

Passive Facebook-Nutzung, selektive Selbstdarstellung und negative Wahrnehmungen des eigenen Lebens: Mehrgruppen cross-lagged Panelanalysen zu differentiellen Effekten im Kontext psychologischen Wohlbefindens

Sebastian Scherr, Marlene Schmitt

Angaben zur Veröffentlichung / Publication details:

Scherr, Sebastian, and Marlene Schmitt. 2018. "Passive Facebook-Nutzung, selektive Selbstdarstellung und negative Wahrnehmungen des eigenen Lebens: Mehrgruppen cross-lagged Panelanalysen zu differentiellen Effekten im Kontext psychologischen Wohlbefindens." *Medien & Kommunikationswissenschaft* 66 (1): 58–74.
<https://doi.org/10.5771/1615-634x-2018-1-58>.

Nutzungsbedingungen / Terms of use:

CC BY 4.0

Dieses Dokument wird unter folgenden Bedingungen zur Verfügung gestellt: / This document is made available under these conditions:
CC-BY 4.0: Creative Commons: Namensnennung
Weitere Informationen finden Sie unter: / For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>



Passive Facebook-Nutzung, selektive Selbstdarstellung und negative Wahrnehmungen des eigenen Lebens

Mehrgruppen Cross-Lagged Panelanalysen zu differentiellen Effekten im Kontext psychologischen Wohlbefindens

Sebastian Scherr / Marlene Schmitt

Ein Großteil der aktiven Nutzung sozialer Medien ist mittlerweile fotobezogen, während der Großteil deren Gesamtnutzung passiv ist. Die Auswirkungen dieser neuen Nutzungsmuster sozialer Medien auf das Wohlbefinden der Nutzer wurden allerdings bislang noch nicht genauer untersucht. In zahlreichen quer- und wenigen längsschnittlichen Untersuchungen wird bis heute nicht systematisch zwischen einer aktiven und passiven Nutzung von sozialen Medien differenziert. Daher untersuchen wir in der vorliegenden Studie am Beispiel von Facebook speziell die Zusammenhänge zwischen depressiven Symptomen, dem selektiven Umgang mit Fotos, der passiven Nutzung des Netzwerks und den negativen Wahrnehmungen des eigenen Lebens über einen Zeitraum von einem Jahr. Dazu berichten wir die Befunde aus einer zweiwöchigen Online-Panelbefragung mit 514 Personen. Mehrgruppen Cross-Lagged-Panel-Analysen zeigen, dass depressive Symptome mit der Facebook-Nutzung und Wahrnehmung von Fotos auf Facebook zusammenhängen, wobei insbesondere bei einer schweren depressiven Symptomatik die selektive Selbstdarstellung auf Facebook an Bedeutung gewinnt und dann sowohl die passive Nutzung als auch negative Wahrnehmungen des eigenen Lebens fördert.

Schlagwörter: passive Nutzung sozialer Medien, Foto-Selektivität auf sozialen Medien, Facebook, Depression, psychologisches Wohlbefinden

1. Einleitung

In den vergangenen Jahren wurde die Nutzung sozialer Medien insgesamt passiver, gleichzeitig gewinnen gerade Fotos im Alltag von Nutzern sozialer Medien immer stärker an Bedeutung (vgl. Krasnova et al., 2013). Eine steigende Zahl von Social Media-Anwendungen wie Snapchat, Tinder, Instagram oder Pinterest basieren hauptsächlich auf der visuellen Selbstdarstellung ihrer Nutzer (Lee et al., 2015). Dennoch sind die sozialen und psychologischen Auswirkungen des „Photo-Sharing“ (ebd.: 133) größtenteils noch unklar.

Dies erscheint insbesondere deshalb relevant, da negative Zusammenhänge vor allem zwischen der passiven Nutzung von Social Network Services (SNS) und dem subjektiven Wohlbefinden ihrer Nutzer festgestellt werden konnten (vgl. Lee et al., 2015; Reinecke & Oliver, 2016; Sagioglou & Greitemeyer, 2014). Passive SNS-Nutzung korreliert demnach mit Hoffnungslosigkeit (Barak & Dolev-Cohen, 2006), Einsamkeit und Neid (Krasnova et al., 2013), Essstörungen (Neira, Corey & Barber, 2014; Rodgers & Melioli, 2016), niedrigem Selbstbewusstsein (Meier & Gray, 2014), Suizidalität (Barak & Dolev-Cohen, 2006) sowie Depressionen (Tandoc et al., 2015).

Im Gegensatz dazu wird die aktive Nutzung von SNS oft als positiv für das Wohlbefinden beurteilt (Urista, Dong & Day, 2009). Sie gebe den Nutzern durch soziale Kontakte das Gefühl von Anerkennung und Unterstützung (Nabi, Prestin & So, 2013;

Steinfeld, Ellison & Lampe, 2008) und vermittelte Problemlösungsstrategien (Barak & Dolev-Cohen, 2006). Ein wichtiger Aspekt der aktiven Nutzung von Facebook bestehe überdies im impliziten Impression-Management durch das bewusste Auswählen und Hochladen von Fotos (Siibak, 2009; Strano, 2008; Zhao, Grasmuck & Martin, 2008). Die Forschung zu diesen Phänomenen beruht allerdings – bis auf wenige Ausnahmen (Burke & Kraut, 2016; Nesi, Miller & Prinstein, im Druck; Verduyn et al., 2015) – auf querschnittlichen Untersuchungsdesigns, die keine Aussagen darüber erlauben, inwiefern das psychologische Wohlbefinden die Facebook-Nutzung beeinflusst und inwiefern bestimmte Nutzungsweisen auf die psychische Gesundheit zurückwirken.

Die vorliegende Studie liefert Anhaltspunkte zu kurz- und langfristigen Zusammenhängen zwischen psychischer Gesundheit (im Folgenden operationalisiert als Depressionsgrad bemessen an der Anzahl depressiver Symptome), selektiver Selbstdarstellung bei Facebook, passiver Facebook-Nutzung und negativen Wahrnehmungen des eigenen Lebens. Dafür wird auf Paneldaten zurückgegriffen, die mithilfe von Mehrgruppen-Cross-Lagged-Panel-Analysen getrennt für Personen mit geringerem bzw. höherem Depressionsgrad untersucht wurden. Die Studie fragt erstens danach, inwiefern die psychische Gesundheit mit einer a) passiven Nutzung bzw. b) selektiven Selbstdarstellung auf Facebook und c) einer negativen Wahrnehmung des eigenen Lebens durch Facebook-Fotos einhergeht und wie sich diese Zusammenhänge im Zeitverlauf über ein Jahr verändern.

2. Reziproke Effekte von Wohlbefinden und Facebook-Nutzung

2.1 *Reziproke Effekte von psychischer Gesundheit und passiver SNS-Nutzung*

Depressionen äußern sich in der Regel durch ein vermindertes Aktivitätsniveau (Beesdo-Baum & Wittchen, 2011), das sich auch auf die Nutzung von SNS auswirken dürfte. Eine solche Differenzierung für die SNS-Aktivität wurde teilweise auch in bisherigen Studien vorgenommen (Deters & Mehl, 2013; Krasnova et al., 2013). Als passive Nutzung wird die Rezeption von Informationen ohne direkten Austausch verstanden, beispielsweise das Scrollen durch den News-Feed oder das Anschauen von Fotos anderer. Ob SNS passiv oder aktiv genutzt werden, wird stark durch die individuelle Prädisposition der Nutzer beeinflusst (Błachnio et al., 2015; Tandoc, Ferrucci & Duffy, 2015). Depressive Personen nutzen SNS tatsächlich eher passiv, während weniger depressive Personen dort deutlich aktiver sind (z. B. Selfhout et al., 2009). Scherr (2016) führt diese Unterschiede auf eine stärkere Selbstfokussierung und Rumination – das gedankliche Kreisen um ein bestimmtes Thema oder Problem –, aber auch auf den kognitiven Aufwand bei insgesamt reduziertem Aktivitätsniveau zurück.

