

Das Social-Media-Syndrom

Verändern soziale Netzwerke das Sozialverhalten?

Luxemburger Wort

Von Simon Gross
28 Jan. 2021

Seit Jahrzehnten beschäftigt Wissenschaftler die Frage, inwieweit digitale Medien das menschliche Miteinander grundlegend verändern. Während es lange Zeit um die steigende Nutzung des Internets am Computer ging, hat sich der Fokus in den letzten 15 Jahren deutlich verschoben. Durch die rasante Verbreitung von Smartphones, Tablets und sprachgesteuerten Assistenten hat die digitale Welt längst den Alltag der Menschen erobert. Mobiles Internet und der Gebrauch von Apps sind so selbstverständlich geworden, dass ein klassischer Computer nicht einmal mehr nötig ist, um in die digitale Welt einzutreten. Sogar über das Fernsehgerät ist inzwischen ohne große Kenntnis ein Zugang zu allen möglichen internetgestützten Angeboten und Dienstleistungen möglich.

Einen besonderen Stellenwert nehmen dabei die sozialen Netzwerke (Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp etc.) ein. Während Suchmaschinen wie Google oder Videoplattformen wie Youtube dazu dienen, Unterhaltung, Inhalte und Wissen schnell finden und konsumieren zu können, geht es bei Social Media außerdem um Kommunikation zwischen den Teilnehmern und den Aufbau von sozialen Netzwerken. Diese werden aktuell von knapp der Hälfte der Weltbevölkerung mehr oder weniger regelmäßig genutzt. Es liegt auf der Hand, dass sich das auch auf das Leben außerhalb der digitalen Welten auswirkt. So verwiesen Neurowissenschaftler wie Baroness Susan Greenfield oder Manfred Spitzer bereits vor Jahren auf die Gefahr einer „Infantilisierung des sozialen Kontakts“ oder einer „digitalen Demenz“ durch den Gebrauch von Suchmaschinen und sozialen Netzwerken.

Doch bis vor einigen Monaten betraf diese Entwicklung anscheinend nur die eine Hälfte der Welt. Da gab es die digital natives, also Menschen, die mit den neuen technischen Möglichkeiten aufgewachsen und entsprechend sozialisiert waren. Andererseits war da der Teil der Bevölkerung, der Kindheit und Jugend komplett ohne Computer und Handys verbrachte. Fernkommunikation war seltener, aufwendiger und teurer, man denke nur an Telefonzellen.

Diese digital immigrants, also Personen, die sich erst die neue „digitale Welt“ erschließen mussten, pflegten häufig eine große Zurückhaltung gegenüber Social Media. Das Internet zu nutzen, um mal etwas nachzusehen, Nachrichten zu lesen oder auf eine Internetseite zu gehen, erschien nützlich. Doch warum so viele Stunden damit verbringen, um in einem virtuellen Raum mit irgendwelchen Menschen auf der Welt Kontakt aufzubauen? Dementsprechend erschienen die prognostizierten Gefahren der Social Media eher ein Phänomen des jüngeren Alters, eine Art Jugendproblem zu sein. Ältere Menschen sollten erstmal an die Nutzung des Computers und Internets herangeführt werden, damit sie überhaupt an einer zunehmend digitalisierten Gesellschaft teilnehmen können.

Soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram oder Twitter waren scheinbar eher ein Thema für jüngere Generationen, während Ältere noch betonten, dass man diese Dinge ja nicht nötig habe und sich lieber direkt mit Freunden treffen würde. Das war alles gültig, bis das Corona-Virus kam und Direktkontakt zum existenziellen Risiko erklärt wurde. So verdoppelte sich innerhalb des Monats April 2020 die Anzahl der Videoanrufe über Whatsapp und Messenger

auf rund 1,4 Milliarden Kommunikationen. In allen sozialen Netzwerken steigen die Zuwachsraten und Nutzungsdauer gerade bei älteren Generationen seit einigen Monaten auffällig an.

