



Facebook-Nutzung macht neidisch und unzufrieden

Darmstadt, 21.01.2013. Die Teilnahme in sozialen Netzwerken wie Facebook kann bei den Nutzern starke negative Emotionen hervorrufen und die Lebenszufriedenheit beeinträchtigen. Das ist das Ergebnis einer Studie von Wirtschaftsinformatikern der TU Darmstadt und der Humboldt-Universität zu Berlin unter knapp 600 Facebook-Nutzerinnen und -Nutzern.

In der gemeinsamen Studie des Instituts für Wirtschaftsinformatik der Humboldt-Universität zu Berlin (Dr. Hanna Krasnova) und des Fachgebiets Wirtschaftsinformatik der TU Darmstadt (Prof. Dr. Peter Buxmann) wurden Facebook-Mitglieder nach ihren Gefühlen während und nach der Nutzung von Facebook gefragt. Das Ergebnis: Über ein Drittel der Befragten empfand vornehmlich negative Gefühle wie Frustration. Als wesentlichen Grund für dieses Ergebnis haben die Forscher Neid auf die „Facebook-Freunde“ ausgemacht. „Obwohl Nutzer zögern, Neidgefühle auf Facebook zuzugeben, vermuten sie oft bei ‘anderen‘ Neid als Ursache für deren Frustration – ein deutliches Zeichen für das Vorkommen dieser Emotion auf Facebook. In der Tat begünstigt der Zugang zu vielen positiven Nachrichten und Profilen von vermeintlich erfolgreichen ‘Freunden‘ einen sogenannten sozialen Vergleich, der leicht Neid erzeugt. Soziale Online-Netzwerke setzen ihre Nutzer einer nie dagewesenen Menge dieser Informationen aus – offline ist es viel schwieriger, Informationen zu passenden Vergleichspersonen zu finden“, erklärt die Projektleiterin Dr. Hanna Krasnova, die derzeit an der Humboldt-Universität habilitiert. Vor allem wer in sozialen Netzwerken selbst kaum aktiv kommuniziert, sondern eher Informationen konsumiert – also beispielsweise Posts von Freunden liest, News Feeds und Fotos durchklickt – ist besonders häufig diesen schmerzvollen Emotionen ausgesetzt.

Neid auf Facebook-Freunde führt zu einer „Neidspirale“

In der Studie zeigte sich zudem, dass ein Fünftel aller Ereignisse (online und offline), die in letzter Zeit Neid bei den Befragten hervorriefen, im Facebook-Kontext stattfanden – dies verdeutlicht den immensen Stellenwert, den diese Plattform im Leben vieler Nutzer hat. Paradoxerweise können die Neidgefühle der Nutzer häufig zu einer ausgeprägteren Selbstpräsentation auf Facebook führen, die wiederum Neidgefühle bei anderen hervorruft – ein Phänomen, das die Forscher als „Neidspirale“ bezeichnen.

TU Darmstadt
Kommunikation und Medien
Corporate Communications

Karolinenplatz 5
64289 Darmstadt

Ihr Ansprechpartner:
Christian Siemens
Tel. 06151 16 - 32 29
Fax 06151 16 - 41 28
siemens.ch@pvw.tu-darmstadt.de

www.tu-darmstadt.de/presse
presse@tu-darmstadt.de

Humboldt-Universität zu Berlin
Stabsstelle Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

Unter den Linden 6
10099 Berlin

Ihre Ansprechpartnerin:
Constanze Haase
Tel. 030 2093-2332
Fax 030 2093-2107
constanze.haase@hu-berlin.de





An erster Stelle der Neidobjekte liegt in Deutschland sowohl offline als auch online das Themenfeld „Reisen und Freizeit“. „Dies wird durch die vielen geposteten Urlaubsfotos begünstigt, die besonders unter deutschen Facebook-Nutzern beliebt sind“, so Dr. Thomas Widjaja von der TU Darmstadt, der ebenfalls an der Studie beteiligt war.

Facebook-Neid senkt Lebenszufriedenheit

Die Wissenschaftler konnten auf Basis der Studiendaten weiterhin einen Zusammenhang zwischen Neid auf Facebook und der allgemeinen Lebens(un)zufriedenheit der Nutzer nachweisen: Die passive Nutzung von Facebook erhöht Neidgefühle, welche sich wiederum negativ auf die Lebenszufriedenheit der Nutzerinnen und Nutzer auswirken. „Angesichts der weltweiten Nutzung von Facebook und der Tatsache, dass Neid eine universelle Emotion ist, sind sehr viele Menschen von diesen Auswirkungen betroffen“, erklärt Co-Autorin Helena Wenninger von der TU Darmstadt.

Die Ergebnisse der Studie werden auf der 11. Internationalen Tagung Wirtschaftsinformatik präsentiert, die vom 27. Februar bis zum 1. März 2013 in Leipzig stattfindet. Die Wissenschaftler planen eine weiterführende Studie, welche die Auswirkungen der Facebook-Nutzung auf Neidgefühle und deren Konsequenzen in verschiedenen Kulturen untersucht.

Weitere Informationen

Die Studie “Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users’ Life Satisfaction” ist verfügbar unter dem folgenden Link: http://warhol.wiwi.hu-berlin.de/~hkrasnova/Ongoing_Research_files/WI%202013%20Final%20Submission%20Krasnova.pdf

Pressekontakt

Prof. Dr. Peter Buxmann
Technische Universität Darmstadt
Tel. 06151/16-2663
buxmann@is.tu-darmstadt.de

Dr. Hanna Krasnova
Humboldt-Universität zu Berlin
Tel. 030/2093-5740
krasnovh@wiwi.hu-berlin.de

MI-Nr. 06/2013, csi