In nicht-klinischen Stichproben lohnt es sich außerdem, auf nicht-pathologische, psychologische Mechanismen zurückzugreifen, die dabei helfen, die Aktivität auf SNS zu erklären. So zeigten etwa Reinecke und Trepte (2014), dass Nutzer mit größerem subjektiven Wohlbefinden (operationalisiert durch Lebenszufriedenheit und positiv bzw. negativ empfundene Emotionen in den letzten Wochen) einfacher authentisch über ihre Erlebnisse auf SNS berichten können als Personen mit geringerem Wohlbefinden, da SNS-Posts üblicherweise einen „positivity bias“ aufweisen (Qiu, Lin, Leung & Tov, 2012; Utz, 2011) und die Anzahl berichtenswerter positiver Ereignisse bei Menschen mit geringerem Wohlbefinden eingeschränkt ist. Auch aufgrund dieser systematischen Benachteiligung durch die Plattformlogik auf SNS erscheint es plausibel anzunehmen, dass die SNS-Aktivität bei Personen mit niedrigerem Wohlbefinden eingeschränkt sein dürfte, was sich in der Studie von Reinecke und Trepte (2014) auch empirisch im Längsschnitt

über sechs Monate zeigte. Basierend auf diesen Befunden formulieren wir daher die folgende Hypothese:

H1: Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen depressiven Symptomen und der passiven Facebook-Nutzung.

Umgekehrt fragt eine Vielzahl von Studien danach, wie sich die SNS-Nutzung auf das psychologische Wohlbefinden auswirkt (Burke & Kraut, 2016; Kim & Lee, 2011; Reinecke & Oliver, 2016). Positive Auswirkungen der SNS-Nutzung sind z. B. vermehrte soziale Kontakte (Nabi et al., 2013), ein größeres Sozialkapital (Steinfeld et al., 2008) oder gesteigertes Selbstvertrauen (Gonzales & Hancock, 2011). Die SNS-Nutzung wird aber auch mit verstärktem Stress und sozialer Überlastung (Maier et al., 2012), niedrigerem Selbstbewusstsein (Meier & Gray, 2014), Einsamkeit (LaRose, Eastin & Gregg, 2001) sowie Neid (Krasnova et al., 2013) und Depression (Lup, Trub & Rosenthal, 2015) in Verbindung gebracht. In einer der wenigen Längsschnittstudien zu diesem Thema untersuchten Kross et al. (2013) die Auswirkung passiver Facebook-Nutzung auf das Wohlbefinden der Nutzer. Sie stellten fest, dass eine starke passive Facebook-Nutzung unmittelbar zu gemindertem Wohlbefinden und über einen Zeitraum von zwei Wochen zu einer starken Abnahme der Lebenszufriedenheit führt (ebd.). Burke und Kraut (2016) stellten anhand von Facebook-Server-Logdaten dagegen fest, dass passive Nutzungsformen von Facebook über den Zeitraum von einem Monat *nicht* auf das subjektive Wohlbefinden einwirken. Frison & Eggermont (2016) zeigten, dass die durchschnittlich verbrachte Zeit auf Facebook pro Tag, *nicht aber speziell eine passive Nutzung* zu einer geringeren Lebenszufriedenheit sechs Monate später führt. Wir fragen daher im Rahmen der vorliegenden Untersuchung danach, inwiefern eine passive Facebook-Nutzung längerfristig (ein Jahr später) zu verstärkten depressiven Symptomen (oder umgekehrt) führt (FF1).

2.2 Reziproke Effekte von psychischer Gesundheit und selektiver Selbstdarstellung auf Facebook

Obwohl vieles dafürspricht, dass depressive Symptome mit einer zunehmend passiven SNS-Nutzung einhergehen, sind die Hürden für eine aktive Nutzung im Kontext von Depressionen vergleichsweise niedrig. Smartphones ermöglichen heute den Zugriff auf SNS zu jeder Zeit und überall, und insbesondere das Aufnehmen und Teilen von Fotos ist mühelos möglich und populär (vgl. Duggan, 2013). Fotos übernehmen dabei eine entscheidende Rolle bei der Selbstdarstellung auf SNS und sind ein zentrales Mittel für visuelles Impression-Management (Siibak, 2009; Strano, 2008). Nutzer wählen bewusst aus, welche Fotos sie veröffentlichen, um sich selbst virtuell auszudrücken, und beeinflussen so ihre Fremdwahrnehmung (Kapidzic & Herring, 2015; Siibak, 2009). Die Auswahl beruht wiederum auf ausgeprägten sozialen Normen, die über die Angemessenheit und Unangemessenheit von Selbstdarstellung und Selbstoffenbarung bestimmen (z. B. Bazarova, 2012) und allgemein die Präsentation positiver Aspekte des Selbst begünstigen (z. B. Reinecke & Trepte, 2014; Qiu et al., 2012). In Hinblick auf SNS werden Fotos vor allem zur Darstellung der eigenen Attraktivität genutzt (Siibak, 2009; Strano, 2008) oder um eine ideelle Identität zu kreieren (Zhao et al., 2008). Das Feedback anderer Nutzer, z. B. in Form von Kommentaren oder „Gefällt-mir“-Angaben auf veröffentlichte Fotos, formt laut Valkenburg, Schouten & Peter (2005) das Selbstbewusstsein und Wohlbefinden der Jugendlichen. Studien zeigen, dass Fotos für SNS-Nutzer ein zentrales Mittel sind, um sich selbst darzustellen, Meinungen anderer einzuholen und ein Selbstgefühl zu entwickeln (Siibak, 2009; Valkenburg et al., 2005; Zhao et al., 2008). Als zugrunde-

liegender Mechanismus kann grundsätzlich eine Tendenz zur Selbstbestätigung („Self-Affirmation“) angenommen werden (Toma, 2017). Durch die selektive Auswahl positiver Aspekte bei der Selbstdarstellung oder die Betonung der sozialen Verbundenheit mit anderen auf SNS werden die entsprechenden positiven Bereiche des eigenen Lebens salient gemacht und schützen vor möglichen Bedrohungen des eigenen Selbstbildes von außen, was sich positiv auf das eigene Wohlbefinden auswirkt (vgl. ebd.; Toma & Hancock, 2013). Ebenso konnte gezeigt werden, dass das Teilen von positiven Informationen auf SNS einen positiven Beitrag zum eigenen Wohlbefinden leisten kann. Dies wird ebenfalls auf eine höhere Salienz und Reflexion der geteilten Lebensbereiche zurückgeführt, aber auch auf das Feedback auf die eigenen Beiträge, die deren Wirkung verstärken (Choi & Toma, 2014). Umgekehrt gilt dies auch für das Teilen negativer Aspekte des eigenen Lebens, die bei depressiven Personen wahrscheinlicher vorhanden sind, und die durch eine höhere Salienz, ausbleibende Ablenkung oder Gelegenheit zur Rumination durch „Social Sharing“ negativ auf das Wohlbefinden zurückwirken dürften (ebd.). Speziell für den Zusammenhang zwischen Depression und der Auswahl und dem Umgang mit Fotos auf SNS zeigten Rosen et al. (2013), dass ein positiver Zusammenhang zwischen der Selbstoffenbarung auf SNS in Form von Aktualisierungen des eigenen Facebook-Profiles und der Anzahl depressiver Symptome besteht, und führten dies darauf zurück, dass depressive Menschen eher darum bemüht sind, ein negatives Bild von sich in sozialen Medien zu vermeiden. Unsere Hypothese lautet folglich:

H2: Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen depressiven Symptomen und der Selektivität im Umgang mit Fotos für Facebook.

Obwohl wir uns im Alltag ständig selbst präsentieren (Goffman, 1959), legen die Ergebnisse von Lee et al. (2015) nahe, dass die Art der Selbstdarstellung auf SNS Inhalte generiert, die kaum passiv konsumiert werden können, ohne dabei das eigene Wohlbefinden negativ zu belasten, woraus der Begriff der „Facebook Depression“ entstand (Jelenchick, Eickhoff & Moreno, 2013; Moreno et al. 2011). Die spezielle Bedeutung von Fotos wird unter anderem auch dadurch deutlich, dass gerade visuell ausgerichtete SNS wie Instagram oder Snapchat ein erhöhtes Risiko für kognitive Unruhen (Rodgers & Melioli, 2016) bergen, wodurch wiederum depressive Symptome wie Traurigkeit, Essstörungen oder ein negatives Selbstbild entstehen können (Tiggemann & Slater, 2015). Über die langfristigen Auswirkungen der Selektivität bei der Selbstdarstellung auf SNS ist die Befundlage allerdings noch weitgehend unklar, insbesondere in Bezug auf das eigene Wohlbefinden. Wir fragen daher danach, inwiefern die Auswahl von Fotos für Facebook (ein Jahr später) zu verstärkten depressiven Symptomen (oder umgekehrt) führt (FF2).

