Social Media und der Einfluss auf den Selbstwert

Mariella Hörmann, Nina Kowarik, Christopher Sammer

Projektleitung: Lars Eichen, Univ.-Prof. Dr.phil.

Ausgangslage

Schönheit und Attraktivität sind wichtige Einflussfaktoren des Selbstwertes und spielen bei Inhalten digitaler sozialer Medien eine bedeutende Rolle. Zahlreiche Studien konnten diesbezüglich beweisen, dass digitale soziale Medien im Alltag von Kindern und Jugendlichen einen wichtigen Stellenwert einnehmen und Vergleiche des eigenen Körpers und der eigenen Fähigkeiten mit anderen Personen bei solchen Netzwerken negative Auswirkungen auf den Selbstwert haben können (Ozimek, 2019; Roth, 2002; Vogel et.al, 2014; Wimmer-Puchinger, 2016).

Darauf aufbauend hat sich für uns die folgende Forschungsfrage ergeben:

„Welchen Einfluss haben digitale soziale Netzwerke auf den Selbstwert von Jugendlichen zwischen 13 und 19 Jahren?"

Zur Messung des Selbstwerts haben wir uns an der Rosenberg Self-Esteem Scale orientiert und diesen anhand von zehn Fragen errechnet.

Hypothesen

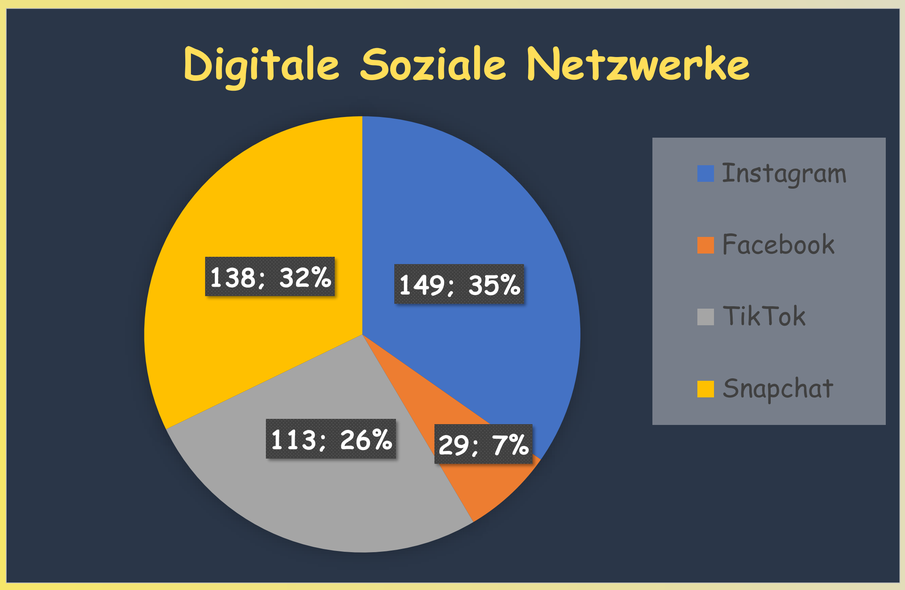
1. *Der Selbstwert hat einen Einfluss darauf, wie häufig sich Jugendliche auf Social Media mit anderen vergleichen.*
2. *Es gibt einen geschlechtsspezifischen Unterschied bezüglich des Selbstwerts.*
3. *Der Selbstwert ist bei älteren Jugendlichen höher als bei jüngeren.*
4. *Mädchen ist eine positive Reaktion auf ihre Posts wichtiger als Buben.*

Stichprobe

160 Jugendliche zwischen 13 und 19 Jahren – 98 weiblich, 58 männlich, 4 divers

Methode

Onlinefragebogen mit LimeSurvey



Ergebnisse

Die Ergebnisse zeigen, dass sich Jugendliche mit einem hohen Selbstwert seltener mit anderen Personen auf Social Media vergleichen ($r = -.397$, $p < .000$) als Jugendliche mit einem geringen Selbstwert. Außerdem zeigt sich, dass Jugendliche mit einem niedrigen Selbstwert Bekannte häufiger attraktiver finden ($r = .572$, $p < .000$) als sich selbst. Der durchschnittliche Selbstwert bei weiblichen Jugendlichen ($M = 22.48$, $SD = 7.42$, $n=98$) ist signifikant niedriger ($t(154) = -2.56$, $p = .01$) als der von männlichen Jugendlichen ($M = 25.77$, $SD = 8.22$, $n =58$).

Ältere Jugendliche (16-19 Jahre) haben durchschnittlich einen höheren Selbstwert ($M = 24.6$) als jüngere (13-15 Jahre, $M = 22.3$).

Mit den Fragen nach dem Glücksempfinden und hoher „Likeanzahl" konnte gezeigt werden, dass 77% der Mädchen die Glück bei einem Like empfinden, eine positive Reaktion auf ihren Post wichtig ist. Hingegen verspüren nur 21.5% der Buben Glück, wenn ihr Beitrag auf Social Media gut ankommt.

Ein geringer Selbstwert steht in einem engen Zusammenhang mit einer niedrigen Selbstzufriedenheit, die wiederum mit persönlichen Veränderungen zusammenhängt. Dabei gaben 99 von 160 Jugendlichen an, dass sie an sich etwas verändern würden. Von diesen würde ein Drittel körperliche Veränderungen vornehmen.

Diskussion

Es konnte gezeigt werden, dass der Selbstwert bei Jugendlichen von unterschiedlichen Faktoren abhängt und dass die Wahrnehmung von anderen Personen auf Social Media im Zusammenhang mit dem jeweiligen Selbstwert steht. Auffallend war, dass Mädchen bei den von uns genannten Plattformen im Durchschnitt eine höhere Nutzungsdauer haben als Buben. Bei der Plattform Instagram hingegen zeigte sich Gegenteiliges, nämlich, dass Buben mehr Zeit auf Instagram verbringen als Mädchen. Inwieweit die Beiträge auf Social Media den Selbstwert von unterschiedlichen Altersgruppen beeinflussen, konnte in unserer Studie nicht gezeigt werden, dafür wäre eine weitere Untersuchung notwendig.

Literatur

Ozimek, P. (2019). Alle meine Freunde sind besser als ich! – Auswirkungen sozialer Mediennutzung auf den Selbstwert und Depressionen in Abhängigkeit von sozialen Vergleichen. doi: 10.13140/RG.2.2.17685.47846.

Roth, M. (2002). Geschlechtsunterschiede im Körperbild Jugendlicher und deren Bedeutung für das Selbstwertgefühl. Praxis der Kinderpsychologie und Kinderpsychiatrie 51(3), 50-164.

Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckels, K. (2014). Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem. Psychology of Popular Media Culture, 3(4), 206-222.

Wimmer-Puchinger, B. (2016). Weiblicher Selbstwert auf dem gesellschaftlichen Prüfstand. In B. Wimmer-Puchinger, et al. (Hrsg.), Irrsinnig weiblich – Psychische Krisen im Frauenleben. (S. 3-18). Berlin: Springer.

Kontakt: (mariella.hoermann@edu.uni-graz.at)

Das Projekt wurde im Rahmen der LV "Projektseminar zur Sozialpädagogik" (SoSe 2021) durchgeführt.