

PRESSEMITTEILUNG 02/2018

Facebook und Co. - Wie soziale Netzwerke uns helfen können, nützliche Informationen und emotionale Unterstützung zu bekommen

Sich mehrmals täglich bei Facebook und anderen sozialen Netzwerken einzuloggen, gehört für viele mittlerweile zur täglichen Routine. Während oft befürchtet wird, dass das permanente Checken der überwiegend positiven Statusmitteilungen anderer zu Stress, Neid und reduziertem Wohlbefinden führt, haben ForscherInnen des Leibniz-Instituts für Wissensmedien (IWM) in einer groß angelegten Studie herausgefunden: Stress ist von äußeren Faktoren und nicht der Facebooknutzung beeinflusst. Befürchtungen, Facebook würde sich negativ auf das Wohlbefinden ausüben, sind also überzogen. Die Plattform bietet sogar Möglichkeiten sozialer Unterstützung. Auch die berufliche Nutzung sozialer Medien zahlt sich aus: Wer LinkedIn nutzt, hat berufliche Informationsvorteile.

Tübingen, 06. März 2018. Soziale Medien helfen uns, mit vielen Menschen in Verbindung zu bleiben – ganz egal, ob es enge Freunde sind und damit starke Bindungen, Bekannte und damit schwache Bindungen oder Menschen, die wir kaum kennen. Starke Bindungen geben uns *emotionale Unterstützung*, während schwache Bindungen uns *neue Informationen* liefern, dies zeigt die Forschung zu sozialen Netzwerken. Am IWM wurde in diesem Zusammenhang die Studie des Projekts ReDefTie vom Europäischen Research Council (ERC) gefördert – eine der wichtigsten Förderungen auf EU-Ebene. ReDefTie steht für „Redefining tie strength –

how social media (can) help us to get non-redundant useful information and emotional support“. Prof. Dr. Sonja Utz, Leiterin des Projekts, und ihr Team untersuchten, inwiefern soziale Medien es verändern, *wie* und *von wem* wir Informationen und emotionale Unterstützung erhalten. Bei „Redefining tie strength“ geht es also darum „Bindungsstärke neu zu definieren“.

Facebook bringt soziale Unterstützung, LinkedIn Informationsvorteile

In einer Studie mit niederländischen InternetanwenderInnen über einen Zeitraum von 2013 bis 2017 wurden die Effekte der Nutzung verschiedener sozialer Medien untersucht. Durch die Berücksichtigung von eher privat genutzten Plattformen wie Facebook und eher beruflich genutzten Plattformen wie LinkedIn konnte ein umfassendes und differenziertes Bild gewonnen werden.

Die Facebooknutzung führt langfristig nicht zu mehr Stress oder geringerer Lebenszufriedenheit

So wird Facebook überwiegend für die Pflege von Freundschaften genutzt. Skeptiker argumentieren, dass die sozialen Netzwerke nur die Illusion von Freundschaft vermitteln würden. Doch die Ergebnisse der Studie zeigen, dass diese Netzwerke und die so genannten virtuellen Freunde konkreten Nutzen bringen können und diese soziale Beziehungen somit mehr als eine Illusion sind: Die Facebook-Nutzer (etwa 73% der Befragten) berichteten über mehr erhaltene Online-Unterstützung in sozialen Netzwerken als die Nichtnutzer. Und je mehr sie danach fragten, desto mehr Unterstützung erhielten sie. Über einen längeren Zeitpunkt verstärkte sich dieser Effekt sogar: Personen, die einmal soziale Unterstützung im Internet erhalten hatten, fragten ein halbes Jahr später auch häufiger ihr Online-Netzwerk um Rat. Zudem führte die Facebooknutzung langfristig nicht zu mehr Stress oder geringerer Lebenszufriedenheit. Befürchtungen, Facebook würde sich negativ auf das

Wohlbefinden ausüben, wirken somit überzogen. Ein weiteres Ergebnis der Studie: Mehr erhaltene soziale Unterstützung führt aber nicht gleich zu höherer Lebenszufriedenheit – Stress und Lebenszufriedenheit werden folglich mehr durch offline Ereignisse beeinflusst als durch die Nutzung sozialer Medien.