2.3 Reziproke Effekte von psychischer Gesundheit und der Wahrnehmung von SNS-Bildern

Neben einer Vielzahl anderer Symptome zeigt sich eine Depression u. a. im vermehrten Auftreten negativer Gedankeninhalte. Beck und Hautzinger (1992) beschreiben diese als eine negative kognitive Triade, die ein negatives Selbstbild („Ich bin hässlich“), ein negatives Weltbild („Keiner liebt mich“) und negative Zukunftserwartungen („Es wird so unerträglich bleiben“) umfasst. Im Medienkontext zeigten etwa Scherr und Reinemann (2011), dass solche dysfunktionalen Denkmuster dazu beitragen, dass auch Medieninhalte verzerrt wahrgenommen werden. Außer auf die Wahrnehmung von Medieninhalten können sich Depressionen auch auf den Informationsverarbeitungsprozess auswirken, häufig in Form einer stärkeren Internalisierung von Umweltinformationen (Par-

kinson et al., 2000; Scherr, 2016). Im Kontext von Depressionen finden soziale Vergleichsprozesse nicht nur häufiger statt (Bäzner et al., 2006; Butzer & Kuiper, 2006), sondern sind auch negativ gefärbt (Albright et al., 1993) und häufiger in Form von Aufwärtsvergleichen (Appel, Crusius & Gerlach, 2015). Appel et al. (2016) zufolge sind soziale Vergleichsprozesse auf SNS allgegenwärtig, weil Vergleichsdimensionen, wie die Anzahl an Freunden oder gesammelter „Likes“, für Posts einerseits salienter sind und andererseits gleichermaßen persönlich relevanter, weil die Interaktionen vor allem mit Personen der eigenen sozialen Peer-Group stattfinden. Gerade Depressive projizieren Informationen aus der sozialen Umwelt häufig auf sich selbst und vergleichen diese mit dem eigenen Leben, wobei der Vergleich in der Regel aufwärts und dysfunktional ausfällt (Swallow & Kuiper, 1988). Da überdies Attributionsfehler und Verfügbarkeitsheuristiken bei depressiven Personen vermehrt auftreten (Beesdo-Baum & Wittchen, 2011; Chou & Edge, 2012; Johnson, Gooding & Tarrier, 2008), werden situationale Faktoren vermehrt außer Acht gelassen.

Erste Studien deuten überdies darauf hin, dass Fotos anderer SNS-Nutzer als Abbild der Realität wahrgenommen werden (Chou & Edge, 2012). Der häufigere Rückgriff auf Verfügbarkeitsheuristiken (Tversky & Kahneman, 1973) dürfte bei Depressiven außerdem zu einer verzerrten Wahrnehmung von SNS-Fotos beitragen: Wenn für eine Umweltevaluation nicht ausreichend objektive Informationen zur Verfügung stehen, berufen sich Individuen stattdessen auf das, was in der Erinnerung gut verfügbar ist. Da diese Erinnerungen bei depressiven Personen in der Regel negativ gefärbt sind und auf die eigene Person bezogen werden, dürften die auf SNS veröffentlichten Fotos dann auch eher als Beleg dafür verwendet werden, dass das Leben der anderen SNS-Nutzer glücklicher als das eigene verläuft (Chou & Edge, 2012). Zusammengenommen leiten wir daraus die folgende Hypothese ab:

H3: Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen depressiven Symptomen und der negativen Wahrnehmung des eigenen Lebens durch Facebook-Fotos anderer Nutzer.

Längsschnittlich zeigt sich, dass soziale Vergleichsprozesse auf SNS depressive Symptome ein Jahr später vorhersagen können (Nesi & Prinstein, 2015). Es ist denkbar, dass sich eine Abwärtsspirale in Gang setzt, da durch die positive Selbstdarstellung von anderen SNS-Nutzern ständig soziale Aufwärtsvergleiche stattfinden und somit die eigenen negativen Einstellungen bestätigt werden. Es gibt aber auch Befunde, die für eine entgegengesetzte Wirkungskette sprechen, wonach negativ gestimmte Personen zur Stimmungsverbesserung gezielt nach SNS-Profilen weniger attraktiver bzw. weniger erfolgreicher Anderer suchten (Johnson & Knobloch-Westerwick, 2014). Über die temporale Kausalität gibt es allerdings bislang keine belastbaren Daten, so dass wir unsere dritte Forschungsfrage (FF3) wie folgt formulieren: Inwiefern führen negative Wahrnehmungen des eigenen Lebens durch Facebook-Fotos anderer Nutzer (ein Jahr später) zu verstärkten depressiven Symptomen (oder umgekehrt)?

Die meisten Studien zu diesem Thema verstehen Depressionen (oder allgemeiner psychologisches Wohlbefinden) als stetige Untersuchungsgröße, die in nicht-klinischen Stichproben betrachtet wird. Daher ist weitgehend unklar, *inwiefern sich die in H1–H3 bzw. in FF1–FF3 adressierten Zusammenhänge in gleicher Weise für Nutzer mit bzw. ohne klinisch relevante depressive Symptomen zeigen* (FF4).

3. Methode

3.1 Stichprobe

Die Datenerhebung fand 2013 und ein Jahr später im nicht-repräsentativen SoSci-Panel statt. Die Rücklaufquote in der zweiten Welle lag bei $RR3 = .47$ (American Association for Public Opinion Research, 2011). Insgesamt nutzten $N = 514$ Versuchspersonen SNS und beantworteten beide Wellen der Online-Befragung vollständig. Von diesen sind 63 % weiblich mit einem Durchschnittsalter von 34.7 Jahren ($SD = 13.9$). Die Mehrheit der Versuchspersonen hat Abitur oder einen höheren Bildungsabschluss (82.5 %) und ist erwerbstätig (64 %). Die Entscheidung für den Zeitabstand zwischen den Panelwellen ist von Bedeutung (vgl. Gollob & Reichardt, 1987; Mitchell & James, 2001) und beruht im vorliegenden Fall einerseits auf dem Befund, dass sich depressive Symptome auch über mehrjährige Befragungszeiträume als sehr stabil zeigten (Cacioppo et al., 2006), und andererseits darauf, dass Zusammenhänge zwischen der Nutzung von Social Media und depressiven Symptomen auch über längere Untersuchungszeiträume beobachtbar sind (z. B. Frison & Eggermont, 2016).

3.2 Messinstrumente

3.2.1 Psychische Gesundheit

Die psychische Gesundheit der Befragten wurde anhand von 17 Items einer optimierten Version des vereinfachten Beck-Depressionsinventars (BDI-V) ermittelt (Sauer et al., 2013; Schmitt & Maes, 2000), die häufig zum Depressions-Screening in Befragungen der Allgemeinbevölkerung herangezogen werden (Wintjen & Petermann, 2010). Die Häufigkeit der Beobachtung von 17 Depressionssymptomen (z. B. „Ich muss mich zu jeder Tätigkeit zwingen“, „Ich habe Schuldgefühle“, „Ich bin müde und lustlos“) innerhalb der letzten Wochen wurde auf einer siebenstufigen Likert-Skala von 1 *gar nicht/nie* bis 7 *sehr häufig* erhoben und anschließend zu einem Summenindex zusammengefasst (W1: Cronbach's $\alpha = .92$, $M = 44.90$, $SD = 18.73$; W2: Cronbach's $\alpha = .91$, $M = 46.10$, $SD = 18.87$). Für die hier verwendete Skala wurden die Normwerte für das Vorliegen einer auch klinisch relevanten depressiven Symptomatik anhand der originalen Normierungsstichprobe (Schmitt et al., 2006) eigens berechnet (Cutoff ≥ 57). In der vorliegenden Stichprobe von 514 Facebook-Nutzern wiesen 25.5 % (Messzeitpunkt 1) bzw. 27.6 % (Messzeitpunkt 2) Depressionsscores oberhalb des Cutoff-Wertes auf. Die beiden Gruppen werden im Folgenden dazu verwendet, einen geringen bzw. hohen Depressionsgrad zu unterscheiden.

