

Studie mit über 5.000 Teenagern: Social Media & Lebenszufriedenheit hängen kaum zusammen

Universitäten Oxford und Hohenheim analysieren achtjährige Langzeitstudie auf Wechselwirkung zwischen Social Media-Nutzung und persönlicher Zufriedenheit

Es ist die weltweit umfangreichste Langzeitbefragung, die die University of Oxford und die Universität Hohenheim in Stuttgart mit komplexer Statistik untersuchten. Ergebnis: die persönliche Social Media-Nutzung und die persönliche Lebenszufriedenheit von Teenagern beeinflussen sich in nur kaum messbaren Größenordnungen. Ihre Ergebnisse veröffentlichten die Forscherinnen und Forscher in der heutigen Ausgabe der Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS). Digitale Ausgabe: doi.org/10.1073/pnas.1902058116

Bisherige Studien über den Zusammenhang zwischen Social Media-Konsum und Lebensglück kämpfen meist mit einem Makel: Mal sind es geringe Teilnehmerzahlen, mal sehr einfache Auswertungen und oft handelt es sich nur um Momentaufnahmen durch wenige Befragungen in einem relativ kurzen Zeitraum.

Anders der Datenpool, den die Universität Hohenheim dank Kooperation mit der University of Oxford nun untersuchen konnte. Die Daten stammen aus der achtjährigen Langzeitstudie „Understanding Society“.

In dieser Auswertung dabei: Dr. Tobias Dienlin vom Fachgebiet Medienpsychologie der Universität Hohenheim. Erst- und Drittautor sind Amy Orben und Prof. Dr. Andrew Przybylski von der University of Oxford.

Angaben von 5.492 Teenagern aus achtjährigem Befragungszeitraum

Für ihre Veröffentlichung werteten sie die Angaben von 5.492 Teenagern aus. Bis zu acht Jahre lang hatten diese regelmäßig angegeben, wie viele Stunden sie an einem normalen Schultag mit Social Media verbrachten und wie hoch ihre gegenwärtige Lebenszufriedenheit sei.

Die Anzahl der Stunden markierten sie auf einer fünfstufigen Skala zwischen 0 bis 7 und mehr Stunden. Ihre Lebenszufriedenheit markierten sie auf einer Skala von Smileys mit sieben Stufen. Dabei unterschieden sie verschiedene Bereiche wie die Zufriedenheit mit Freundschaften, Aussehen oder familiärer Situation.

Die Befragungen fanden acht Mal mit einem Abstand von jeweils einem Jahr statt. Die erste Befragungswelle der „Understanding Society-Studie“ begann im Jahr 2009. Die Befragungen halten bis heute an.

Einfluss auf veränderte Lebenszufriedenheit liegt bei weniger als einem Prozent

„Wenn man leichte Tendenzen sucht, lässt sich sagen, dass wir eine ganz schwache Wechselwirkung zwischen Social Media Konsum und Lebenszufriedenheit gefunden haben. Nimmt der Social Media Konsum zu, reduziert sich die Lebenszufriedenheit geringfügig. Gleichzeitig steigt bei sinkender Lebenszufriedenheit auch in ganz leichtem Maße der Social Media Konsum. Die Effekte scheinen

dabei für Mädchen etwas ausgeprägter zu sein als für Jungen.“

Die Effekte seien jedoch minimal: „In Zahlen ausgedrückt lassen sich Veränderungen in der Lebenszufriedenheit nur zu weniger als einem Prozent auf den Social-Media-Konsum zurückführen“, so Dr. Dienlin. Um das Ergebnis einzuordnen: Die Häufigkeit, mit der Jugendliche und Eltern das Abendessen teilten, habe einen etwa gleich großen Einfluss auf die Lebenszufriedenheit.

„Bislang wird die aktuelle Debatte meist durch Studien mit geringer Aussagekraft bestimmt. Die Studie ist deshalb ein wichtiger Schritt, um Technikfolgen für das Wohlergehen von Heranwachsenden zu bestimmen“, so die Bewertung von Prof. Dr. Andrew Przybylski, Director of Research am Oxford Internet Institute.

Gleichzeitig könne die Auswertung von Befragungen nur ein erster Schritt sein, betont Amy Orben, Doktorandin und College Lecturer am University of Oxford. Um die detaillierten Auswirkungen der Sozialen Medien auf Teenager zu verstehen, sei es nötig, Zugriff auf die Daten der Social Media-Anbieter zu erhalten.

Es sei deshalb dringend an der Zeit, den notwendigen politischen, ethischen und wissenschaftlichen Rahmen für solche Untersuchungen zu schaffen, so das Credo der Kooperation.

Veröffentlichung und Methodik

Das vollständige brief paper “Social media’s enduring effect on adolescent life satisfaction” erschien am 6. Mai 2019 in *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*.

Für ihre Auswertung nutzten die Universitäten Oxford und Hohenheim die Methode der sog. Random Intercept Cross-Lagged Panel Model. Dabei wird untersucht, inwiefern Zu- oder Abnahme einer der beiden Variablen in Zusammenhang steht mit der Zu- oder Abnahme der anderen Variable – über einen Zeitraum von jeweils einem Jahr. Die Methode gilt aktuell als die bestgeeignete, um einen besseren Eindruck über den kausalen Zusammenhang der Variablen zu erhalten.

Text: Klebs