User).* Alle Nutzerinnen und Nutzer, die ein Profil in einem sozialen Netzwerk abonniert haben, die aktuellen Nachrichten dieser Seite konsumieren und über bestimmte Themen sprechen. Bei Facebook spricht man von Fans, bei Instagram von Followern und bei YouTube von Abonnenten. Bei Netflix spricht man allgemein von Kunden.

Daten *Informationen der Nutzenden.* Soziale Netzwerke sind kostenfrei, weshalb die Daten der Nutzenden (Angaben über die Person, bestimmte Verhaltensweisen, Interessen gegenüber bestimmten

Themen etc.) für die gezielte Positionierung geeigneter Werbung verwendet werden. Durch den Verkauf dieser Werbeplätze werden die Sozialen Plattform finanziert. Das Datenschutzgesetz eines Landes regelt unter anderem, welche Daten die jeweiligen Plattformen von den Nutzenden erheben bzw. verwenden dürfen.

Datenschutz *Schutzbestimmungen über die Verwendung von (Personen-) Daten.* Das **Bundesgesetz über den Datenschutz (DSG)** bestimmt, dass (Personen-) Daten grundsätzlich nur dann bearbeitet (verwendet) werden dürfen, wenn hierzu die eindeutige Erlaubnis durch die Person selber vorliegt. Weiter dürfen Daten nicht ins Ausland bekannt gegeben werden, wenn die Persönlichkeit der betroffenen Person dadurch schwerwiegend gefährdet würde; z.B. durch eine fehlende Gesetzgebung im Zielland. Stimmt die betroffene Person jedoch im Einzelfall zu, kann diese Bestimmung umgangen werden. So werden die hiesigen Datenschutzverordnungen ausgehebelt.

Artikel 8 des DSG legt fest, dass in der Schweiz jede Person vom Inhaber einer Datensammlung Auskunft darüber verlangen kann, ob Daten über die Person bearbeitet (verwendet) werden. Der Anbieter ist verpflichtet, alle vorhandenen Daten einschliesslich der verfügbaren¹ Angaben über die Herkunft der Daten zu erteilen, sowie den Zweck und die Rechtsgrundlagen des Bearbeitens sowie die Kategorien der bearbeiteten Personendaten, der an der Sammlung Beteiligten und der Datenempfänger offen zu legen. Es gelten gewisse Einschränkungen.

Episode (Auch Folge genannt) Eine von mehreren Folgen einer (Fernseh-) Serie. Die Bezeichnung Episode kommt vor allem aus dem Englischen. So ist bei Netflix von «Seasons» (Staffeln) und den einzelnen «Episodes» (Folgen) die Rede. Die Anzahl Episoden einer Staffel ist nicht festgelegt und kann von fünf bis über 20 Episoden reichen. Auch die Dauer der einzelnen Episoden variiert. So sind auf Netflix Episoden von 25 Minuten Länge zu finden oder solche von fast einer Stunde. Eine Episode wird durch die Figuren, die Story, die Schauplätze und das Thema zusammengehalten. Dabei besitzt jede Episode ein eigenes Thema, welches sich in das Gesamtthema der Serie einbetten lässt.

Feed Liste von Inhalten auf einer Sozialen Medien-Plattform. Diese Inhalte können von Freunden, Seiten, Gruppen oder abonnierten Kanälen stammen und können aus verschiedenen Arten von Beiträgen wie Text, Fotos oder Videos bestehen. Der Feed ist ein zentrales Element von sozialen Medien und wird oft durch Algorithmen gesteuert.

Hashtag Worte oder Wortverbindungen, die mit einer Raute (#) gekennzeichnet sind und so als Schlüssel- oder Suchwörter fungieren. Diese Markierungsmethode von Beiträgen, anhand denen verlinkte Inhalte gesucht werden konnten, wurden um 2007 zunehmend bekannt. Ab dem 1. Juli 2009 wurden auf Twitter dann alle Hashtags verlinkt. Das Hashtag hat sich seither als Suchfunktion auf allen Sozialen Plattformen etabliert.