Deutlich stärkere Effekte zeigten sich für die Nutzung von Business-Netzwerken wie LinkedIn. Die NutzerInnen berichteten höhere Informationsvorteile im beruflichen Kontext als die NichtnutzerInnen. Aktive Nutzung und gezielter Netzwerkaufbau spielen dabei eine entscheidende Rolle. Die im Kontext des Projekts durchgeführten Experimente weisen darauf hin, dass bereits das regelmäßige Überfliegen von Updates dazu beiträgt, sogenannte *ambient awareness*, also Wissen über die Netzwerkmitglieder und deren Expertise, zu entwickeln. Diese Ergebnisse haben Implikationen für den Einsatz sozialer Medien im organisationalen Wissensmanagement. Sie zeigen, dass die auf beruflichen Plattformen verbrachte Zeit keine Verschwendung ist, sondern ermutigt werden könnte. Sie hilft dabei, richtige AnsprechpartnerInnen zu finden und aktuelle Entwicklungen im Blick zu haben. Mit diesen Ergebnissen liefert die Langzeitstudie von Sonja Utz einen wertvollen Beitrag zu einer nuancierten Diskussion über die Effekte sozialer Medien.

Nach Abschluss des Projekts werden die Daten der Längsschnittstudie jetzt auch anderen ForscherInnen zur Verfügung gestellt, um die optimale Nachnutzung zu gewährleisten. Das Teilen des Datensatzes stellt einen weiteren Schritt in Richtung mehr Open Science dar, nachdem bereits die bisherigen Ergebnisse des Projekts als Open Access Publikationen veröffentlicht wurden.

Publikationen und Open Data REDEFTIE: www.redeftie.eu // **Well-Being Studie:** <http://econtent.hogrefe.com/doi/full/10.1027/1864-1105/a000222>

**Ansprechpartner:**

Prof. Dr. Sonja Utz
NG *Soziale Medien*
Tel.: +49 (0) 7071 979-308
Email: s.utz@iwm-tuebingen.de

Presse:

Mira Keßler
Pressereferentin
Telefon: +49 (0) 7071 979-222
Email: presse@iwm-tuebingen.de

Das Leibniz-Institut für Wissensmedien

Das Leibniz-Institut für Wissensmedien (IWM) in Tübingen erforscht, wie digitale Technologien eingesetzt werden können, um Wissensprozesse zu verbessern. Die psychologische Grundlagenforschung der rund 110 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ist auf Praxisfelder wie Schule und Hochschule, auf Wissensarbeit mit digitalen Medien, wissensbezogene Internetnutzung und Wissensvermittlung in Museen ausgerichtet. Von 2009 bis 2016 unterhielt das IWM gemeinsam mit der Universität Tübingen Deutschlands ersten Leibniz-WissenschaftsCampus (WCT) zum Thema „Bildung in Informationsumwelten“, der ab 2017 als Nachfolgeprojekt unter dem Titel „Kognitive Schnittstellen“ weitergeführt wird.

Die Leibniz-Gemeinschaft

Die Leibniz-Gemeinschaft verbindet 93 selbständige Forschungseinrichtungen. Ihre Ausrichtung reicht von den Natur-, Ingenieur- und Umweltwissenschaften über die Wirtschafts-, Raum- und Sozialwissenschaften bis zu den Geisteswissenschaften. Leibniz-Institute widmen sich gesellschaftlich, ökonomisch und ökologisch relevanten Fragen. Die Leibniz-Gemeinschaft setzt Schwerpunkte im Wissenstransfer, vor allem mit den Leibniz-Forschungsmuseen. Sie berät und informiert Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Leibniz-Einrichtungen pflegen enge Kooperationen mit den Hochschulen u. a. in Form der Leibniz-WissenschaftsCampi, mit der Industrie und anderen Partnern im In- und Ausland.