3.2.2 Passive Facebook Nutzung

Die passive Nutzung von Facebook wurde mithilfe von drei Items erfasst, die zu einem Mittelwertindex zusammengefasst wurden (W1: Cronbach's $\alpha = .71$, $M = 3.80$, $SD = 1.43$; W2: Cronbach's $\alpha = .67$, $M = 3.87$, $SD = 1.39$). Die Befragten gaben dabei an, wie häufig sie „...durch die Facebook-Profile von anderen schauen?“, „...durch die Konversationen schauen, die Ihre Freunde auf Facebook führen?“, und „...sich Ihre Facebook-Benachrichtigungen ansehen?“ und stuften ihre Antworten auf einer siebenstufigen Skala von 1 (*fast*) *nie* bis 7 *sehr häufig* ab. Die Formulierungen erfolgten in Anlehnung an Krasnova et al. (2013).

3.2.3 Selektive Selbstdarstellung auf Facebook

Ebenfalls in Anlehnung an Krasnova et al. (2013) wurde das bewusste Aufnehmen und sorgfältige Auswählen von Fotos für Facebook mit Hilfe von drei Items erhoben, die zu einem Mittelwertindex zusammengefasst wurden (W1: Cronbach's $\alpha = .64$, $M = 2.63$, $SD = 1.48$; W2: Cronbach's $\alpha = .65$, $M = 2.68$, $SD = 1.49$). Die Items lauteten: „Ich bringe sehr viel Zeit dafür auf, meine Fotos für Facebook zu machen und diese sorgfältig auszusuchen“ (Skala von 1 *stimme überhaupt nicht zu* bis 7 *stimme voll und ganz zu*), „Wie oft machen Sie mehrere Fotos, solange bis eines dabei ist, das Sie auf Facebook hochladen wollen?“ (Skala von 1 (*fast*) *nie* bis 7 *sehr häufig*), und „Wie häufig suchen Sie ein Foto von sich sehr sorgfältig aus, bevor Sie es bei Facebook hochladen?“ (Skala von 1 (*fast*) *nie* bis 7 *sehr häufig*).

3.2.4 Negative Wahrnehmung

Schließlich wurde die negative Wahrnehmung des eigenen Lebens durch die Nutzung von Facebook anhand der Zustimmung zu dem Item „Die Bilder von anderen auf Facebook erinnern einen daran, wie schlecht das eigene Leben läuft“, auf einer siebenstufigen Skala von 1 *stimme überhaupt nicht zu* bis 7 *stimme voll und ganz zu* erhoben (W1: $M = 1.62$, $SD = 1.21$; W2: $M = 1.67$, $SD = 1.23$).

4. Ergebnisse

Insgesamt zeigt die Übersicht in der Tabelle moderate, positive Zusammenhänge zwischen den Untersuchungsgrößen innerhalb beider Erhebungswellen.

Tabelle: Interkorrelationen zwischen Depression, passiver Facebook-Nutzung, selektiver Selbstdarstellung und negativen Wahrnehmungen in zwei Erhebungswellen mit einem Jahr Abstand

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. W1 Depressive Symptome	—							
2. W2 Depressive Symptome	.74***	—						
3. W1 Passive SNS-Nutzung	.10*	.14**	—					
4. W2 Passive SNS-Nutzung	.07	.15**	.64***	—				
5. W1 selektive Selbstdarstellung	.17***	.15***	.42***	.25***	—			
6. W2 selektive Selbstdarstellung	.09	.08	.24***	.32***	.56***	—		
7. W1 Negative Wahrnehmung	.50***	.39***	.15**	.09	.21***	.19***	—	
8. W2 Negative Wahrnehmung	.41***	.43***	.10*	.09*	.18***	.23***	.61***	—
<i>M</i>	44.9	46.1	3.8	3.9	2.6	2.7	1.6	1.7
<i>SD</i>	18.7	18.9	1.4	1.4	1.5	1.5	1.2	1.2

Anmerkung: $n = 514$; * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Zur Überprüfung der Hypothesen H1-H3 werden die querschnittlichen, zur Beantwortung der Forschungsfragen FF1-FF3 die längsschnittlichen Auswirkungen betrachtet. Wir unterscheiden dabei zwischen Personen mit einem geringen bzw. hohen Depressionsgrad. Dazu wurde eine Mehrgruppen-Cross-Lagged Panel-Analyse mit Full-Information-Maximum-Likelihood-Schätzern (FIML) mithilfe von Mplus durchgeführt. Die Konstrukte zum Zeitpunkt 1 und die Residuen zum Zeitpunkt 2 durften mit-

einander korreliert sein, wodurch ein gerade identifiziertes Modell mit null Freiheitsgraden vorlag. Um Modellfit Indizes zu erhalten, wurden die nicht signifikanten Korrelationen zwischen den Residuen ε_1 und ε_2 , sowie zwischen ε_3 und ε_4 in W2 auf null fixiert. Das finale Modell (siehe Abbildung) bildet die Daten sehr gut ab ($N = 501$; $\chi^2 = 9.26$, $df = 4$, $p = .054$; χ^2 -Anteil der Gruppe geringer Depressionsgrad = 5.86; χ^2 -Anteil der Gruppe hoher Depressionsgrad = 3.40; $RMSEA = .07$; $SRMR = .02$; $CFI = .99$; $TLI = .93$). Die erklärte Varianz (R^2) der Konstrukte liegt für die Gruppe mit geringem Depressionsgrad ($n = 373$) zwischen 21 und 45 Prozent und in der Gruppe mit hohem Depressionsgrad ($n = 128$) zwischen 23 und 46 Prozent.

Die erste Hypothese postuliert einen positiven Zusammenhang zwischen depressiven Symptomen und der passiven Facebook-Nutzung, was sich weder in der Gruppe mit geringem (W1: $r = .07$, $SE = .05$, $p = .150$; W2: $r = .08$, $SE = .05$, $p = .133$) noch in der Gruppe mit hohem Depressionsgrad (W1: $r = -.11$, $SE = .09$, $p = .197$; W2: $r = .14$, $SE = .09$, $p = .113$) zu keinem der beiden Messzeitpunkte (W1, W2) zeigt. H1 wird demnach verworfen.

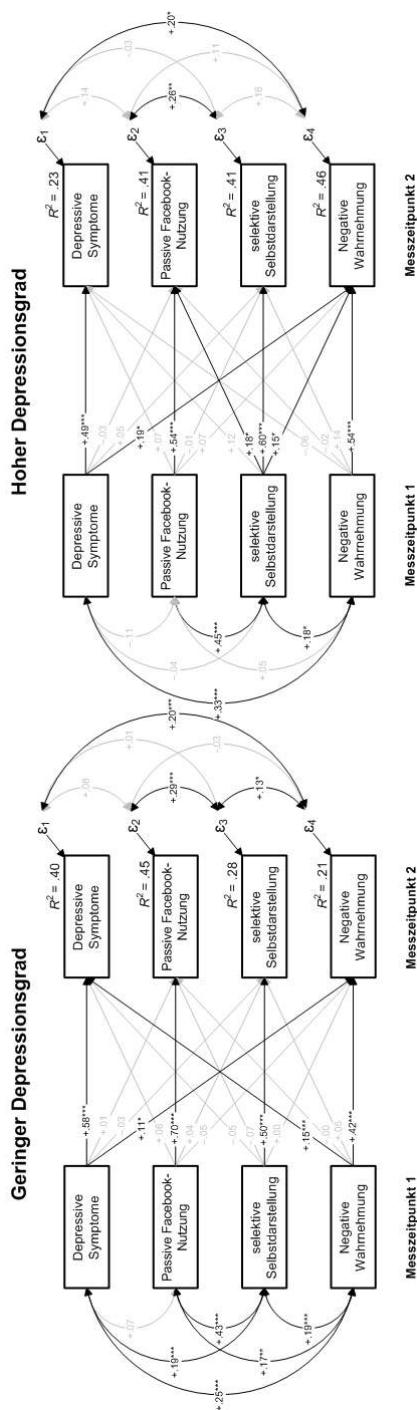
Die zweite Hypothese sagt einen positiven Zusammenhang zwischen depressiven Symptomen und der selektiven Selbstdarstellung auf Facebook voraus, was sich bei Personen mit geringem Depressionsgrad nur zum ersten Messzeitpunkt zeigt (W1: $r = .19$, $SE = .05$, $p < .001$; W2: $r = .01$, $SE = .05$, $p = .845$) und bei Personen mit hohem Depressionsgrad zu keinem der beiden Erhebungszeitpunkte (W1: $r = -.04$, $SE = .09$, $p = .623$; W2: $r = -.03$, $SE = .09$, $p = .782$). Wir verwerfen daher H2.