Influencer Personen, die aufgrund ihrer Präsenz und/oder ihres hohen Ansehens auf sozialen Netzwerken als Träger für (Werbe-) Botschaften fungieren. Der Begriff wird seit ca. 2007 in Werbung und Marketing in Verbindung mit Sozialen Medien verwendet und basiert auf dem 2001 von Robert Cialdini erschienenen Buch «Influence: Science and Practice». Darin werden wichtige Eigenschaften zur

¹ Was «verfügbar» genau meint, ist im Gesetzestext nicht erläutert und lässt somit einen gewissen Interpretationsspielraum offen.

Einflussnahme beschrieben. Unter anderem: Soziale Autorität, Vertrauenswürdigkeit, Hingabe und konsistentes Verhalten. In der Schweiz existieren Firmen, die Personen auf Instagram mit Firmen zusammenbringen und entsprechende Verträge ausarbeiten.

Messenger (sozialer) Nachrichtendienst. Nachrichtendienste wie WhatsApp, Facebook (-Messenger) oder Signal sind im weitesten Sinne soziale Netzwerke, anhand derer ein Dialog oder Gruppenchat vollzogen werden kann. In bestimmten Messengerdiensten kann auch Werbung geschaltet werden.

Post Beitrag (Bild, Text, Video) in den Sozialen Medien

Ein Post wird durch eine Nutzerin/einen Nutzer generiert. Follower können diesen « liken », « sharen » oder « retweeten » (Twitter) bzw. « reposten » (Instagram). Posts werden in der Timeline chronologisch wiedergegeben werden. Dadurch ist ein fast unendliches « scrollen » in den Sozialen Medien möglich und die Kontrolle ist schwierig.

Reichweite Anzahl Personen, die mit einer Massnahme (z.B. Post eines Bildes) erreicht werden. Dabei wird zwischen der « potentiellen Reichweite » und der « tatsächlichen Reichweite » unterschieden. Letztere ist die Anzahl Personen, die den Beitrag tatsächlich gesehen haben (z.B. Views bei YouTube). Die potentielle Reichweite errechnet sich aus der Häufigkeit mit welcher der eigene Post geteilt wurde, wobei pro « share » (einmal teilen) ca. zwei bis fünf Prozent der Follower des Teilenden zur potentiellen Reichweite hinzugerechnet werden können.

Serie Filmproduktion über eine abgeschlossene oder nicht abgeschlossene, fiktionale oder nichtfiktionale Handlung, die mehrere Folgen umfasst. Bei zirkulär offenen Serien behandelt jede Episode (Folge) einen eigenen Fall, womit die Handlung am Ende jeder Episode wieder an den ursprünglichen « Nullzustand » der Serie zurückkehrt. Bei geschlossenen Serien bauen einzelne Episoden aufeinander auf, wodurch die Serien von langlaufenden, episodенübergreifenden Erzählbögen geprägt werden. Die einzelnen Erzählbögen fügen sich dabei in die übergeordnete Story ein.

Social Proof Psychologisches Phänomen. Unter Social Proof ist gemeint, dass sich Menschen an dem Verhalten ihrer Umgebung/Mitmenschen orientieren und ihr eigenes Verhalten daran anpassen, ohne sich näher damit auseinandergesetzt zu haben. So erscheinen Seiten bzw. Content als begehrenswerter, wichtiger und besser, wenn sie von vielen Nutzern geteilt oder kommentiert wurden. Algorithmen bevorzugen Inhalte, die eine hohe Interaktion aufweisen.

Streamen Übertragung und Wiedergabe von Video- und Audiodaten über ein Netzwerk. Im Gegensatz zum Herunterladen (Download) ist das Ziel beim Streaming nicht, eine Kopie der Medien beim Nutzer anzulegen, sondern die Medien direkt auszugeben. Es gibt auch Personen, die via Twitch z.B. Videospiel-Session streamen. Diese Personen werden auch « Streamer » genannt.