Bereits vor der Pandemie verzeichnete der Facebook-Konzern fast drei Milliarden Nutzer, allein eine Milliarde Nutzer auf Instagram. Doch diese waren häufig nur sporadisch aktiv. Seit einigen Monaten zeigt sich allerdings, dass deutlich mehr Menschen innerhalb eines sozialen Netzwerks mehr als eine Stunde täglich verbringen. Erst jetzt, wo Bilder von Hoch- und Höchstbetagten zu sehen sind, die selbstverständlich mit einem Tablet mit ihren Liebsten kommunizieren, gelangt ins allgemeine Bewusstsein, dass jeder über Social Media Netzwerke aufbauen und pflegen kann, auch wenn man älter ist. Inzwischen kursiert bereits das Vorurteil: Auf Facebook sind ja nur die Alten. Deren Anteil steigt aktuell tatsächlich und vor allem kommentieren sie häufiger als Teenager. Diese weichen auf andere Anbieter aus wie etwa Tik-Tok, mit der vor allem kurze Videos von 15 Sekunden veröffentlicht werden. Auf Facebook sind sie eher passive Nutzer, dagegen auf Instagram sehr aktiv. Doch in allen Altersgruppen sinkt die Anzahl der Menschen, die „gegen“ soziale Medien sind und die Nutzung komplett vermeiden. Kein Wunder, wenn man Zeiten mit Kontaktsperren sozial überstehen musste.

Selbst wenn man noch nicht einmal ein Netzwerk wie Twitter oder Instagram kennt, gelangen die Beiträge in die Öffentlichkeit. So konnte etwa ein Donald Trump mitten in der Nacht seine Gedanken in einer kurzen Nachricht auf Twitter veröffentlichen. Direkt greifen klassische Medien wie Tageszeitung oder Radiosender diese eins zu eins auf. Nicht die Qualität, sondern die allgemeine Aufmerksamkeit in sozialen Medien entscheidet, ob ein Beitrag für die Öffentlichkeit als „relevant“ betrachtet wird. Erstaunlich, dass die Netzwerke inzwischen selbst eingreifen und auf der Basis ihrer eigenen Regeln Konten sperren, Inhalte als

inakzeptabel kennzeichnen, löschen oder einfach nicht verbreiten. Das verweist auf ein Eigenleben, welches Social Media entwickelt haben und was noch viel zu wenig beachtet wird.

Diese Entwicklung war nur möglich, weil der Zugang zu social media sehr einfach geworden ist. Ein preiswertes Smartphone mit einem handelsüblichen Datenvolumen, eine Handvoll Apps und schon kann man teilnehmen. Durch die einfache Bedienbarkeit und bequeme Erstellung eigener Inhalte hat sich die Rolle sozialer Netzwerke kolossal verändert. Mehr und mehr Alltäglichkeiten werden mit- „geteilt“. Es ist so einfach, etwas zu schreiben, zu fotografieren, zu filmen oder zu kopieren und direkt zu verschicken. Umgekehrt erhält man immer mehr Inhalte, die einen überfordern, eine Art digitalen Stress auslösen können. Daher werden Informationen innerhalb der Netzwerke von den Teilnehmern selbst zunehmend gefiltert, übersehen oder übergangen.

Prinzipiell lassen sich soziale Medien danach einteilen, ob (1) eine persönliche Verbindung zu einzelnen Personen aufgenommen wird oder (2) sich ein Beitrag an eine Gruppe richtet. Bei einem Kontakt zwischen zwei Gesprächsteilnehmern ist der Unterschied zwischen der Videochatfunktion

und Nachrichtendienste vieler Netzwerke einerseits und dem klassischen Telefon andererseits prinzipiell nicht bemerkenswert. Hier geschieht direkte Kommunikation noch immer zwischen bestimmten Personen. Doch immer mehr Kommunikationen finden in sozialen Netzwerken eher öffentlich bzw. in Gruppen statt.