Die dritte Hypothese nimmt an, dass zwischen depressiven Symptomen und der negativen Wahrnehmung des eigenen Lebens durch Facebook-Fotos anderer Nutzer ein positiver Zusammenhang besteht. Diese Annahme bestätigte sich sowohl in der Gruppe derjenigen mit geringem Depressionsgrad zu beiden Messzeitpunkten (W1: $r = .25$, $SE = .05$, $p < .001$; W2: $r = .20$, $SE = .05$, $p < .001$), als auch in der Gruppe mit hohem Depressionsgrad (W1: $r = .33$, $SE = .08$, $p < .001$; W2: $r = .20$, $SE = .09$, $p = .023$). Wir akzeptieren daher H3.

Für die Beantwortung der Forschungsfragen werden die zeitverzögerten Pfade zwischen den Konstrukten aus beiden Befragungswellen betrachtet. Zuerst wurde danach gefragt, inwiefern eine passive Facebook-Nutzung (ein Jahr später) zu verstärkten depressiven Symptomen (oder umgekehrt) führen (FF1). Es zeigt sich, dass weder in der Gruppe mit geringerem Depressionsgrad ($\beta = .06$, $SE = .05$, $p = .184$) noch in der Gruppe mit hohem Depressionsgrad ($\beta = +.07$, $SE = .09$, $p = .457$) eine passive Nutzung zu mehr depressiven Symptomen ein Jahr später führt. Auch umgekehrt führen depressive Symptome bei insgesamt niedrigem Depressionsgrad ($\beta = +.01$, $SE = .04$, $p = .861$), aber auch bei hohem Depressionsgrad ($\beta = -.03$, $SE = .08$, $p = .707$) nicht zu einer passiveren Facebook-Nutzung ein Jahr später.

Die zweite Forschungsfrage nimmt die selektive Selbstdarstellung auf Facebook in den Blick und fragt danach, inwiefern diese (ein Jahr später) zu verstärkten depressiven Symptomen (oder umgekehrt) führt (FF2). Weder für Personen mit geringem Depressionsgrad ($\beta = -.05$, $SE = .05$, $p = .282$) noch für Personen mit hohem Depressionsgrad ($\beta = +.12$, $SE = .09$, $p = .181$) zeigen sich längerfristige Effekte einer selektiven Selbstdarstellung auf depressive Symptome, und auch umgekehrt führen mehr depressive Symptome weder in der Gruppe mit insgesamt geringem Depressionsgrad ($\beta = -.03$, $SE = .05$, $p = .531$) noch in der Gruppe mit insgesamt hohem Depressionsgrad ($\beta = +.05$, $SE = .08$, $p = .544$) ein Jahr später zu Veränderungen bei der selektiven Selbstdarstellung auf Facebook.

Abbildung: Mehrgruppen Cross-Lagged Panelanalyse zu psychischer Gesundheit, passiver Facebook-Nutzung, selektiver Selbstdarstellung und negativen Wahrnehmungen des eigenen Lebens



Standardisierte Koeffizienten basierend auf Full Information Maximum Likelihood Schätzern. Um Modellfit Indizes zu erhalten, wurden die nicht signifikanten Korrelationen zwischen ϵ_1 und ϵ_2 , sowie zwischen ϵ_3 und ϵ_4 zum zweiten Messzeitpunkt auf null fixiert.

$N = 501$; $\chi^2 = 9.26$, $df = 4$, $p = .054$; χ^2 -Anteil der Gruppe geringer Depressionsgrad = 5.86; χ^2 -Anteil der Gruppe hoher Depressionsgrad = 3.40; $RMSEA = .07$; $SRMR = .02$; $CFI = .99$; $TLI = .93$

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$

Die dritte Forschungsfrage fragt danach, inwiefern sich negative Wahrnehmungen des eigenen Lebens durch Facebook-Fotos anderer Nutzer auf depressive Symptome (ein Jahr später) auswirken (oder umgekehrt). Die Panelanalyse zeigt, dass eine negative Wahrnehmung des eigenen Lebens nur bei insgesamt geringerem Depressionsgrad zu mehr depressiven Symptomen ein Jahr später führt ($\beta = +.15$, $SE = .04$, $p < .001$), nicht aber in der Gruppe mit einem insgesamt hohen Depressionsgrad ($\beta = -.06$, $SE = .08$, $p = .442$). Im Gegensatz dazu zeigt sich, dass sowohl bei geringem ($\beta = +.11$, $SE = .05$, $p = .033$) als auch bei einem hohen Depressionsgrad ($\beta = +.19$, $SE = .07$, $p = .010$) depressive Symptome konsistent zu einer negativeren Wahrnehmung des eigenen Lebens beitragen. Die Residuen, also der Anteil unerklärter Varianz zum zweiten Messzeitpunkt, deuten überdies darauf hin, dass die negative Wahrnehmung des eigenen Lebens zum zweiten Messzeitpunkt sowohl in der Gruppe mit geringem Depressionsgrad ($r = .20$, $SE = .05$, $p < .001$) als auch in der Gruppe mit hohem Depressionsgrad ($r = .20$, $SE = .09$, $p = .023$) positiv mit depressiven Symptomen zu diesem Zeitpunkt korreliert ist. Ferner erwiesen sich alle Konstrukte als über die Zeit stabil (siehe Abbildung).

Obwohl keine Forschungsfrage oder Hypothese dazu formuliert wurde, zeigt die Analyse auch, dass in der Gruppe mit einem hohen Depressionsgrad die selektive Selbstdarstellung sich sowohl auf die passive Facebook-Nutzung ein Jahr später auswirkt ($\beta = +.18$, $SE = .08$, $p = .020$) als auch zu einer negativeren Wahrnehmung des eigenen Lebens beiträgt ($\beta = +.15$, $SE = .08$, $p = .049$).

5. Fazit

Die Befunde der Untersuchung zeigen, dass depressive Symptome einen unmittelbaren Einfluss auf die selektive Selbstdarstellung auf Facebook und negative Wahrnehmungen des eigenen Lebens durch Facebook-Fotos Anderer haben können. Negative Wahrnehmungen des eigenen Lebens als Reaktion auf die Bilder Anderer bei Facebook können wiederum bei weniger depressiven Personen deren psychologisches Wohlbefinden ein Jahr später verringern. Die psychische Gesundheit wirkt sich dagegen weder auf die passive Nutzung von Facebook noch auf die selektive Selbstdarstellung im Umgang mit Fotos aus, die wiederum auch umgekehrt das psychologische Wohlbefinden nicht beeinflussen. Personen mit einem geringeren psychologischen Wohlbefinden nehmen der Studie zufolge ihr eigenes Leben negativer wahr, weil die Bilder von anderen auf Facebook sie daran erinnern, wie schlecht das eigene Leben ist, unabhängig davon wie gut oder schlecht dieses absolut bewertet wird. Diese negative Wahrnehmung wirkt sich dann wiederum – allerdings nur in der Befragtengruppe mit Depressionswerten unterhalb eines klinisch relevanten Grenzwertes – über die Zeit negativ auf das psychologische Wohlbefinden aus. In dieser Studie förderte außerdem eine selektive Selbstinszenierung auf Facebook nur bei Personen mit höherem Depressionsgrad die negative Wahrnehmung des eigenen Lebens, nicht aber bei Personen mit geringerem Depressionsgrad. Daher stellt sich die Frage, inwiefern die Selbstinszenierung auf Facebook dazu beiträgt, eine depressive Symptomatik aufrechtzuerhalten und demnach dem psychologischen Wohlbefinden der Nutzer entgegensteht.

5.1 Diskussion der Befunde

Die Untersuchung zeigt, dass depressive Symptome im Kontext selektiver Selbstdarstellung und passiver Facebook-Nutzung vor allem dazu beitragen, dass negative Wahrnehmungen des eigenen Lebens aufrechterhalten bleiben. Damit bestätigen sich die Befunde von Chou und Edge (2012) auch über einen längeren Zeitraum von einem Jahr.