Dabei erstellt ein Teilnehmer einen eigenen Beitrag (Bild, Video, Text) oder teilt den Beitrag eines anderen Teilnehmers. Dieser ist je nach persönlicher Einstellung für alle oder einen Teil der Nutzer sichtbar, mit denen man in Verbindung steht. Es wird quasi etwas in die Vitrine gestellt. Wer schauen will, der kann das sehen und eine Reaktion zeigen. Man selbst wird informiert, wer etwas gesehen hat oder nicht. Wenn keine Reaktion kommt, dann kann das viele Gründe haben, aber man weiß es eben nicht.

Die möglichen Interaktionen „Teilen, bewerten (liken) oder kommentieren“ erinnern zwar an echtes Miteinander, doch ein kurzer Klick, ein Smiley, eine Weiterleitung oder ein paar Wörter sind oft schnell und auch gedankenlos gemacht. Manchmal in der U-Bahn, manchmal im Wartezimmer, beim Sport oder im Büro, eben irgendwie so zwischen dem restlichen Leben. Da stellt sich die Frage, ob mit dieser Art der Kommunikation überhaupt ernsthafte Beziehungsnetzwerke entstehen können. Mehr noch, verändern soziale Netzwerke vielleicht sogar das Sozialverhalten in Gruppen insgesamt?

Kommunikation in sozialen Netzwerken

Interaktion in sozialen Netzwerken

Um diese Frage zu beantworten, muss man sich zunächst mit den Algorithmen von Facebook, Instagram etc. beschäftigen, die steuern, wer welche Beiträge und Interaktionen überhaupt sieht. Es ist ein weit verbreiteter Irrtum, dass in auf Öffentlichkeit ausgerichteten sozialen Netzwerken Beiträge der Reihe nach anderen Teilnehmer – vornehmlich den Freunden – gezeigt werden. Quasi als gingen Sie in ein öffentliches Café und erzählen etwas an der Theke und jeder der Anwesenden bekommt das mit.

Im Social-Media-Café läuft das heute anders. Was Sie zu erzählen haben, wird nur einer kleinen Auswahl der Gäste (einem Teil Ihrer Freunde) zugänglich gemacht, wie in einem Separee. Der Algorithmus leitet Sie bzw. Ihren Beitrag vergleichbar einem Oberkellner direkt zu einem abgeschirmten Tisch. Die anderen Gäste wissen nicht, dass Sie da sind, außer sie suchen nach Ihnen. Nur wenn diese kleine Zahl von Nutzern direkt reagiert, es zu Dialog zwischen einzelnen Teilnehmern kommt, wird ihr Beitrag auch weiteren Gästen gezeigt. Je mehr Interaktionen oder Reaktionen, desto „relevanter“ wird dieser eingestuft. Wenn ein Beitrag wichtig zu sein scheint, vergibt der „Kellner“ bzw. der Algorithmus mehr Reichweite, d. h. dieser wird mehr Teilnehmern gezeigt und damit werden Sie bzw. Ihr Profil sichtbarer.

Wer nicht regelmäßig mit anderen interagiert wird unsichtbar. Fast so wie wenn man sich nicht mehr bei Freunden oder auf Partys blicken lässt. Dann steht man nach und nach auch alleine da. Doch der Algorithmus wartet nicht darauf, bis Ihr Umfeld bewusst entscheidet, sie nicht mehr einzuladen. Wo keine Reaktionen kommen, wird einfach kalkuliert, dass keine Beziehung besteht. Daher lohnt es sich an

scheinend nicht, diesen Nutzern Ihre Beiträge zu zeigen. So erfahren sogar Freunde oft nicht mehr von Ihren Beiträgen, selbst wenn diese gut gemacht sind.