Der Befund lässt sich damit erklären, dass depressive Personen dazu neigen, Urteile über die soziale Realität vermehrt basierend auf Verfügbarkeitsheuristiken zu treffen und situationale Einflussfaktoren außer Acht zu lassen (vgl. Beesdo-Baum & Wittchen, 2011; Chou & Edge, 2012; Johnson et al., 2008). Wie bereits Chou und Edge (2012) feststellten, führen depressive Personen positive Mitteilungen auf SNS eher auf die Persönlichkeit der anderen Nutzer als auf die Begleitumstände zurück, vor allem dann, wenn sie die anderen Nutzer persönlich nicht gut kennen. Dass sich solche negativen Wahrnehmungen auch nach einem Jahr, abhängig von depressiven Symptomen, zeigten, spricht dafür, dass Heuristiken und Fehlattritionen auch langfristig wirken. Dass sich negative Wahrnehmungen des eigenen Lebens nur in der Gruppe derjenigen mit geringerem Depressionsgrad, nicht aber in der Gruppe mit höherem Depressionsgrad auf die depressive Symptomatik ein Jahr später auswirkten, spricht allerdings auch dafür, dass sich depressive Kognitionen, speziell im Kontext von SNS, durchaus modifizieren lassen.

Im Gegensatz zu anderen Studien, die vor allem negative Auswirkungen einer passiven SNS-Nutzung auf das Wohlbefinden belegten (vgl. Chou & Edge, 2012; Krasnova et al., 2013; Lup et al., 2015), sprechen die Befunde der vorliegenden Studie dafür, dass die selektive Selbstdarstellung mit Fotos auf Facebook insbesondere im Kontext eines geringen psychologischen Wohlbefindens eine passive Facebook-Nutzung und die negative Wahrnehmung des eigenen Lebens über einen längeren Zeitraum fördert. Nachdem auch das psychologische Wohlbefinden eine negative Wahrnehmung des eigenen Lebens fördert, besteht Grund zur Annahme, dass der selektive Umgang bei der Selbstdarstellung auf Facebook negative Aspekte des eigenen Lebens salienter macht bzw. eine ruminative Beschäftigung damit fördert und daher eine ähnliche Wirkung entfaltet wie depressive Symptome. Allerdings sind diese Befunde nur für Personen gültig, die eine Anzahl depressiver Symptome zeigten, die weitergehende klinische Untersuchungen nahelegen würden.

Während Personen mit höherem psychologischen Wohlbefinden durch Bilder von anderen auf SNS daran erinnert wurden, wie schlecht das eigene Leben läuft, was sich wiederum negativ auf deren psychische Gesundheit ein Jahr später auswirkte, zeigt sich dieser Befund in der Gruppe mit höherem Depressionsgrad nicht. Hier ist stattdessen die Selbstfokussierung und Rumination in Form der selektiven Selbstdarstellung stärker deutlich.

Daraus ergibt sich wiederum die Frage, welche subjektive Bedeutung das Aufnehmen und die Auswahl von Fotos für SNS für das eigene Wohlbefinden haben. Es ist beispielsweise denkbar, dass die intensivere Auseinandersetzung mit den eigenen Fotos für SNS dazu beitragen, dass Nutzer erkennen, dass in ihrem Leben nicht alles schlechter als bei anderen ist. Dies kann auch für die Therapie von Depressionen von Bedeutung sein. Andererseits sprechen die mit der selektiven Selbstdarstellung verbundenen Tendenzen, Facebook ein Jahr später eher passiv zu nutzen, auch für verstärkte Rumination, die sich negativ auf das Wohlbefinden der Nutzer auswirken kann (vgl. Barak & Dolev-Cohen, 2006; Krasnova et al., 2013; Neira et al., 2014; Rodgers & Melioli, 2016; Meier & Gray, 2014; Tandoc et al., 2015).

Zwischen dem psychologischen Wohlbefinden und der passiven Facebook-Nutzung lässt sich, anders als zu vermuten (vgl. Selfhout et al., 2009), kein Zusammenhang beobachten. Dies kann daran liegen, dass die Facebook-Nutzungsintensität in der Stichprobe insgesamt über dem gesellschaftlichen Durchschnitt liegt und damit auch die passive Nutzung gering ausfällt.

5.2 Limitationen und Ausblick

Für die vorliegende Untersuchung gelten einige wichtige Einschränkungen, die bei der Bewertung der Befunde berücksichtigt werden müssen. Zunächst muss festgehalten werden, dass 57,4 % der Befragten zum ersten Messzeitpunkt angaben, SNS täglich zu nutzen. Dementsprechend liegt es nahe, dass Personen mit einem starken Interesse und Engagement auf Facebook überrepräsentiert sind. Diese Tatsache muss insbesondere bei den Befunden zur passiven Nutzung mitberücksichtigt werden, tangiert aber auch die Übertragbarkeit der Befunde auf die Allgemeinbevölkerung bzw. klinische Stichproben insgesamt. Darüber hinaus muss an dieser Stelle auch nochmals darauf hingewiesen werden, dass wir im Rahmen dieser Studie keine Diagnose für Depression stellen können und demnach über keine klinische Stichprobe verfügen. Die Diagnose obliegt nach wie vor medizinisch geschultem Personal. Das verwendete Instrument zur Erfassung des Depressionsgrades reflektiert die Anzahl verschiedener depressiver Symptome, die ab einem gewissen Grad Hinweise darauf geben, dass eine tiefergehende medizinische Untersuchung ratsam wäre, um einer möglichen Depressionserkrankung entgegenzuwirken. Dies muss bei der Interpretation der Befunde ebenso mitberücksichtigt werden. Die verwendete Skala kann etwa nicht zwischen den verschiedenen Phasen einer Depression unterscheiden. Außerdem wird die Depression isoliert betrachtet, obwohl sie häufig zusammen mit anderen Krankheitsbildern auftritt. Beispielsweise können SNS-Fotos Essstörungen auslösen, die gemeinsam mit depressiven Symptomen auftreten oder deren Auftreten fördern (Neira et al., 2014; Rodgers & Melioli, 2016).

Aufgrund des phasenhaften Charakters, den Depressionen aufweisen können (Beesdo-Baum & Wittchen, 2011), muss in zukünftiger Forschung geprüft werden, inwiefern sich durch geringere Abstände zwischen den Messzeitpunkten die vorliegenden Befunde noch verfeinern lassen. Da insgesamt nur wenige empirische Befunde dazu vorliegen (vgl. Lee et al., 2015), sind auch explorative bzw. qualitative Untersuchungsdesigns durchaus sinnvoll. Schließlich sollte bei der Untersuchung des Zusammenhangs von SNS-Fotos und depressiven Tendenzen bedacht werden, dass eine Depression, aber auch das SNS-Nutzungsverhalten von zahlreichen moderierenden Faktoren abhängt: Persönlichkeitsmerkmale wie Narzissmus sind ein möglicher moderierender Einfluss (z. B. Brunet & Scherr, 2016), aber auch Tendenzen zu ruminativem Denken (Feinstein et al., 2013) oder „fear of missing out“ (Przybylski et al., 2013). Auch wurde die Art der Bilder nicht näher erfragt. So ist es denkbar, dass Selfies eine andere subjektive Bedeutung bei der Selbstdarstellung haben als etwa Landschaftsaufnahmen. Und schließlich wurde die Wahrnehmung des eigenen Lebens nicht separat von der Wahrnehmung des Lebens der anderen erfasst, weshalb nicht näher danach spezifiziert werden kann, inwiefern das eigene Leben überhaupt als negativ wahrgenommen wird. Zukünftige Untersuchungen sollten sich daher diesen offenen Fragen in dem Kontext widmen.

Zusammenfassend geben die Befunde trotz ihrer Limitationen neue Einblicke in die Zusammenhänge zwischen der Nutzung von Facebook und psychologischem Wohlbefinden. Insbesondere die selektive Selbstdarstellung gewinnt bei höherem Depressionsgrad an Bedeutung. Da Facebook bei einer enormen Nutzungsvielfalt im Vergleich zu anderen Medien gleichzeitig eine niedrige Einstiegshürde für Personen mit depressiven Tendenzen darstellen, sind diese Befunde durchaus relevant, insbesondere, weil die selektive Selbstdarstellung die Passivität auf Facebook langfristig fördert. Dies kann sich etwa negativ auf die Behandlung von Depressionen auswirken, bei der die Steigerung der individuellen Aktivität ein wichtiges Element darstellt. Für die Kommunikationswissenschaft sind die Befunde aus der Perspektive differentieller Mediennutzung und -wirkung relevant (vgl. Valkenburg & Peter, 2013), da gezeigt werden konnte, dass 1)

Facebook nicht gleichförmig genutzt wird, sondern z. B. aktiv-selektiv vs. passiv, und dass 2) diese unterschiedlichen Nutzungsmuster in Abhängigkeit individueller Prädispositionen unterschiedlich stark ausgeprägt sind, woraus sich wiederum unterschiedliche Nutzungsmuster ein Jahr später ergaben. So könnten etwa die selektive Selbstdarstellung und daraus resultierende vermehrte passive Nutzung auf das mit Depressionen eng verbundene Phänomen der Rumination hindeuten. Unter Umständen könnte die Kombination aus depressiven Tendenzen, verstärkter Selbstfokussierung und selektiver Selbstdarstellung auf Facebook sogar zu ruminativen Tendenzen beitragen, die wiederum das psychologische Wohlbefinden reduzieren (vgl. Feinstein et al., 2013). Angesichts der großen Popularität von Facebook ist es wichtig, diese Mechanismen in verschiedenen Altersgruppen zu entschlüsseln, um pathogenen Nutzungsweisen entgegenzusteuern. Die zunehmend populärer werdenden Foto-Funktionen auf SNS ermöglichen es speziell depressiven Nutzern, sich durch die Veröffentlichung von Fotos mitzuteilen sowie Aufmerksamkeit oder Selbstbestätigung zu erhalten (Michikyan et al., 2015; Rosen et al., 2013; Valkenburg et al., 2005). Mit der stetig zunehmenden Relevanz von SNS für alle Altersgruppen in der Gesellschaft (Rosen et al., 2013) und einer immer stärkeren visuellen Orientierung der SNS-Anwendungen (Lee et al., 2015) eröffnet sich hier ein breites Forschungsfeld, das es noch genauer zu ergründen gilt.

Literatur

- Albright, J. S., Alloy, L. B., Barch, D., & Dykman, B. M. (1993). Social comparison by dysphoric and nondysphoric college students: The grass isn't always greener on the other side. *Cognitive Therapy and Research*, 17(6), 485–509. doi: 10.1007/BF01176075.
- American Association for Public Opinion Research (2011). Standard definitions: Final dispositions of case codes and outcome rates for surveys. http://www.aapor.org/AAPOR_Main/media/publications/Standard-Definitions20169theditionfinal.pdf [25.9.2017].
- Appel, H., Crusius, J., & Gerlach, A. L. (2015). Social comparison, envy, and depression on Facebook: A study looking at the effects of high comparison standards on depressed individuals. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 34(4), 277–289. doi: 10.1521/jscp.2015.34.4.277.
- 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. doi: 10.1016/j.copsyc.2015.10.006.
- Bazarova, N. N. (2012). Public intimacy: Disclosure interpretation and social judgments on Facebook. *Journal of Communication*, 62(5), 815–832. doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01664.x.
- Bäzner, E., Brömer, P., Hammelstein, P., & Meyer, T. D. (2006). Current and former depression and their relationship to the effects of social comparison processes: Results of an internet based study. *Journal of Affective Disorders*, 93(1–3), 97–103. doi: 10.1016/j.jad.2006.02.017.
- Barak, A., & Dolev-Cohen, M. (2006). Does activity level in online support groups for distressed adolescents determine emotional relief. *Counselling and Psychotherapy Research*, 6(3), 186–190. doi: 10.1080/14733140600848203.
- Beck, A. T., & Hautzinger, M. (1992). *Kognitive Therapie der Depression* (5. Aufl.). Weinheim: Beltz.
- Beesdo-Baum, K., & Wittchen, H.-U. (2011). Depressive Störungen: Major Depression und Dysthymie. In H.-U. Wittchen & J. Hoyer (Hrsg.), *Klinische Psychologie & Psychotherapie* (2. Aufl., S. 879–914). Berlin: Springer.
- Błażnio, A., Przepiórka, A., & Pantic, I. (2015). Internet use, Facebook intrusion, and depression: Results of a cross-sectional study. *European Psychiatry*, 30(6), 681–684. doi: 10.1016/j.eurpsy.2015.04.002.
- Brunet, A., & Scherr, S. (2016). Facebook-Nutzung in Abhängigkeit depressiver Tendenzen. *SCM Studies in Communication | Media*, 5(1), 74–104. doi: 10.5771/2192-4007-2016-1-74.

- Burke, M., & Kraut, R. (2016). The relationship between Facebook use and well-being depends on communication type and tie strength. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21(4), 265–281. doi: 10.1111/jcc4.12162.
- Butzer, B., & Kuiper, N. A. (2006). Relationships between the frequency of social comparisons and self-concept clarity, intolerance of uncertainty, anxiety, and depression. *Personality and Individual Differences*, 41(1), 167–176. doi: 10.1016/j.paid.2005.12.017.
- Cacioppo, J. T., Hughes, M. E., Waite, L. J., Hawkley, L. C., & Thisted, R. A. (2006). Loneliness as a specific risk factor for depressive symptoms: Cross-sectional and longitudinal analyses. *Psychology and Aging*, 21(1), 140–151. doi: 10.1037/0882-7974.21.1.140.
- Choi, M., & Toma, C. L. (2014). Social sharing through interpersonal media: Patterns and effects on emotional well-being. *Computers in Human Behavior*, 36, 530–541. doi: 10.1016/j.chb.2014.04.026.
- 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.
- Deters, F. G., & Mehl, M. R. (2013). Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social psychological and personality science*, 4(5), 579–586. doi: 10.1177/1948550612469233.
- Duggan, M. (2013). Photo and video sharing grow online: Pew Research Internet Project. http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2013/PIP_Photos%20and%20videos%20online_102813.pdf [25.9.2017].
- Feinstein, B. A., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J. A., Meuwly, N., & Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(3), 161–170.
- Frison, E., & Eggermont, S. (2016). „Harder, better, faster, stronger”: Negative comparison on Facebook and adolescents’ life satisfaction are reciprocally related. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(3), 158–164. doi: 10.1089/cyber.2015.0296.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Westminster: Random House.
- Gollob, H. F., & Reichardt, C. S. (1987). Taking account of time lags in causal models. *Child Development*, 58(1), 80–92.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1–2), 79–83. doi: 10.1089/cyber.2009.0411.
- Jelenchick, L. A., Eickhoff, J. C., & Moreno, M. A. (2013). „Facebook depression?” Social networking site use and depression in older adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 52(1), 128–130. doi: 10.1016/j.jadohealth.2012.05.008.
- Johnson, B. K., & Knobloch-Westerwick, S. (2014). Glancing up or down: Mood management and selective social comparisons on social networking sites. *Computers in Human Behavior*, 41, 33–39. doi: 10.1016/j.chb.2014.09.009.
- Johnson, J., Gooding, P., & Tarrier, N. (2008). Suicide risk in schizophrenia: Explanatory models and clinical implications, The Schematic Appraisal Model of Suicide (SAMS). *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, 81(1), 55–77. doi: 10.1348/147608307X244996.
- Kapidzic, S., & Herring, S. C. (2015). Race, gender, and self-presentation in teen profile photographs. *New Media & Society*, 17(6), 958–976. doi: 10.1177/1461444813520301.
- Kim, J., & Lee, J. E. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 14(6), 359–364. doi: 10.1089/cyber.2010.0374.
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on facebook: A hidden threat to users’ life satisfaction. *Wirtschaftsinformatik Proceedings 2013*. <http://aisel.aisnet.org/wi2013/92> [25.9.2017].
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N. ... Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PloS ONE*, 8(8), e69841. doi: 10.1371/journal.pone.0069841.
- LaRose, R., Eastin, M. S., & Gregg, J. (2001). Reformulating the Internet paradox: Social cognitive explanations of Internet use and depression. *Journal of Online Behavior*, 2(1).