Denn nicht die Qualität oder der Inhalt eines Beitrags ist für die Betreiber eines sozialen Netzwerks wichtig. Die Algorithmen beurteilen eher, wie lange sich wie viele Nutzer wegen Beiträgen innerhalb des Netzwerkes aufhalten. Je mehr Zeit dort verbracht wird, desto interessanter wird das Netzwerk für Werbung. Dinge die dazu führen, dass jemand das Netzwerk verlässt, werden dagegen durch geringere Reichweite „bestraft“, z. B. wenn Beiträge oder Kommentare externe Links enthalten.

Wer sich dieser Logik nicht anpassen will, führt ein eher isoliertes Dasein im Netzwerk, wird kaum gesehen und erhält hauptsächlich Reaktionen aus seinem persönlichen Umfeld. Bei Neueinsteigern sinkt so das Interesse für diese öffentlichen Plattformen häufig sehr schnell. Doch immer mehr Nutzer passen sich dem Ziel des Algorithmus an, oft ohne es zu merken und liefern kostenfrei Inhalte und Reaktionen, um andere Nutzer bei Laune zu halten und selbst sichtbar zu werden.

Je mehr Zeit Menschen täglich mit dieser Kommunikationsform verbringen, desto größer wird der Einfluss auf die alltägliche, direkte

Interaktion zwischen Menschen. Längst ist es normal geworden, rund um die Uhr in ein Netzwerk einzutauchen und auch Arbeits- und Freizeithemen miteinander zu vermischen. Gut für kommerzielle Profile! Aber vor allem verschiebt Social Media die Grundregeln der menschlichen Kommunikation. Wer einen Beitrag bringt, der sendet, ohne in dem Moment mit Empfängern verbunden zu sein, fast wie bei einem Monolog vor dem Spiegel. Die Reaktionen kommen erst danach. Deren inhaltliche Qualität ist bedeutungslos. Was direkte Rückmeldung und viele Reaktionen erzeugt, wird zu etwas Bedeutendem und erhält Reichweite.

Mit Gruppendynamik und Dialog hat das nichts mehr zu tun, da Interaktionen nicht miteinander, sondern nacheinander stattfinden. Genau darin liegt der neuartige Einfluss auf die Kommunikation. Der direkte Kontakt wird seltener, erscheint zeitaufwendig, zu aufdringlich und seit fast einem Jahr sogar als gefährlich.

Bereits ein Dialog über Telefon wirkt zunehmend exotischer, fremder und sogar angstausslösend. Auch gilt schon lange nicht mehr: fragen kostet nichts. Weil man „Beratung“ kostenfrei erhalten kann, indem man sich selbst die gewünschten Inhalte (content) in den Social Media und im Internet zusammensucht, wird telefonische oder persönliche Beratung zum Luxusgut.

Durch die Verschiebung der Kommunikation werden außerdem viele Beiträge veröffentlicht, die in einer klassischen Gesprächssituation gar nicht erst entstanden wären. Wenn da ein schlechter Witz begonnen wird, kommt es oft direkt zu Unterbrechungen. So kann manche Peinlichkeit verhindert werden, da man bereits eine Rückmeldung erhält, bevor man sich komplett lächerlich gemacht hat. Nicht so in Social Media, hier wird alles bis zum Schluss veröffentlicht und dann kann reagiert werden, auch noch nach Monaten.

Dadurch erhalten das Ignorieren bzw. hämische Kommentare eine neue Bedeutung. Während bei einem echten Gruppentreffen das Nicht-Wahrnehmen eines Mitglieds, das Überhören seiner Aussagen oder abwertende Reaktionen als Verachtung oder aggressives Verhalten gewertet werden, gehört dieses in Social Media zum ganz normalen Alltag. Das wird durch deren Algorithmen sogar gefördert. Statt uns daran zu gewöhnen, sollten wir diese Werteververschiebung genau beobachten, damit kein neues Syndrom unkontrolliert auf unser soziales Leben überspringen kann.

Ein neues Syndrom

Buchtipps:

Manfred Spitzer: „Die Smartphone-Epidemie. Gefahren für Gesundheit, Bildung und Gesellschaft“, Klett-Cotta Verlag
Statistiken zu Facebook: investor.fb.com