- Lee, C. S., Abu Bakar, N. A. B., Muhammad Dahri, R. B., & Sin, S.-C. J. (2015). Instagram this!: Sharing photos on Instagram. In R. B. Allen, J. Hunter, & M. L. Zeng (Hrsg.), *Digital libraries: Providing quality information* (S. 132–141). Cham: Springer.
- Lup, K., Trub, L., & Rosenthal, L. (2015). Instagram #Instasad?: Exploring associations among Instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(5), 247–252. doi: 10.1089/cyber.2014.0560.
- Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2012). When social networking turns to social overload: Explaining the stress, emotional exhaustion, and quitting behavior from social network sites' users. *ECIS 2012 Proceedings*, 71. <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1070&context=ecis2012> [26.9.2017].
- Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(4), 199–206. doi: 10.1089/cyber.2013.0305.
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2015). Can you guess who I am? Real, ideal, and false self-presentation on Facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood*, 3(1), 55–64. doi: 10.1177/2167696814532442.
- Mitchell, T. R., & James, R. J. (2001). Building better theory: Time and the specification of when things happen. *The Academy of Management Review*, 26(4), 530–547.
- Moreno, M. A., Jelenchick, L. A., Egan, K. G., Cox, E., Young, H., Gannon, K. E., & Becker, T. (2011). Feeling bad on Facebook: Depression disclosures by college students on a social networking site. *Depression and Anxiety*, 28(6), 447–455. doi: 10.1002/da.20805.
- Nabi, R. L., Prestin, A., & So, J. (2013). Facebook friends with (health) benefits? Exploring the palliative effects of social network sites compared to interpersonal networks. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(10), 721–727. doi: 10.1089/cyber.2012.0521.
- Neira, B., Corey, J., & Barber, B. L. (2014). Social networking site use: Linked to adolescents' social self-concept, self-esteem, and depressed mood. *Australian Journal of Psychology*, 66(1), 56–64. doi: 10.1111/ajpy.12034.
- Nesi, J., Miller, A. B., & Prinstein, M. J. (im Druck). Adolescents' depressive symptoms and subsequent technology-based interpersonal behaviors: A multi-wave study. *Journal of Applied Developmental Psychology*. doi: 10.1016/j.appdev.2017.02.002.
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427–1438. doi: 10.1007/s10802-015-0020-0.
- Parkinson, B., Totterdell, P., Briner, R. B., & Reynolds, S. (2000). *Stimmungen. Struktur, Dynamik und Beeinflussungsmöglichkeiten eines psychologischen Phänomens*. Stuttgart: Klett.
- 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. doi: 10.1016/j.chb.2013.02.014.
- Qiu, L., Lin, H., Leung, A. K., & Tov, W. (2012). Putting their best foot forward: Emotional disclosure on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(10), 569–572. doi: 10.1089/cyber.2012.0200.
- Reinecke, L., & Oliver, M. B. (2016). The Routledge handbook of media use and well-being: International perspectives on theory and research on positive media effects. New York: Routledge.
- Reinecke, L., & Trepte, S. (2014). Authenticity and well-being on social network sites: A two-wave longitudinal study on the effects of online authenticity and the positivity bias in SNS communication. *Computers in Human Behavior*, 30, 95–102. doi: 10.1016/j.chb.2013.07.030.
- Rodgers, R. F., & Melioli, T. (2016). The relationship between body image concerns, eating disorders and internet use, part I. A review of empirical support. *Adolescent Research Review*, 1(2), 95–119. doi: 10.1007/s40894-015-0016-6.
- Rosen, L. D., Whaling, K., Rab, S., Carrier, L. M., & Cheever, N. A. (2013). Is Facebook creating „iDisorders“? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1243–1254. doi: 10.1016/j.chb.2012.11.012.
- Roth, P. (2017). Nutzerzahlen: Facebook, Instagram und WhatsApp, Highlights, Umsätze, uvm. https://allfacebook.de/zahlen_fakten/state-of-facebook [26.9.2017].

- 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(6), 359–363.
- Sauer, S., Ziegler, M., & Schmitt, M. (2013). Rasch analysis of a simplified Beck Depression Inventory. *Personality and Individual Differences*, 54(4), 530–535. doi: 10.1016/j.paid.2012.10.025.
- Scherr, S. (2016). *Depression – Medien – Suizid: Zur empirischen Relevanz von Depressionen und Medien für die Suizidalität*. Wiesbaden: Springer.
- Scherr, S., & Reinemann, C. (2011). Belief in a Werther effect: Third-person effects in the perceptions of suicide risk for others and the moderating role of depression. *Suicide and Life-Threatening Behavior*, 41(6), 624–634. doi:10.1111/j.1943-278X.2011.00059.x
- Schmitt, M., Altstötter-Gleich, C., Hinz, A., Maes, J., & Brähler, E. (2006). Normwerte für das Vereinfachte Beck-Depressions-Inventar (BDI-V) in der Allgemeinbevölkerung. *Diagnostica*, 52(2), 51–59. doi: 10.1026/0012-1924.52.2.51.
- Schmitt, M., & Maes, J. (2000). Vorschlag zur Vereinfachung des Beck-Depressions-Inventars (BDI). *Diagnostica*, 46(1), 38–46. doi: 10.1026//0012-1924.46.1.38.
- Selfhout, M. H., Branje, S. J., Delsing, M., ter Bogt, T. F., & Meeus, W. H. (2009). Different types of internet use, depression, and social anxiety. The role of perceived friendship quality. *Journal of Adolescence*, 32 (4), 819–833.
- Siibak, A. (2009). Constructing the self through the photo selection: Visual impression management on social networking websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(1). <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2009061501&article=1> [26.9.2017].
- Steinfeld, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434–445. doi: 10.1016/j.appdev.2008.07.002.
- Strano, M. M. (2008). User descriptions and interpretations of self-presentation through Facebook profile images. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(2). <https://cyberpsychology.eu/article/view/4212/3253> [26.9.2017].
- Swallow, S. R., & Kuiper, N. A. (1988). Social comparison and negative self-evaluations: An application to depression. *Clinical Psychology Review*, 8(1), 55–76. doi: 10.1016/0272-7358(88)90049-9.
- Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43, 139–146. doi: 10.1016/j.chb.2014.10.053.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2015). The role of self-objectification in the mental health of early adolescent girls: Predictors and consequences. *Journal of Pediatric Psychology*, 40(7), 704–711. doi: 10.1093/jpepsy/jsv021.
- Toma, C. (2017). Taking the good with the bad: Effects of Facebook self-presentation on emotional well-being. In L. Reinecke & M. B. Oliver (Eds.), *The Routledge handbook of media use and well-being: International perspectives on theory and research on positive media effects* (pp. 170–182). New York: Routledge.
- Toma, C. L., & Hancock, J. T. (2013). Self-affirmation underlies Facebook use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39(3), 321–331. doi: 10.1177/0146167212474694.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive psychology*, 5(2), 207–232. doi: 10.1016/0010-0285(73)90033-9.
- Urista, M. A., Dong, Q., & Day, K. D. (2009). Explaining why young adults use Myspace and Facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication*, 12(2), 215–229.
- Utz, S. (2011). Social network site use among Dutch students: Effects of time and platform. In F. Comunello (Ed.), *Networked sociability and individualism: Technology for personal and professional relationships* (pp. 103–125). Hershey, PA: IGI Global.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). The differential susceptibility to media effects model. *Journal of Communication*, 63(2), 221–243. doi: 10.1111/jcom.12024.
- Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., & Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the Internet. *New Media & Society*, 7(3), 383–402. doi: 10.1177/1461444805052282.

- Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., ... Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of experimental psychology. General*, 144(2), 480–488. doi: 10.1037/xge0000057.
- Wintjen, L., & Petermann, F. (2010). Beck-Depressions-Inventar Revision (BDI-II). *Zeitschrift für Psychiatrie, Psychologie und Psychotherapie*, 58(3), 243–245. doi: 10.1024/1661-4747.a000033.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook. Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24 (5), 1816–1836. doi: 10.1016/j.chb.2008.02.012.

Fanpsychologie und Fansegmentation in Bezug auf Influencer-Marketing



Fansegmentation und Fanpsychologie

Bedürfnisse, Persönlichkeitsmerkmale und Prädispositionen hoch involvierter Fans

Von Stefanie Maar

2018, ca. 304 S., brosch., ca. 59,- €

ISBN 978-3-8487-3669-0

eISBN 978-3-8452-8021-9

(Musik und Wirtschaft – Schriftenreihe der Popakademie Baden-Württemberg, Bd. 3)

Erscheint ca. Januar 2018

nomos-shop.de/28676

Während früher das Marketingbudget über die Bekanntheit eines Künstlers entschieden hat, so sind in Zeiten von Social Media die „Abonnenten“ und „Likes“ entscheidend. Dieser Band stellt anhand des Beispiels eines Mainstreamkünstlers aus dem Popbereich dar, welches Potenzial in Fans steckt, und zeigt Handlungsoptionen in Bezug auf Influencer-Marketing auf. Dieses Buch richtet sich an Künstler, Manager, Marketingexperten und Fans.



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter:
www.nomos-elibrary.de

Portofreie Buch-Bestellungen unter
www.nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos