

Aus dem Zentrum für Psychosoziale Medizin (ZPM) der Universität Heidelberg  
(Geschäftsführende Direktorin: Prof. Dr. med. Sabine Herpertz)

Klinik für Allgemeine Innere Medizin und Psychosomatik der Universität Heidelberg  
(Ärztlicher Direktor: Prof. Dr. med. Hans-Christoph Friederich)

Zwischen Selbstfürsorge und Selbstoptimierung:  
Zur Wirkung von Internet und sozialen Medien auf  
die Identität psychisch unbelasteter und belasteter  
Menschen im Generationenvergleich

Inauguraldissertation  
zur Erlangung des Doctor scientiarum humanarum (Dr. sc. hum.)  
an der  
Medizinischen Fakultät Heidelberg  
der  
Ruprecht-Karls-Universität

vorgelegt von  
Gwendolyn Maria Mayer

aus  
München

2020

Dekan: Herr Prof. Dr. med. Hans-Georg Kräusslich

Doktorvater: Herr Priv.-Doz. Dr. med. Jobst-Hendrik Schultz

# Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	1
1.1	Ich, ich und wieder ich: Beispiele von Selbstbezogenheit aus dem Internet .....	1
1.2	Thema .....	2
2	Theoretische und konzeptionelle Grundlagen.....	5
2.1	Perspektiven auf die Individualisierung im digitalen Zeitalter .....	5
2.1.1	Individualisierung in der Sozialforschung .....	5
2.1.2	Individualisierung und Identität .....	6
2.1.3	Das digital vernetzte Individuum .....	8
2.1.4	Soziale Medien und psychische Belastungen.....	11
2.1.5	Das quantifizierte Selbst: Self-Tracking.....	13
2.1.6	Zusammenfassende Begriffsbestimmung.....	16
2.2	Angrenzende Konzepte im Bereich Individualisierung und Internetnutzung .....	17
2.2.1	Technikvertrauen und Technikbereitschaft .....	17
2.2.2	Generalisierte Selbstwirksamkeitserwartung .....	18
2.3	Individualisierung und Internetnutzung in den Generationen.....	20
2.3.1	Die Generation der Baby Boomer .....	20
2.3.2	Die Generation X .....	21
2.3.3	Die Generation Y oder die Digital Natives.....	22
2.3.4	Die Generation Z .....	23
2.4	Fragestellung und Annahmen.....	24
3	Methoden .....	26
3.1	Studienablauf.....	26
3.2	Phase I: Fokusgruppen.....	28
3.2.1	Zur Methode der Fokusgruppen-Diskussion .....	28
3.2.2	Rekrutierung der Fokusgruppen-Teilnehmer*innen .....	29
3.2.3	Ablauf der Fokusgruppen-Diskussion.....	29
3.2.4	Auswertungsstrategie Fokusgruppen .....	31
3.3	Phase II: Interviews.....	32
3.3.1	Fallzahlplanung.....	32
3.3.2	Rekrutierung der Interviewteilnehmer*innen .....	32
3.3.3	Ablauf der Interviews .....	33
3.3.4	Selbsteinordnung auf einer Visuellen Analogskala (VAS) .....	34
3.3.5	Selbstbeobachtungsprotokoll .....	34
3.3.6	Fragebögen.....	35

3.4	Auswertungsstrategie .....	36
3.4.1	Verwendete Software .....	36
3.4.2	Qualitative Auswertung der Interviews und der Selbstbeobachtungsprotokolle .....	37
3.4.3	Deskriptive Auswertung der Daten aus Interviews und Protokollen .....	39
3.4.4	Auswertung der Fragebögen .....	40
3.4.5	Überprüfung der Forschungsfragen und Annahmen .....	41
4	Ergebnisse .....	45
4.1	Phase I: Fokusgruppen .....	45
4.1.1	Stichprobe .....	45
4.1.2	Gerätebesitz .....	45
4.1.3	Induktive Kategorien des transkribierten Materials .....	46
4.1.3.1	Nutzungsanlässe von Internet und sozialen Medien.....	46
4.1.3.2	Auswirkungen der Nutzung von Internet und sozialen Medien.....	47
4.1.3.3	Erleben.....	48
4.1.3.4	Selbstbezogenheit .....	50
4.1.3.5	Soziale Beziehungen .....	51
4.2	Phase II: Interviews .....	53
4.2.1	Stichprobe .....	53
4.2.2	Qualitative Ergebnisse der Interviews.....	54
4.2.2.1	Nutzungsanlässe von Internet und sozialen Medien.....	54
4.2.2.2	Auswirkungen der Nutzung von Internet und sozialen Medien.....	56
4.2.2.3	Erleben.....	58
4.2.2.4	Selbstbezogenheit .....	59
4.2.2.5	Soziale Beziehungen .....	62
4.2.3	Quantitative Ergebnisse der Interviews .....	63
4.2.3.1	Gerätebesitz und geschätzte Nutzungsdauer.....	63
4.2.3.2	Teilnahme in sozialen Netzwerken.....	64
4.2.4	Ergebnisse der Selbstbeobachtungsprotokolle der Generationen .....	66
4.2.4.1	Nutzungsdauer, Anzahl und subjektiv empfundener Grad der Aktivitäten pro Tag und Gerät der Generationen .....	66
4.2.4.2	Bevorzugtes Gerät der Generationen.....	66
4.2.4.3	Art der Aktivitäten der Generationen .....	67
4.2.4.4	Beziehungsebene der Aktivitäten der Generationen .....	69
4.2.4.5	Emotionales Erleben im Anschluss an die Aktivitäten der Generationen.....	70

4.2.4.6	Aktivitäten und Gefühle der Generationen.....	72
i	Exemplarische Einträge der Baby Boomer .....	73
ii	Exemplarische Einträge der Generation X .....	74
iii	Exemplarische Einträge der Digital Natives .....	76
4.2.5	Ergebnisse der Selbstbeobachtungsprotokolle der Gruppen OD vs. MD .....	78
4.2.5.1	Nutzungsdauer, Anzahl und subjektiv empfundener Grad der Aktivitäten pro Tag und Gerät der Gruppen OD vs. MD .....	78
4.2.5.2	Bevorzugtes Gerät der Gruppen OD vs. MD .....	78
4.2.5.3	Art der Aktivitäten der Gruppen OD vs. MD .....	80
4.2.5.4	Beziehungsebene der Aktivitäten der Gruppen OD vs. MD .....	81
4.2.5.5	Emotionales Erleben im Anschluss an die Aktivitäten der Gruppen OD vs. MD.....	81
4.2.5.6	Aktivitäten und Gefühle der Gruppen OD vs. MD.....	82
4.2.6	Ergebnisse des HADS-D (Hospital Anxiety and Depression Scale) .....	84
4.2.7	Überprüfung der Haupt- und Nebenannahmen .....	85
4.2.7.1	Hauptannahme 1.....	85
4.2.7.2	Hauptannahme 2.....	89
4.2.7.3	Nebenannahme 1.....	92
4.2.7.4	Nebenannahme 2.....	93
4.2.7.5	Explorative Ergebnisse (Anschlussfragestellungen) .....	94
4.2.8	Synthese der qualitativen und quantitativen Ergebnisse zur Beantwortung der Forschungsfragen und Annahmen .....	97
5	Diskussion .....	99
5.1	Individualisierung und Internetnutzung in den Generationen.....	99
5.1.1	Individualisierung und Internetnutzung der Baby Boomer .....	101
5.1.2	Individualisierung und Internetnutzung der Generation X.....	102
5.1.3	Individualisierung und Internetnutzung der Digital Natives.....	104
5.2	Internetnutzung und psychische Belastung in den Generationen .....	106
5.3	Individualisierung und angrenzende Konzepte .....	109
5.4	Limitationen.....	110
6	Schlussfolgerungen .....	113
7	Zusammenfassung .....	114
8	Abkürzungsverzeichnis.....	117
9	Verzeichnis der Abbildungen, Diagramme und Tabellen.....	118
9.1	Abbildungen.....	118
9.2	Diagramme .....	118
9.3	Tabellen (Text und Anhang).....	118

10 Literaturverzeichnis.....	122
11 Eigenanteil an Datenerhebung und -auswertung und eigene Veröffentlichungen.....	128
12 Anhang .....	130
12.1 Anhang Methoden .....	130
12.1.1 Muster Selbstbeobachtungsprotokoll.....	130
12.1.2 Auswertungsleitfaden qualitative Interviews .....	132
12.2 Anhang Ergebnisse der Fokusgruppen .....	135
12.3 Anhang Ergebnisse der Interviews.....	137
12.4 Anhang Ergebnisse der Selbstbeobachtungsprotokolle .....	140
12.4.1 Zu Kapitel 4.2.4.4 Beziehungsebene in den Aktivitäten.....	140
12.4.2 Zu Kapitel 4.2.4.5 Emotionales Erleben im Anschluss an die Aktivitäten .....	141
12.5 Anhang Ergebnisse Fragebögen.....	147
13 Danksagung.....	148
14 Eidesstattliche Versicherung.....	149

*"Ich bin kein Follower von irgendjemandem. Das wäre ich schon prinzipiell nicht."*

*Baby Boomer, 59 Jahre, weiblich*

## 1 Einleitung

### 1.1 Ich, ich und wieder ich: Beispiele von Selbstbezogenheit aus dem Internet

Aus: newsaktuell.de: *Selbstoptimierung 2.0 – entspannt schneller, höher und weiter kommen*

"Wir sind inzwischen bei Selbstoptimierung 2.0. Das heißt, dass es für die Menschen nicht nur wichtig ist, gesund, sportlich und leistungsfähig zu sein, sondern auch entspannt, selbstbestimmt und glücklich. Nicht 'höher, schneller, weiter' allein zählt. Es zählt eben auch, abwechselnd mal auf Langsamkeit und Entspannung zu setzen." (Ott, 2016)

Aus: fitnessbeast.net: *L-TYROSIN – DOSIERUNG, EINNAHME UND WIRKUNG*

"Kommen wir zum letzten Punkt. Unseren persönlichen Erfahrungen mit L-Tyrosin. Wir finden den Tunnelblick extrem cool ... Man ist einfach deutlich weniger anfällig für alles um einen rum. Sei es das grunzende Massemonster hinter dir oder die Gespräche anderer Trainierender. Dank Tyrosin ist dein Fokus zu 120% auf dein Training und dein jetziges Set gerichtet." (Seeberger, 2019)

Aus: selbst-management.biz: *Dankbarkeitstagebuch – der Produktivitäts- und Glücks-Booster*

"Wer glücklich ist, der ist auch produktiv. Und glücklich sind alle, die dankbar sind. Genau das ist auch der Grund, warum dir ein Dankbarkeitstagebuch massiv dabei helfen kann, ein glücklicheres und damit auch produktiveres Leben zu führen." (Mangold, 2017)

Aus: hochsensiblepersonen.com: *Hochsensibilität – 10 Tipps, die Dich im Alltag vor Reizüberflutung schützen*

"Schwimme nicht mit dem Mainstream. Hier mal ein paar Beispiele: Der klassische Deutsche plant Urlaubsreisen oft schon Monate im Voraus und Dir ist schon der Gedanke daran unerträglich? Viele Menschen sehen Statussymbole wie Autos, Häuser etc. als Zeichen für Erfolg, Dir sind die Verpflichtung und der Materialismus zu viel? ... Erlaube Dir zu sein, wie Du bist und passe Deinen Alltag ein Stück weit mehr Deinen hochsensiblen Bedürfnissen an." (Tissot, 2017)

Aus: mymonk.de: *Ein bedeutsames Leben muss nicht "außergewöhnlich" sein*

"Wir arbeiten uns daran ab, besonderer, bunter, einzigartiger zu werden, um aus der besonderen, bunten, einzigartigen Masse herauszustecken. Um uns selbst zu beweisen, dass es bedeutsam ist, was wir tun. Wir stapeln immer höher, müssen immer noch einen draufsetzen, mehr 'Nischen' finden, die noch nicht besetzt sind (Gibt es schon eine kleptomanisch veranlagte Yoga-Ballerina mit glutenfreiem Kochblog im Netz?) und am besten wir retten einfach gleich die ganze Welt mit unserer bahnbrechenden Idee." (Fischer, 2018)

## 1.2 Thema

*Sei ganz du selbst!* lautet das Credo, das allen vorangestellten Internetzitate gemein ist. Dabei könnten sowohl die betreffenden Lebensbereiche wie Fitness, beruflicher Erfolg und Spiritualität/Lebensgestaltung wie auch das Reflexionsniveau der Textquellen kaum unterschiedlicher sein. Das Spektrum der Motivation dieser Selbstfindung reicht von Spaß über Produktivitätssteigerung bis hin zur Sinnsuche, die auch über ein gewisses Maß an Selbstironie erreicht wird wie der "kleptomatisch veranlagten Yoga-Ballerina mit glutenfreiem Kochblog" (siehe letztes Zitat). Allen gemeinsam ist der Wunsch, einen eigenen, individuellen Weg zu beschreiten, der sich von dem der Allgemeinheit abhebt.

Der Trend zur Individualisierung ist hier medial, über das Internet abgebildet, aber weit älter als das Medium Internet. Soziologische Theorien gehen davon aus, dass spätestens nach den Weltkriegen ein erneuter Individualisierungsschub eingesetzt hat, dessen Wurzeln aber weit in die abendländische Geschichte hineinreichen (Elias, 2003). Durch neuen Wohlstand und einem Bruch mit veraltet geglaubten Traditionen und Strukturen kam es zu vielfältigen Möglichkeiten für die Lebensgestaltung, die allerdings bald zu einer neuen Norm wurden. Ein individueller Lebensweg ist heute keine Option mehr, sondern Pflicht (Beck, 2016, Beck and Beck-Gernsheim, 2009). Die scheinbar gewonnene Freiheit entpuppte sich als Last, sich beweisen zu müssen und wenn dies scheiterte, wurde es immer zu einem individuellen Scheitern, für das nicht mehr die Umstände wie ein Krieg, Armut oder das Schicksal verantwortlich gemacht werden konnten, sondern ausschließlich persönliches Versagen, fehlende Willenskraft oder mangelhafte Vorausplanung. Damit verbunden waren nach Ansicht einiger Forscher psychische Belastungen, die sich in einem Anstieg von Depressionserkrankungen manifestierten (Ehrenberg, 2015).

Seit dem Zeitalter der digitalen Vernetzung sind die Möglichkeiten des sozialen Vergleichs schneller und vielfältiger geworden. Vernetzt sein ist heute zum festen Bestandteil der Identität geworden (Turkle, 2012b). Hinzu kommt die technologische und damit einhergehende soziale Beschleunigung, die unsere Selbstverhältnisse tief geprägt und verändert hat (Rosa, 2005). Dies hat letztlich alle Generationen betroffen, wenngleich jüngere Menschen, die mit dem Internet und sozialen Medien bereits aufgewachsen sind, sich eine Welt ohne nicht mehr vorstellen können. Diese *Digital Natives* haben sich längst daran gewöhnt, mehr als eine virtuelle Identität zu haben und zwischen online und offline nicht mehr klar zu trennen (Palfrey and Gasser, 2011), wohingegen die Generationen davor, bekannt als *Generation X* und *Baby Boomer*, ihre eigenen Wege beschritten haben, um sich von den Erwartungen der jeweiligen El-



terngeneration abzugrenzen und ihre je eigenen Ziele zu verfolgen (Hurrelmann and Albrecht, 2014).

Darüber hinaus verleihen weitere technische Neuerungen der Individualisierung ein neues Gesicht. So genannte Wearable Devices, das sind tragbare Messgeräte wie Fitnessarmbänder oder Smart Watches, erlauben eine kontinuierliche Selbstüberwachung körperlicher Parameter wie Herzfrequenz, gelaufene Schritte, verbrannte Kalorien etc. Damit rückt eine mögliche Selbstoptimierung in greifbare Nähe. Studien belegen, dass der Trend des Quantified Self über alle Generationen hinweg Beliebtheit erfährt (Paré et al., 2018).

Generationen wurden beschrieben als Alterskohorten, die gemeinsame Prägungen erlebt haben. Daraus hervorgegangen sind eigene Wertvorstellungen und Grundhaltungen. Aus diesem Verständnis heraus sind zahlreiche Generationszuschreibungen entstanden. So gilt die Generation der Baby Boomer, die in Deutschland nach der Nachkriegsgeneration heranwuchs als erste Generation, die ohne Hunger und Kriegserinnerungen aufwachsen konnte und politische Werthaltungen wie "das Private ist politisch" entwickelte (Hurrelmann and Albrecht, 2014, S. 21). Die nachfolgende Generation, auch Generation X genannt nach einem Roman des amerikanischen Schriftsteller Douglas Coupland (Coupland, 1994), wird beschrieben als "Null-Bock-Generation", die sich desinteressiert und hedonistisch gibt (Hurrelmann and Albrecht, 2014, S. 23). Die jüngste Generation dagegen, die Generation Y (in der vorliegenden Arbeit als *Digital Natives* bezeichnet) war den Unsicherheiten von Terroranschlägen und Klimaveränderungen ausgesetzt und ist in ihrem Selbstverständnis tief geprägt von digitalen Medien. Sie gilt auch als "Generation Maybe" (ebd., S. 34), die stets Flexibilität zeigen muss und sich nicht gern festlegen lässt. Die Frage, wie diese verschiedenen Generationen auf den gesellschaftlichen Wandel der Individualisierung reagieren, bleibt aber offen. Ungeklärt ist auch, in welcher Weise sie mit dem Internet und sozialen Medien umgehen und ob ihr Umgang damit dazu beiträgt, verstärkt die eigene persönliche Weiterentwicklung im Sinne von Selbstfürsorge bis hin zur Selbstoptimierung zu verfolgen. Schließlich bleibt ebenfalls fraglich, ob diese Entwicklung zu psychischen Belastungen führt.

In der vorliegenden Arbeit wird daher untersucht, welchen Einfluss die Verfügbarkeit von sozialen Vergleichswerten auf das Selbstkonzept bzw. die Identität haben, die über Internet und soziale Medien verfügbar sind. Dieses Ziel wird in zwei Forschungsfragen zusammengefasst. Zum einen wurde danach gefragt, ob die in den Sozialwissenschaften beschriebene wachsende Individualisierung über mehrere Generationen hinweg beobachtet werden kann, zum anderen, ob die Nutzung von Internet und sozialen Medien zu dieser Entwicklung beiträgt. Verglichen werden je zwei Gruppen von psychisch unbelasteten und belasteten Vertretern aus den drei

Generationen Baby Boomer (1950-1965), Generation X (1966-1980) und Digital Natives (1981-2000). Die Fragestellung wurde mittels eines Mixed-Methods-Designs untersucht. Im ersten Schritt wurden Fokusgruppendifkussionen mit Vertretern der Generationen durchgeführt und qualitativ ausgewertet. Die Ergebnisse wurden zur Entwicklung eines Leitfadenterviews für die zweite Studienphase verwendet. Darin wurden Probanden mit und ohne eine Diagnose aus dem psychosomatischen Behandlungsspektrum der drei Generationen zunächst in einem qualitativen Interview befragt. Diese führten über zwei Tage hinweg ein Protokoll, in dem sie sich in ihrer Mediennutzung selbst beobachteten. Darüber hinaus wurden ihnen quantitative Messinstrumente ausgehändigt, mittels derer die Bereiche Stimmung, Technikakzeptanz sowie Selbstwirksamkeitserwartung abgefragt wurden.

## 2 Theoretische und konzeptionelle Grundlagen

### 2.1 Perspektiven auf die Individualisierung im digitalen Zeitalter

#### 2.1.1 Individualisierung in der Sozialforschung

Mit dem Begriff *Individualisierung* wird ein Prozess beschrieben, der einen tiefgreifenden und bis heute anhaltenden gesellschaftlichen Wandel darstellt. Gemeint ist die wachsende Bedeutung, die dem Individuum zukommt mit seiner biografischen Entwicklung und seinen Bedürfnissen nach Entfaltung und Selbstbestimmung losgelöst von den vormals als wichtiger erachteten Normen und Traditionen, die über Familie, Staat oder Religionszugehörigkeit vermittelt worden waren (Giddens, 1991, Beck, 2016). Die historischen Wurzeln dieser Entwicklung reichen zurück in das Zeitalter der Aufklärung, lassen sich aber bereits bis in die Renaissance hinein zurückverfolgen (Hofmeister, 2013). Am Beispiel der höfischen Gesellschaft beschrieb der Soziologe Norbert Elias den Sozialisationsprozess, der die Entwicklung des Individuums ermöglichte (Elias, 2003). Dieser von ihm als Wandel von der "Wir-Identität" zur "Ich-Identität" (Elias, 2003, S. 210) bezeichnete Prozess zeichnete sich dadurch aus, dass von außen definierte Regeln schrittweise immer mehr von der einzelnen Person getragen und gelebt wurden. Waren beispielsweise vormals strenge Benimmregeln nötig, die das Verhalten des Einzelnen in der Gruppe reglementierten, wurden diese Regeln später vom Individuum selbst internalisiert und als Schamgefühle erlebt, was zu Selbstkontrolle und Beherrschtheit führte. Erst durch diese Eigenschaften konnte das Individuum Elias zufolge die Fähigkeit entwickeln "berechnend und vorausschauend zu handeln und zu planen und darauf zu verzichten sich von Affekten und plötzlichen Bedürfnissen steuern zu lassen" (Rosa et al., 2018, S. 205).

Die Beschreibung von Individualisierungsprozessen wurde von weiteren soziologischen Wissenschaftlern umfassend beschrieben. Der Soziologe Ulrich Beck geht davon aus, dass Individualisierung in Schüben stattgefunden habe, dessen jüngster mit dem steigenden Wohlstand nach den Weltkriegen eingesetzt habe (Beck, 2016, Beck and Beck-Gernsheim, 2009). Beck spricht von einer dreifachen Individualisierung. Diese beinhaltet zum einen eine "Freisetzungsdimension" (Beck, 2016, S. 206), denn das Individuum wird aus traditionellen Mustern und Sozialformen herausgelöst. Es hat heute ungleich mehr Freiheiten als die Eltern- und Großelterngeneration beispielsweise in der Wahl seines Lebenspartners oder seiner Erwerbsarbeit. Allerdings umfasst Individualisierung auch eine "Entzauberungsdimension" (ebd.): Mit der Freiheit geht der Verlust von traditionellen Sicherheiten einher. Schließlich aber zeigt die "Kontroll- bzw. Reintegrationsdimension" (ebd.) neue Sachzwänge auf, dergestalt, dass Individualisierung mit einer starken Abhängigkeit von neuen Standards in den Bereichen Bildung, Ar-

beitsmarkt, Recht usw. einhergehen. Niemand ist frei und individuell, wenn er oder sie es sich nicht leisten kann eine Wahl zu treffen. Was einst Stände aufgefangen haben, wurde später von sozialen Klassen und schließlich als letzte Instanz von der Familie als Institution übernommen.

Individualisierung heute ist nach Beck allerdings eine zweifelhafte Freiheit, wird vielmehr zu Verpflichtung: "In der individualisierten Gesellschaft muss der Einzelne entsprechend bei Strafe seiner permanenten Benachteiligung lernen, sich selbst als Handlungszentrum, als Planungsbüro in Bezug auf seinen eigenen Lebenslauf, seine Fähigkeiten, Orientierungen, Partnerschaften usw. zu begreifen" (Beck, 2016, S. 217). Die Folge dieser Entwicklung ist eine Verschiebung von Schuldzuweisungen auf den Einzelnen, die Beck in seinem Standardwerk "Risikogesellschaft" als neue Formen von persönlichem Risiko beschreibt. Litt der Mensch früher unter Schicksalsschlägen wie Kriegen, Naturkatastrophen oder Krankheiten, sind die Katastrophen heute individueller geworden, "so sind es heute weit eher Ereignisse, die als persönliches Versagen gelten, vom Nicht-Bestehen eines Examens bis zu Arbeitslosigkeit oder Scheidung." (Beck, 2016, S. 218).

Auch Alain Ehrenberg, Soziologe und Leiter der Forschungsgruppe "Psychotropes, Santé mentale, Société" am Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS) in Paris, zeigt diese Schattenseite der zunehmenden Individualisierung auf. In "Das erschöpfte Selbst" macht er die Entwicklungen der Individualisierung für den Anstieg von Depressionserkrankungen verantwortlich.

"Handeln ist heute individuelles Handeln. Es hat keinen anderen Ursprung als den Akteur, der die Handlung ausführt, die er auch allein zu verantworten hat. Die persönliche Initiative steigt an die Spitze der Kriterien, die den Wert einer Person messen" (Ehrenberg, 2015, S. 246).

Seiner Begründung nach lässt die Forderung nach Autonomie die Messlatte für persönliche Erfolge in die Höhe treiben. Depression nennt er die Erkrankung aufgrund der "Last des Möglichen" durch den "Zusammenstoß der unbegrenzten Möglichkeiten mit dem Unbeherrschbaren" (Ehrenberg, 2015, S. 303), seinen Ausführungen zufolge der Depression.

### 2.1.2 Individualisierung und Identität

Das Erleben einer Verpflichtung zur individuellen Biografiegestaltung erfolgt bereits in jungen Jahren, wenn die ersten Weichenstellungen für den späteren Lebensweg vorgenommen werden. Junge Menschen in der Adoleszenz sind hier schon früh einem großen Druck ausgesetzt. Wollen sie von der erstrebenswerten Wahlfreiheit der bestmöglichen Optionen profitieren,

benötigen sie Selbstdisziplin und ein hohes psychosoziales Funktionsniveau. Sie sind aufgefordert eigenständige Entscheidungen zu treffen, Hindernisse zu überwinden, die Verantwortung für ihr Scheitern zu übernehmen und soziale Beziehungen zu pflegen, die sie weiterbringen könnten. Was es zu sammeln gilt, ist die Ressource "Identitätskapital" (*identity capital*), wem es nicht gelingt, wird rasch abgehängt (Cote and Schwartz, 2002, S. 571).

*Identität* bzw. das Erleben des eigenen Selbst entsteht in der Adoleszenz und gleicht nach dem Psychoanalytiker und Entwicklungspsychologen Erik H. Erikson dem letzten psychosozialen Entwicklungsschritt der Ich-Entwicklung. Diese ist mit der Adoleszenz zwar abgeschlossen, zieht sich aber weiter über die gesamte Lebensspanne (Noack, 2010). Für die Entwicklung einer stabilen Identität sind wir auf unsere soziale Umgebung angewiesen. Der amerikanische Sozialphilosoph George Herbert Mead ging noch weiter, indem er postulierte, dass wir ohne unser soziales Umfeld keine stabile Haltung zu uns selbst einnehmen könnten:

"Wir können uns selbst nur insoweit verwirklichen, als wir den anderen in seiner Beziehung zu uns erkennen. Indem der Einzelne die Haltung der anderen einnimmt, ist er fähig sich selbst als Identität zu verwirklichen."  
(Mead, 2013, S. 238)

Wie wir uns selbst sehen, welches Verhältnis wir zu uns selbst annehmen, ist also in hohem Maße davon abhängig, wie andere uns sehen. Diese "anderen" nennt er in seinem Grundlagentext "Geist, Identität und Gesellschaft" (im amerikanischen Original 1934 erschienen) den "verallgemeinerten Anderen", die "organisierte Gruppe oder gesellschaftliche Gemeinschaft, die dem Einzelnen seine einheitliche Identität gibt" (Mead, 2013, S. 196). Diese Haltung des verallgemeinerten Anderen nehmen wir nach Mead bereits im Verlauf der frühesten Kindheit in uns auf und integrieren sie in unser Verständnis von uns selbst, also in unsere Identität. Diese Identität besteht nach Mead aus zwei Komponenten, einem "I" und einem "Me" (in der deutschen Fassung übersetzt als "Ich" und "ICH" (Mead, 2013, S. 217; siehe Hinweise des Übersetzers S. 442)). Das "Me" ist die soziale Komponente der Identität, die übernommenen Haltungen der anderen in das eigene Selbstverhältnis, das "I" ist das spontan handelnde Selbst, das sich seiner selbst immer nur im Rückblick oder eben in der Interaktion mit anderen bewusst werden kann.

Diese soziale Komponente der Identität wurde in vielen sozialwissenschaftlichen Theorien weitergeführt wie zum Beispiel in der soziologischen Rollentheorie. Deren prominentester Vertreter, Erving Goffman, beschrieb in den 1960er Jahren, wie sich Identität in vielfältiger Weise verändert sowie von Stigmatisierung und bedrohlichen Ereignissen beschädigt werden kann (Goffman, 2010a, Goffman, 2010b). Auch für Goffman besteht Identität aus einer sozialen und einer personalen Komponente. Die soziale Identität enthält die bei Mead gesehenen

sozialen Erwartungen der Umgebung und bestimmt das Maß, mit dem wir uns Normen anpassen oder uns von ihnen abheben können. Dabei haben wir immer eine innere Richtgröße im Kopf, die "virtuale soziale Identität", die mit der tatsächlichen, der "aktualen" beständig abgeglichen wird (Goffman, 2010a, S. 10). Ist die Diskrepanz zwischen beidem zu groß, kommt es nach Goffman zu einem Stigma, einem Attribut, das die Unzulänglichkeit und Unfähigkeit des Individuums aufzeigt, den Erwartungen entsprechen zu können, etwa im Falle von Menschen mit einer Behinderung oder einer sozial problematischen Vorgeschichte wie der ehemaliger Häftlinge. Die personale Identität dagegen ist das Selbstverständnis, das wir in unserer Biografie erworben haben. Beides aufeinander abzustimmen erfordert eine hohe Integrationsleistung des Individuums und stellt einen ständigen Balanceakt dar (Krappmann, 1978).

### 2.1.3 Das digital vernetzte Individuum

Die Anforderungen der sozialen Umgebung, um in der Goffman'schen Terminologie zu bleiben die "virtualen sozialen Identitäten" (s.o.), haben sich in den vergangenen Jahrzehnten in hohem Maße verändert. Die Digitalisierung weiter Lebensbereiche hat dazu geführt, dass das Individuum mit seinen Bedürfnissen nach Personalisierbarkeit von Produkten und Dienstleistungen vermehrt in den Fokus wirtschaftlicher Interessen gerückt ist. Dieser Trend ist beispielsweise in der industriellen Produktion zu beobachten, die mit "Industrie-4.0" und dem sogenannten IoT (Internet of Things) vormals langwierige Prozesse beschleunigt und vielfältige individuelle Applikationen ermöglicht wie personalisierte Produktion etwa in der Automobilindustrie (Wang et al., 2017). Im vernetzten Smart Home bestehen neue Möglichkeiten der individuellen Steuerung und Kontrolle von Haushaltstechnik angepasst an persönliche Wünsche (Hubert et al.). Der am wirkmächtigsten betroffene Bereich hinsichtlich des persönlichen Alltags ist jedoch die digitale Kommunikation mit ihren vielfältigen Social-Media Plattformen und Kanälen, die aus dem Alltag inzwischen kaum wegzudenken ist. Marktberichte zeigen, dass in 2019 78 % der Deutschen ein Smartphone besaßen, weitere 16 % ein Handy ohne Internetzugang und nur 6 % überhaupt kein mobiles Endgerät. In den USA besaßen 81 % ein Smartphone, in Süd-Korea sogar 95 % (Taylor and Silver, 2019). Diese tiefgreifenden Veränderungen in den Kommunikationsmöglichkeiten haben vielfältige Wirkungen auf die Identität.

Seit Identitäten auch digital möglich sind, Menschen im Internet in virtuelle Identitäten schlüpfen können (ungleich der eben dargestellten virtualen Identitäten nach Goffman, dessen Begriff lange vor dem Aufkommen des Internet entwickelt wurde) und sich in Foren und Netzwerken mit einem "Avatar" oder einem Profil präsentieren, ist ein regelrechtes "Identitätsmanagement" erforderlich, um die vielfältigen Selbstpräsentationen in den verschiedenen sozia-

len Netzwerken noch überblicken zu können (Münste-Goussar, 2010). Dabei spielt die Möglichkeit, anonym agieren zu können und sich zugleich selbst zu inszenieren eine wesentliche Rolle. Aber das Selbst, das hier aktiv ist, das "Cyber-Selbst" ist vom Selbst der offline-Realität sehr verschieden, denn dieses ist auf permanentes Feedback der sozialen Umgebung angewiesen (Robinson, 2007).

Der Einfluss der Digitalisierung anfangen von den ersten Computern bis hin zur heutigen Social-Media-Kultur wurde von der Soziologin und klinischen Psychologin Sherry Turkle vielfältig untersucht. "I share, therefore I am", lautet nach Turkle das heutige Credo des per SMS, WhatsApp und anderen Messenger-Diensten vernetzten Individuums (Turkle, 2012a, 13:40 min.). Darin sieht sie zum einen das menschliche Bedürfnis, miteinander verbunden zu sein, aber diese Verbindung ist eben eine rein virtuelle, keine authentische menschliche Beziehung: "Human relationships are rich, they're messy and demanding. And we clean them up with technology" (Turkle, 2012a, 7:01 min.), lautet ihre Beobachtung aus zahlreichen Interviews mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen verschiedener Gesellschaftsschichten. Was zählen, sind nicht mehr echte soziale Beziehungen, sondern die Anzahl an Facebook-Freundschaften, die Anzahl an Likes in Netzwerken oder Kommentaren in Foren. Was unterscheidet eine echte Beziehung von einer virtuell geführten? In echten Beziehungen, so Turkle, laufe man stets Gefahr verletzt zu werden, sie sind ambivalent, es gibt weniger Kontrolle darüber, was ich von mir preisgebe und was nicht (zt. n. Drösser, 2011)).

Die Möglichkeit anonym aufzutreten und zu agieren, in virtuelle Rollen zu schlüpfen und sich auszuprobieren wurde erst durch das Internet in seiner vernetzten Form ermöglicht. Lange vor den heute grafisch aufwändigen Onlinespielen gab es erste Foren und Spielflächen, Multi-User Domains genannt (MUDs, früher: Multi-User Dungeons, von ihrer ersten Form "Dungeons and Dragons", einem fantastischen Rollenspiel). Ein Beispiel ist das Programm LambdaMOO, das seit 1990 besteht. Es ist die heute älteste Plattform für eine online community. Es handelt sich um rein textbasierte Programme, in denen viele User eingeloggt sind, die sich untereinander nicht kennen. Über einfache Befehle können sie einen Charakter wählen, eine Identität, ein Geschlecht, Beruf etc. Über Befehle wie "emote: lacht" wird der Charakter mit Leben versehen und tritt in Interaktion mit anderen. Möglich waren damit erstmals virtuelle Rollenspiele von mittelalterlichen Fantasy-Abenteuern bis hin zu Gesellschaftsspielen (Turkle, 1998).

Durch die vielfältigen Möglichkeiten war bald das gesamte Spektrum menschlicher Interaktion auch im MUD zu finden: Von der virtuellen Freundschaft, über das Online-Café, über sexuelle Kontakte mit nicht nachvollziehbarer tatsächlicher sexueller Orientierung, bis hin zur virtuellen Vergewaltigung. Die Welt der Simulation, so Turkle, senkt die Hemmschwellen, die uns im tat-

sächlichen Leben, dem Real Life (RL) davon abhalten zu sein, wer wir vielleicht gerne wären: Aufgeschlossener, mutiger, enthemmter. Für Turkle, die diese Technologien auf der Grundlage von zahllosen qualitativen Interviews in ihrem gesamten Erlebnisspektrum beschreibt, führen diese Möglichkeiten zu einer Identitätskrise des modernen Menschen. Denn das Internet habe zu einer multiplen Identität beigetragen. "Seine Benutzer können sich ein Selbst schaffen, in sie durch viele verschiedene Identitäten vagabundieren" (Turkle, 1998, S. 287). Identität, so Turkle, werde damit zu einem "Repertoire von Rollen, die sich mischen und anpassen lassen und über deren verschiedene Anforderungen verhandelt werden muss." (Turkle, 1998, S. 289)

Damit einher gehen die Beobachtungen von Hartmut Rosa, dessen Arbeiten sich auf die Effekte der technologischen und sozialen Beschleunigung sowie der Beschleunigung des Lebenstempos konzentrieren. Diese sieht er zum Teil als Folge der digitalen Lebenswelten, wengleich technologische Beschleunigung bereits mit den Wellen der Industrialisierung eingesetzt habe (Rosa, 2013). Die Beschleunigung von vormals zeitintensiven Prozessen wie Informationsbeschaffung und Kommunikation hat nach Rosa einen tiefgreifenden Einfluss auf die Beziehung des Menschen zu sich selbst. Die vormals stabilen Identitäten, die Menschen in ihrer Lebensgeschichte aufbauen konnten, sieht er in großer Gefahr zu situativen, fragmentarischen Identitäten zu werden. Bausteine der Identität sind heute freier wählbar, "Kontingenzen in Bezug auf die Gestaltung der eigenen Biografie" werden gesteigert (Rosa, 2005, S. 362). Elemente des Lebens, die früher einmal gewählt und dauerhaft beibehalten werden konnten, werden heute je nach Selbstentwurf regelmäßig gewechselt – von der Wahl des Wohnortes und Berufes bis hin zu scheinbar nebensächlicheren identitätsbildenden Entscheidungen wie Vereinszugehörigkeiten oder Formen von Geldanlagen. Was durch diesen Zeitdruck verloren geht, ist die Fähigkeit "sich langfristig bindende, kontextübergreifende 'Lebenziele' zu setzen" (Rosa, 2005, S. 383).

Tatsächlich hat die jüngste digitale Entwicklung weitere Prozesse beschleunigt. Hinzu kamen Microblogging-Services wie Twitter, Reddit oder Tumblr sowie audio-visuelle Plattformen wie Snapchat oder Instagram, die völlig neue Wege der Selbstdarstellung eröffneten. Die neueste Entwicklung ist dabei das *Story-Telling*. In einer *Story* präsentiert der Nutzer seinen Followern eine kurze Abfolge von Bildern oder Videos aus seinem Alltag und unterlegt diese mit kurzen Kommentaren. Eine Story bleibt immer nur 24 Stunden online, was vermutlich seinen Grund in der Speicherkapazität der Server hat, aber ihre Schnelllebigkeit und Anekdotenhaftigkeit für die Gemeinde der eigenen Follower hervorhebt (Oswald, 2019).



#### 2.1.4 Soziale Medien und psychische Belastungen

Die Nutzung von sozialen Medien wie Plattformen, Foren, Blogs, Instant Messaging und Microblogging-Diensten und deren Folgen für die psychische Gesundheit seiner Nutzer ist Gegenstand aktueller Forschung, deren Ergebnisse sich meist auf Jugendliche und junge Erwachsene beziehen. Unbestritten besteht ein Zusammenhang zwischen exzessiver Internetnutzung bzw. Internetsucht und Einsamkeit bei jungen Menschen zwischen 16 und 26 (Costa et al., 2019) bzw. 15 und 25 Jahren (Savolainen et al., 2020). Auch kann Suizidalität in der Altersgruppe der 10 bis 24-jährigen mit einem exzessivem Gebrauch von sozialen Medien einhergehen (Sedgwick et al., 2019). Wenngleich Menschen mit Suizidgedanken manchmal online-Medien nutzen, um ihre Absichten anzukündigen, dann auf quantitativer Ebene keine Aussage darüber getroffen werden, dass der Gebrauch sozialer Medien allein bereits ein Prädiktor für psychische Belastungen ist (Berryman et al., 2018).

Denn die Folgen einiger Aspekte gerade von Microblogging-Diensten wie Instagram oder Snapchat sind vielschichtig: So wurde gezeigt, dass eine sehr intensive Nutzung von Instagram bei jungen Leuten zu einem negativen Körperbild führen kann, das Essstörungen begünstigt (Turner and Lefevre, 2017, Sidani et al., 2016). In einigen Fällen wurde auch das Suchtpotenzial des Mediums Instagram aufgezeigt (Kircaburun and Griffiths, 2018). Snapchat wiederum zeichnet sich durch eine noch kurzfristigere Nutzung aus, da Fotos oder Videos nur für Sekunden sichtbar sind. Dies führt zu einer sehr flüchtigen Darstellung oft von sexualisierten Inhalten, in denen Jungen sich besonders maskulin darstellen und Mädchen eher abwertende Darstellungen von Sexualität präsentiert bekommen. Die Art und Weise, wie Jugendlichen mit derartigen "Snaps" umgehen, wird unter Jugendlichen zu einer Art "Beziehungs-Währung" (Handyside and Ringrose, 2017, eigene Übersetzung von "relationship currency"). Eine amerikanische Studie mit mehr als 1.200 jugendlichen Probanden zeigte, dass die Nutzung von Instagram und Snapchat zwar häufiger von problematischem Verhalten wie jugendlicher Delinquenz und Schulverweigerung begleitet war, aber auch einen starken sozialen Zusammenhalt zeigte (Vannucci and McCauley Ohannessian, 2019).

Eine Studie mit deutschen Studierenden berichtete positive Zusammenhänge zu psychischer Gesundheit, die dahingehend interpretiert wurden, dass das Teilen von Erfahrungen in Form von Bildern positiv erlebt wurde. Negative Effekte wurden eher bei unpersönlichen, Einsamkeit befördernden Diensten wie Twitter gesehen (Brailovskaia and Margraf, 2018). Auch bieten soziale Medien zahlreiche Möglichkeiten Subgruppen zu vernetzen, die andernfalls kaum Austausch zur Kommunikation hätten wie etwa im Falle von Menschen mit Autismus (Zhao et al., 2019), Stress und Ängsten (Stawarz et al., 2019) oder Opfern von häuslicher Gewalt (Rempel et

al., 2019). Hier wurden die unterstützenden Funktionen von sozialen Medien oder möglichen online-Interventionen hervorgehoben.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass ein Pauschalurteil über die Effekte von sozialen Medien auf psychische Belastungen nicht möglich ist. Die Frage, ob psychische Belastungen in jüngerer Zeit generell vermehrt aufgetreten sind, wie eingangs beispielsweise von Alain Ehrenberg benannt (vgl. Kapitel 2.1.1) wird in der Literatur kritisch beurteilt. Der oftmals unterstellte Anstieg von psychischen Erkrankungen, der in den Medien besonders durch "Fehlzeitenreports" der Krankenkassen in den Blick gerät, wurde empirisch nicht bestätigt. Auch wenn die Zahl der Krankenschreibungen aufgrund von psychischen Störungen in Deutschland ansteigt, bedeutet dies nicht, dass auch die Häufigkeit der Erkrankungsfälle wächst. Vielmehr scheint die Bereitschaft zugenommen zu haben, psychische Erkrankungen als solche wahrzunehmen und zu benennen. Es kam also zu einer Entstigmatisierung, die als "begrüßenswert" interpretiert wurde (Handerer et al., 2018, S. 180). Die eigentliche Prävalenz, beispielsweise der Depressionserkrankungen, ist seit Mitte des 20. Jahrhunderts stabil geblieben. Der weltweite Anstieg der globalen Krankheitslast (global burden of disease), der von der WHO berichtet wird, kann auf steigende Bevölkerungszahlen insgesamt und eine erhöhte Lebenserwartung zurückgeführt werden (Handerer et al., 2018).

Dennoch ist nicht zu verleugnen, dass psychische Erkrankungen trotz der wachsenden Versorgungsqualität durch präventive und therapeutische Angebote nicht seltener werden (Thom et al., 2019). Das Risiko im Laufe eines Lebens an einer Depression zu erkranken, die Lebenszeitprävalenz, liegt national und international bei bis zu 21 % (Lim et al., 2018) und weist hohe Zusatzrisiken auf, wie ein 50 prozentiges Risiko zusätzlich an einer Angststörung an anderen psychischen Belastungen zu erkranken (DGPPN et al., 2015). Von der Depression abzugrenzen ist das Burnout-Syndrom, das nicht im eigentlichen Sinn der Depression zuzuordnen ist und in der International Classification of Diseases (ICD) unter der Ziffer Z.73 "Probleme mit Bezug auf Schwierigkeiten bei der Lebensbewältigung" geführt wird (WHO, 2019). Auch der Begriff Burnout wird seit einigen Jahren vermehrt verwendet, um die Folgen von wachsender Verdichtung der Anforderungen der Arbeitswelt aufzuzeigen (Siegrist, 2018).

Dass Kontexte oder äußere Anforderungen wie sozioökonomische Bedingungen Individualisierungszwänge bedingen können, wurde in einer jüngeren Studie gezeigt, in der narrative Interviews mit etwa 100 Menschen geführt wurden, von denen etwa die Hälfte eine Depressions-, Burnout- oder Bulimiediagnose erhalten hatten. Untersucht wurden "Muster optimierender Lebensführung", die in Lebensweisen mündeten, die teilweise schädigende Beziehungen zum eigenen Körper, instrumentalisierten sozialen Beziehungen und Bindungsverlusten aufwiesen

(King et al., 2018, S. 237 f.). Im Fokus stand das Erleben von hohem psychischem Druck, Erschöpfung und Ängsten zu scheitern als Resultat der überhöhten Optimierungsansprüche an den eigenen Lebenslauf. Auch erlebten die Probanden hohe Anforderungen in ihrer Rolle als Eltern, die von Erwartungen angetrieben wurden, das eigene Kind auf den Konkurrenzdruck der Zukunft vorbereiten zu müssen (King et al., 2018).

Doch auch auf einer körperlichen Ebene besteht für das Individuum ein hoher Leistungsdruck normativen Erwartungen hinsichtlich der eigenen Leistungsfähigkeit zu entsprechen, was zu einem nachweislichen Anstieg der Einnahme psychoaktiver Substanzen zur Leistungssteigerung geführt hat (Seeber and Repantis, 2012). Eine mögliche Ausprägung dieser Optimierungsbestrebungen besteht im so genannten Self-Tracking, das im folgenden Kapitel näher erläutert und mit Beispielen unterlegt wird.

#### 2.1.5 Das quantifizierte Selbst: Self-Tracking

Völlig neue Möglichkeiten der Individualisierung und Personalisierung ermöglichen seit kurzer Zeit die Nutzung tragbarer Messgeräte, mit denen Gesundheitsdaten wie Herzfrequenz, zurückgelegte Schritte oder verbrannte Kalorien in Echtzeit erfasst und getrackt werden können. Diese so genannten *Wearable Devices* erfreuen sich großer Beliebtheit und wurden in 2016 125 Mio. Mal verkauft. Schätzungen gehen davon aus, dass es 2020 mehr als 230 Mio. Geräte weltweit sein werden (Yetisen et al., 2018).

*Self-Tracking* bezeichnet das regelmäßige Messen und Dokumentieren von persönlichen und umweltbezogenen Werten aus verschiedenen Bereichen des Alltags, wie Gesundheit, Fitness oder soziale Aktivitäten. Diese Tätigkeit ist weit älter als die Digitalisierung. Schon lange notieren sich Menschen aus den unterschiedlichsten Gründen medizinische Werte in Tabellen, beispielsweise chronisch Erkrankte oder Spitzensportler. Fast immer geht es dabei um Selbstkontrolle und Nachvollziehbarkeit, etwa im Falle eines simplen Haushaltsbuches, in dem die Ausgaben einer Familie detailliert festgehalten werden. Im Falle des amerikanischen Gründervaters Benjamin Franklin bezog sich das Mitschreiben auf persönliche Tugenden, von denen er 13 für sich selbst als relevant erachtete. In einer Tabelle führte er eine Art moralisches Tagebuch über das tägliche Maß an persönlichen Idealen wie Sparsamkeit, Fleiß, Ordnung usw. (Lerner, Vormbusch, 2016, S. 49).

In den USA werden Zahlen von bis zu 69 % der Erwachsenen berichtet, die mindestens einen gesundheitsbezogenen Wert regelmäßig erfassen (Hilty et al., 2017). Einer kanadischen Studie von 2016 zufolge sind es 66 % von 4.109 Erwachsenen (Paré et al., 2018). Von diesen wieder-

rum nutzen 61 % digitale Technologien. Die verbleibenden Self-Tracker, von den Autoren "traditional self-trackers" genannt, notieren ihre Daten handschriftlich in ein Notizbuch. Die "digital trackers" sind überwiegend männlich, jung und verfügen über einen hohen sozioökonomischen Status. Diejenigen, die traditionell mitschreiben, sind eher weiblich, über 55 Jahre alt und mit niedrigerem Einkommen. Diese letztere Gruppe litt den Autoren zufolge häufiger unter chronischen Erkrankungen.

Werden gesundheits- und verhaltensbezogene Daten nicht mehr manuell erfasst sondern kontinuierlich aufgezeichnet, sprechen einige Autoren von *Lifelogging*. Dies dient weniger der Erreichung konkreter Ziele, wie es beim Self-Tracking der Fall ist. Für Selke bedeutet Lifelogging

"menschliches Leben in Echtzeit zu erfassen, indem Körper-, Verhaltens- und Datenspuren digital aufgezeichnet und zum späteren Wiederaufruf vorrätig gehalten werden ... Damit ist Lifelogging letztlich personalisierte Informatik im Kontext von 'Big Data'" (Selke, 2016, S. 30).

Zur sozialen Bewegung ist die Tätigkeit des Self-Tracking geworden, als erste Online-Communities begannen sich über ihre Werte auszutauschen. Im Jahr 2008 starteten zwei Journalisten des Wired-Magazine, Gary Wolf und Kevin Kelly, die Webseite *quantifiedself.com* und bereits 2016 fanden in 38 Ländern und 119 Städten so genannte QS-meetups statt, auf denen Mitglieder der Bewegung ihre Erfahrungen präsentieren (Neff and Nafus, 2016).

Doch woher kommt dieses Interesse an den eigenen Daten und dient Self-Tracking in jedem Fall der Selbstoptimierung? Dieser Frage ist eine Studie der QS-Bewegung im Jahr 2014 nachgegangen und hat die Gründe und Motive für das Self-Tracking zusammengetragen, die hier in eigener Übersetzung kurz vorgestellt werden:

Tabelle 1: Motive für das Self-Tracking (Choe, E.K. et al. (2014) zt. n. Neff and Nafus, 2016, S. 22, eigene Übersetzung)

Motivation	Subkategorie	Beispiel
Gesundheit verbessern	Einen Zustand heilen oder steuern	Glukose
	Ein Ziel erreichen	Gewicht
	Auslöser finden	Vorhofflimmern
	Eine spezielle Frage beantworten	Niacin-Einnahme (bei Schlafstörungen)
	Beziehungen identifizieren	Bewegung, Gewicht, Muskelmasse und Körperfettanteil
	Gleichgewicht finden	Schlaf, Bewegung, Zeit

Motivation	Subkategorie	Beispiel
Andere Aspekte des Lebens verbessern	Arbeitsleistung steigern	Zeit (für verbessertes Zeitmanagement)
	Achtsamkeit üben	Selbstbeobachtung
Neue Lebenserfahrungen machen	Neugierde befriedigen und Spaß haben	Wortspielereien
	Neues kennenlernen	zurückgelegte Straßen
	Etwas Interessantes lernen	Herzrate (über einen langen Zeitraum)

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass das Ziel der Bemühungen oft, aber nicht immer Selbstoptimierung ist. Manchmal geht es auch um persönliche Neugierde oder das Hinterfragen von "offiziellen" medizinischen Daten.

Wesentlich dabei ist, dass das scheinbar wissenschaftliche Dokumentieren sich an dieser Stelle an genau einem Probanden orientiert: am eigenen Selbst, es handelt sich um "n-of-1-studies" (Neff and Nafus, 2016, S. 30). Doch die anderen, die Vergleichsgruppe spielen durchaus eine Rolle. Die erste Frage, die nach dem Initialisieren von Wearable Devices gestellt wird, ist: Bin ich normal? Unterscheide ich mich von anderen? Sind meine Werte irgendwie besonders?

Gina Neff und Dawn Nafus legen dar, dass der Begriff der Normalität bei dieser Frage nicht präzise definiert ist. Manchmal ist damit das gemeint, was fast alle tun, manchmal aber stellt es einen Idealzustand da. Die wenigsten Tools zum Self-Tracking treffen hier eine Unterscheidung. So ist z.B. die viel zitierte Forderung am Tag 10.000 Schritte zurückzulegen weit über dem Durchschnitt der Normalität und auch weit über Empfehlungen der WHO, sich etwa 150 Minuten pro Woche zu bewegen (WHO, o.D.). Die Frage stellt sich, für wen diese Zahl der 10.000 Schritte gelten soll:

"Should we expect the same number of steps for a seventeen-year-old and a seventy-year-old? The US average is less than in countries where cars are less common, and agricultural people around the world take many many more steps per day that would be considered 'normal' or even 'ideal' in a Western context. Whether their 'normal' is also considered 'ideal' is a value-laden judgement as much as a medical assessment of the physical consequences of overwork." (Neff and Nafus, 2016, S. 40)

Es wird deutlich, wieviel Macht den Entwicklern von Wearable Devices verliehen wird, wenn sie darüber entscheiden, welche Werte angeblich im Normbereich liegen und täglich angestrebt werden sollen. Denn die Grenzwerte, die von den Geräten angezeigt werden, werden von den Nutzern selten in Frage gestellt. Fachleute melden Zweifel an, ob Wearable Devices wirklich die Gesundheitskompetenz seiner Nutzer erhöht (Vamos and Klein, 2018).

Andererseits geht es beim Tragen eines Fitnessarmbands letztlich um mehr als das reine Sammeln von körperlichen Daten. Wearable Devices vermitteln einen "avangardistischen und vernetzten Lebensstil, der gesteigerte Individualität mit gesteigerter Konnektivität verbindet" (Vormbusch, 2016, S. 45). Auch ist Fitness selbst mehr als der körperlich angestrebte Zustand, der mit dem Tragen des Armbandes angestrebt werden soll. Fitness wird zum Ausdruck von Willensstärke und Selbstdisziplin. Sie zu verfolgen zeigt, dass man bereit ist, Verantwortung für den eigenen Körper zu übernehmen und gestaltend auf diesen einzuwirken. "Fitness-Praktiken sind 'success'-Praktiken der Körper- und Selbstermächtigung", die soziale Anerkennung versprechen (Duttweiler, 2016, S. 224).

#### 2.1.6 Zusammenfassende Begriffsbestimmung

Aus der Fülle der vorhergehenden Ansätze ergibt sich die Notwendigkeit die oftmals unscharf verwendeten Begriffe zu definieren und ihre Beziehung zueinander zu verdeutlichen. In der vorliegenden Arbeit wird *Individualisierung* definiert als eine Handlungsorientierung, die sich von kollektiven sozialen Normen und Erwartungen abwendet und am Einzelnen mit seinen persönlichen Entscheidungen ausrichtet (Fuchs-Heinritz et al., 2013). Eine Voraussetzung für den Prozess der Individualisierung auf der individuellen, persönlichen Ebene wird das Vorhandensein einer Identität angenommen. Mit *Identität* ist in dieser Arbeit das kontinuierliche Erleben des eigenen Selbst gemeint, das durch die Übernahme von sozialen Rollen und Gruppenmitgliedschaften ermöglicht wird. Sie kann in Form einer personalen sowie einer sozialen Identität auftreten, anlehnend an die Definition der soziologischen Rollentheorie nach Goffman (vgl. Kapitel 2.1.2).

Leistungsdruck und Wachstumslogiken haben jedoch dazu geführt, dass moderne Biografien mit ihrer Suche nach einer stabilen Identität von einem Zwang zur *Selbstoptimierung* geprägt sind. Darunter wird das Bestreben verstanden, Aspekte des Körpers, der geistigen Leistungsfähigkeit oder des seelischen Befindens an hohen Normvorstellungen und Standards auszurichten und entsprechend steigern zu wollen (Lehmkuhl, 2018). *Self-Tracking* kann dabei eine Ausprägung von Selbstoptimierung sein. Darunter wird das kontinuierliche Erfassen persönlicher Parameter verstanden, die sich ebenfalls auf die drei Kernbereiche Körper (Herzrate, Schrittzähler), geistige Leistungsfähigkeit (Ergebnisse von Konzentrationstests) oder seelisches Befinden (Mood Tracking) beziehen können.

## 2.2 Angrenzende Konzepte im Bereich Individualisierung und Internetnutzung

### 2.2.1 Technikvertrauen und Technikbereitschaft

Die genannten Technologien von Internet und sozialen Medien bis hin zum Self-Tracking setzen voraus, dass zwei Faktoren erfüllt sind: Zum einen muss ein prinzipielles Vertrauen in die Informationsqualität da sein, die von Technologie insgesamt geliefert wird, auch benannt als "Trust in Automation" (Hoff and Bashir, 2015). Dieses Technikvertrauen hängt von Faktoren ab wie der erlebten Zuverlässigkeit, Gültigkeit, Nützlichkeit und Robustheit einer Maschine. Wird das Vertrauen verletzt, sind Menschen leichter bereit einem anderen Menschen zu vergeben, der die eigenen Erwartungen enttäuscht hat, als einer Maschine. Andererseits bezieht sich das Vertrauen einer Maschine gegenüber ausschließlich auf spezifische Funktionen und ihre korrekte Ausführung. Mit wachsender Expertise kann auch "negatives Vertrauen" einer Technologie gegenüber entstehen, da sich beispielsweise ein Programmierer der zahlreichen Bugs in einem System bewusster sein kann als ein normaler Nutzer (Hoffman et al., 2013, S. 86).

Nach Franz Neyer hängt der erfolgreiche Umgang mit Technik davon ab, ob Nutzer diese als persönlichen Vorteil erleben können. Die in diesem Zusammenhang genannte Haltung nennt er "Technikbereitschaft" (Neyer et al., 2012, S. 87). Diese besteht nach Neyer aus drei Facetten, der *Technikakzeptanz*, *Technikkompetenz*- und *Technikkontrollüberzeugungen*. Das Modell der Technikakzeptanz geht zurück auf ein Konzept aus der Wirtschaftsinformatik, dem Technology Accetance Model (TAM), das am Massachusetts Institute of Technology entwickelt wurde (Davis, 1985). Technikakzeptanz hängt nach diesem Modell im Wesentlichen von den Faktoren wahrgenommene Nützlichkeit und wahrgenommene Benutzerfreundlichkeit ab.

Die beiden anderen Facetten der Technikbereitschaft, die Technikkompetenz- und Technikkontrollüberzeugungen, bezeichnen, dass Nutzer sich den prinzipiellen Umgang mit Technologie auch zutrauen müssen und überzeugt sein müssen, mit dem Einsatz dieser Technologie wirksam werden zu können. Hier wird das Konzept der Selbstwirksamkeitserwartung nach Albert Bandura auf den Umgang mit Technik bezogen, das im nächsten Kapitel erläutert wird.

Das genannte TAM wurde vielfach auf Computertechnologie angewandt. Im Bereich der sozialen Medien fand es seine Erweiterung durch Komponenten wie wahrgenommene Bedienfreude (im Original "perceived enjoyment") von sozialen Medien im Allgemeinen (Wirtz and Göttel, 2016, S. 97). Auch spielt die kritische Masse der Größe des sozialen Netzwerkes eine entscheidende Bedeutung bei deren Akzeptanz, die das Spektrum des sozialen Umfeld darstellt, dass mit einem Eintrag etwa in Facebook erreicht werden kann (Rauniar et al., 2014).

Bezogen auf Techniken der Selbstoptimierung, die beispielsweise in der Self-Tracking-Technologie zum Einsatz kommt, wird Technikakzeptanz ebenfalls von weiteren Faktoren beeinflusst, die über die allgemeine Technikbereitschaft hinausgehen. Hier spielen auch Faktoren wie Ästhetik und Innovationsgrad eine Rolle sowie die Erwartung, dass durch die Technologie die persönliche Fitness und das Wohlbefinden gesteigert werden könnten (Pfeiffer et al., 2016). Weitere Faktoren im Zusammenhang mit Wearable Devices sind die Einfachheit in der Bedienung. So werden Aktivitäts-Tracker verhältnismäßig leicht angenommen, da sie parallel ohne großen zusätzlichen Aufwand mitlaufen, Schlaf- oder Ernährungstracker erfordern mehr persönlichen Einsatz, da immer auch aktive Eingaben getätigt werden müssen (Kim, 2014). Zusammengefasst lässt sich feststellen, dass ein Zusammenhang von Technikbereitschaft und Selbstoptimierung insbesondere mittels des Gebrauchs von Self-Tracking-Technologie angenommen werden kann, auch wenn bei letzterer zusätzliche andere Faktoren hinzukommen.

### 2.2.2 Generalisierte Selbstwirksamkeitserwartung

Ob Menschen ein bestimmtes Verhalten zeigen oder nicht, hängt nach dem kanadischen Psychologen Albert Bandura wesentlich davon ab, ob sie erwarten, dieses Verhalten kompetent ausführen zu können. Diese von ihm benannte Selbstwirksamkeitserwartung ("self efficacy", SWE) grenzt er ab von einer reinen Erfolgserwartung (Bandura, 1977). Schließlich können Gründe für die Konsequenzen eines Verhaltens auch außerhalb der Person liegen, beispielsweise kann ein verpasster Termin vom ungünstigen Wetter verursacht worden sein. Die Erwartung der eigenen Selbstwirksamkeit wird davon beeinflusst, welche Erfahrungen das Individuum in der Vergangenheit gemacht hat, welche Erfahrungen bei anderen beobachtet wurden, welches Feedback es zu seinem Verhalten erhalten hat und welcher emotionale Erregungszustand besteht. Hohe emotionale Erregung zeigt sich beispielsweise in Nervosität und führt zu einer niedrigeren SWE, niedrige Erregung, wie innere Ruhe lässt Menschen eher an ein positives Ergebnis der eigenen Handlungen glauben (Schmitt and Altstötter-Gleich, 2010, S. 46 f.)

In den Worten von Albert Bandura:

"Not only can perceived self-efficacy have directive influence on choice of activities and settings, but, through expectations of eventual success, it can affect coping efforts once they are initiated. Efficacy expectations determine how much effort people will expend and how long they will persist in the face of obstacles and aversive experiences. The stronger the perceived self-efficacy, the more active the efforts." (Bandura, 1977, S. 194)



Eine hohe SWE wirkt sich positiv auf alle Bereiche des Lebens aus, die von individuellem Verhalten abhängig sind, wie Sozialverhalten, Lernen, Gesundheit bis hin zur allgemeinen Lebenszufriedenheit (vgl. Rosa, 2016, S. 270 f.) und ist damit Vorbedingung für die Ausgestaltung individueller Lebensentwürfe. Ein Zusammenhang von Identitätsentwicklung und SWE geriet in den Fokus erziehungswissenschaftlicher Forschung mit dem Ziel eine positive Motivation im Schulsetting zu fördern (siehe z.B. Schwarzer and Jerusalem, 2002).

In der vorliegenden Arbeit wird das Konzept der "Generalisierten SWE" (GSWE) aufgegriffen, das über spezifische Verhaltenserwartungen hinausgeht und beispielsweise mit Ich-Stärke und Selbstbewusstsein zusammenhängt (Sherer et al., 1982). Die Konzepte GSWE und die spezifische SWE sind dicht miteinander verknüpft. So wurde in einer japanischen Studie gezeigt, dass Menschen mit einer hohen GSWE, die negatives soziales Feedback erhalten haben, höhere spezifische SWE-Werte erreichten sowie höhere Leistungen erzielten als Menschen mit einer niedrigeren GSWE, die ebenfalls mit negativem Feedback konfrontiert wurden. Darüber hinaus stellt GSWE einen Gegenpol zu psychischer Belastung und als Coping Strategie einen wirksamen Resilienzfaktor bei somatischen Krankheiten dar. Dies wurde vielfach untersucht und konnte beispielsweise im Falle von Multipler Sklerose (Wilski et al., 2019), Herzinfarkt (Kobyłańska et al., 2018) oder Krebserkrankungen (Zhang et al., 2015) gezeigt werden.

Es liegt nahe zu vermuten, dass die SWE in einem positiven Zusammenhang zu Individualisierung stehen sollte. Das Verfolgen eigener Pläne und Ziele setzt die Überzeugung voraus, diese auch wirksam umsetzen zu können. Allerdings ist dies auch in kollektivistisch orientierten Gesellschaften der Fall und SWE ist auch in Gruppen und größeren sozialen Kontexten eine Ressource, um gemeinsame Ziele zu verwirklichen. Bandura selbst verwehrt sich dagegen, dass sein Konzept mit Egoismus und Selbst-Zentriertheit verwechselt wird (Bandura, 2000) und mehrere interkulturelle Vergleiche haben widerlegt, dass SWE in als individualisiert geltenden Gesellschaften des Westens verstärkt vorhanden sei (Bandura, 2008, Wu, 2009).

Allerdings kommt SWE im konkreten Umgang mit Tracking-Technologie eine differenziertere Bedeutung zu, da sie als positiver Einflussfaktor für den Umgang mit gesundheitsbezogenen mobilen Anwendungen gilt (Reychav et al., 2019). Insofern bleibt die Frage unbeantwortet, ob zwischen Individualisierung in ihrer heutigen Ausprägung, die sich auf einem Kontinuum zwischen Selbstfürsorge und Selbstoptimierung bewegt und SWE bzw. in seiner generalisierten Ausprägung GSWE ein Zusammenhang besteht.

## 2.3 Individualisierung und Internetnutzung in den Generationen

Ein wie anfangs erläutertes Anstiegen an Individualisierung über die letzten Jahrzehnte hinweg setzt voraus, dass sich Unterschiede in verschiedenen Generationen finden lassen. Der Begriff "Generation" kann auf zweierlei Weise interpretiert werden. Zum einen kann damit eine familiäre Generation gemeint sein, die üblicherweise in Altersspannen von 25 Jahren definiert wird. Diese Perspektive ist nicht Gegenstand der vorliegenden Studie. Zum anderen kann mit einer Generation ein gesellschaftlicher Zusammenhang gemeint sein, der einen Personenkreis einer bestimmten Altersgruppe umfasst, wie es der Soziologe Karl Mannheim in den 1920er Jahren definiert hat (Steinbach, 2018). Alternativ werden diese gesellschaftlichen Generationen auch als "Kohorten" bezeichnet. Dabei handelt es sich um "eine Population, deren Mitglieder in einem bestimmten Zeitraum das gleiche bedeutsame Lebensereignis erfahren haben" (Fuchs-Heinritz et al., 2013, S. 343), etwa eine Revolution oder eine besondere technische Erfindung. Empirische Studien, die Gemeinsamkeiten und Unterschiede dieser Altersgruppen untersuchen, sind "Kohortenanalysen" (ebd.).

Ein Beispiel für eine bekannte Kohortenanalyse ist die Shell-Jugendstudie, die seit 1953 etwa alle vier Jahre vom Mineralölkonzern Shell herausgegeben und seit 2002 von der Universität Bielefeld verantwortet wird. In dem Buch "Die heimlichen Revolutionäre. Wie die Generation Y unsere Welt verändert" beschreiben zwei der Studienleiter, Klaus Hurrelmann und Erik Albrecht, Veränderungen in den Einstellungen und Grundhaltungen verschiedener Generationen (Hurrelmann and Albrecht, 2014). Sie definieren Generationen als Altersgruppen von jeweils 15 Jahren.

### 2.3.1 Die Generation der Baby Boomer

Der Begriff der "Baby Boomer" stammt aus den USA und bezeichnet die geburtenstarken Jahrgänge der Nachkriegszeit, die in Deutschland im Jahr 1965 mit 1,4 Millionen Kindern ihren Höhepunkt erreichten (Hurrelmann and Albrecht, 2014, S. 21 f.). Hurrelmann bezeichnet die Jahrgänge 1955 – 1970 als Baby Boomer, andere Ansätze lassen die Folgegeneration, die Generation X (siehe unten) bereits Mitte der 60er Jahre beginnen (Haller, 2015). Die Generation der Baby Boomer gilt als die Nachfolgegeneration der 1968er-Generation. Die Jugendlichen dieser Altersgruppe erlebten die Ölkrise 1973, explodierende Benzinpreise, Arbeitslosigkeit sowie die Terroranschläge der RAF. Auch nahm die Konsumgesellschaft in dieser Zeit ihren Anfang, die Baby Boomer kannten die Berichte über Hunger und Armut von ihren Eltern, hatten dies selbst aber nicht mehr erlebt. So konnte sich die Generation der Baby Boomer entfal-

ten, eigene Werte entwickeln und politische Debatten wie "das Private ist politisch" entfachen (Hurrelmann and Albrecht, 2014, S. 21). Heute ist sie die erste Generation, die von der Anhebung des Rentenalters auf 67 Jahre betroffen ist und erlebt die hohen quantitativen Anforderungen von Arbeit bei erhöhtem Tempo als besonders belastend, profitiert aber von einem starkem sozialen Zusammenhalt (Tophoven et al., 2015).

Mit Beginn der sozialen Medien hatten die Baby Boomer den Ruf inne, die Besonderheiten der online Kommunikation nicht immer zu verstehen wie beispielsweise den Gebrauch von Emoticons (Krohn, 2004). Heute nutzen auch sie soziale Medien, wobei sie in ihrem Nutzungsverhalten besonders Blogs für intellektuelle Debatten oder Foren bevorzugen, in denen sie ihre eigenen Erfahrungen teilen können, so eine asiatische Studie (Leung, 2013). Studien aus Westeuropa sind im Hinblick auf Generationsvergleiche eher selten, die genannten Ergebnisse dienen daher nur der Orientierung.

### 2.3.2 Die Generation X

Was in der Generation der Baby Boomer mit der Konsumgesellschaft begonnen hat, wird die so genannte Generation X maßgeblich prägen. Diese wurde benannt nach dem gleichnamigen Roman von Douglas Coupland, der 1991 erschienen ist und eine Generation beschreibt, in der alles erlaubt zu sein scheint und ein Gefühl von Gleichgültigkeit herrscht (Coupland, 1994). Der Soziologe Klaus Hurrelmann beschreibt die Vertreter dieser Generation als "orientierungslos und hedonistisch" (Hurrelmann and Albrecht, 2014, S. 22.) bzw. als "Null-Bock-Generation" (ebd., S. 23), die sich für keine Sache wirklich einsetzen möchte. Ihre Zeit ist gekennzeichnet von einem Rückzug in das Privatleben, politische Ereignisse wie der Fall der Berliner Mauer und die beginnende Globalisierung verunsicherten die damaligen Jugendlichen eher, als dass sie sie zu politischem Engagement geführt hätten. Marken gewannen in dieser Zeit an Bedeutung, so wird die Generation X in Deutschland manchmal auch mit der "Generation Golf" gleichgesetzt, was ebenfalls auf einem Roman basiert, geschrieben von Florian Illies (Illies, 2000). Vertreter dieser Altersgruppe erhalten den wenig schmeichelhaften Ruf unpolitisch, materialistisch und oberflächlich zu sein (Hachtmann, 2008).

Im Hinblick auf das Internet und soziale Medien gelten sie als treibende Kraft hinter allen neuen Medienformaten wie Talkshows, Radioformaten oder eben auch dem Internet (Hachtmann, 2008). Forschungsergebnisse, die sich speziell auf die Generation X und ihr Nutzungsverhalten im Internet und in sozialen Medien beziehen, stammen allerdings aus Indonesien (Hartijasti, 2013) und Hong Kong (Leung, 2013) und sind daher nur bedingt auf westeuropäische Verhält-

nisse übertragbar. In ihnen wird betont, dass die Generation X durch ihre bestehende Berufstätigkeit teilweise etwas weniger fokussiert auf Unterhaltung ist, sich aber ansonsten in ihrer Suche nach sozialem Austausch und Information von der jüngeren Generation nur wenig unterscheidet.

### 2.3.3 Die Generation Y oder die Digital Natives

Etwa zu Beginn der 1980er Jahre sind die ersten Kinder geborgen, die digitale Medien bereits als Heranwachsende erlebt haben und sich heute eine Welt ohne eine Digitalisierung daher kaum noch vorstellen können. Vertreter dieser Altersgruppe haben viele Titel erhalten. Sie sind die "Generation Y" (im Englischen mit "Why" gleichgesetzt, da sie im Ruf stehen vieles in Frage stellen), die "MeMeMe Generation" oder die "Generation Maybe" (Hurrelmann and Albrecht, 2014, S. 13 bzw. S. 34). Sie wird beschrieben als eine Altersgruppe, die sich vieles offen hält, in einer nie zuvor dagewesenen Vielfalt an Optionen lebt und als "Egotaktiker" stets auf der Suche nach der jeweils besten Option bleibt. "Ideale, Normen und Prinzipien helfen da wenig", so Hurrelmann und Albrecht (ebd. S. 32).

Beinahe in Konkurrenz zum Begriff Generation Y steht die Bezeichnung *Digital Natives*, der von den Juristen John Palfrey und Urs Gasser geprägt wurde. Beide forschen am Berkman Center for Internet and Society in Harvard (Palfrey and Gasser, 2011). Für sie verändert das digitale Zeitalter nicht nur die Identität und das Selbstverständnis der jüngsten Generation, vielmehr verändere sich die Natur von Identität selbst.

"The nature of identity is changing in the twenty-first century. These changes affect not just Digital Natives and other young people, but everyone living in wired societies. Digital Natives are absolutely right not to distinguish between 'online' and 'offline' identities. Increasingly, the identity of just about anyone living in a digital era is a synthesis of real-space and online expressions of self. And increasingly, what matters most is one's social identity, which is shaped not just by what one says about oneself and what one does in real space but also by what one's friends say and do." (Palfrey and Gasser, 2011, S. 36)

Damit wird anschaulich ausgedrückt, dass die soziale Identität, die bereits in Kapitel 2.1.2 beschrieben wurde, eben nicht nur von dem eigenen Verhalten und den eigenen Sichtweisen abhängt, sondern in starkem Maße von den Meinungen und Ansichten des Freundeskreises, der heutzutage online vernetzt ist. In diesem Zusammenhang waren das Bedürfnis nach sozialem Austausch sowohl in den genannten asiatischen Studien (Hartijasti, 2013, Leung, 2013) als auch in Untersuchungen im deutschen Raum vorrangig für diese Generation. Letztere konstatierte, dass junge Menschen, die sich oft in sozialen Medien aufhalten, auch hohe Werte an

Selbst-Bewusstsein, Lebenszufriedenheit und sozialer Unterstützung aufweisen (Brailovskaia and Margraf, 2018), allerdings auch über ein gewisses Maß an Narzissmus (Brailovskaia and Bierhoff, 2019).

#### 2.3.4 Die Generation Z

Die Altersgruppe schließlich, die nach 2000 geboren wurde, wird als Nachfolgegeneration von "Y" bereits mit dem "Z" gleichgesetzt und befindet sich heute (Stand 2020) zu großen Teilen noch im Jugendalter. Nach Hurrelmann ist diese Generation im Begriff sich politisch wieder stärker einzusetzen und mit Selbstbewusstsein an die Herausforderungen der Zukunft heranzutreten, wobei er sich auf World Vision Kinderstudien nach dem Modell der Shell-Jugendstudien beruft (Hurrelmann and Albrecht, 2014, S. 26 f.). Als Beleg könnte hier die "Fridays for Future"-Bewegung angeführt werden, die von der jugendlichen Klima-Aktivistin Greta Thunberg, damals 15 Jahre alt, im August 2018 ins Leben gerufen wurde (Hecking, 2018). Aus dem Blickwinkel der Individualisierung heraus befindet sich die Identitätsentwicklung der Generation Z gerade im vollen Gange, die zu beobachten eine eher entwicklungspsychologische Frage wäre und damit den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde.

## 2.4 Fragestellung und Annahmen

Die vorliegende Studie untersucht den Einfluss der Verfügbarkeit von Information über soziale Vergleichswerte durch das Internet und soziale Medien auf das Selbstkonzept der Alterskohorten 1950 bis 1965 (Baby Boomer), 1966 bis 1980 (Generation X) und 1981 bis 2000 (Digital Natives). Die Entscheidung für die Altersgrenzen orientiert sich am Begriff *Digital Native*, der nach Palfrey und Gasser auf die Gruppe der nach 1980 geborenen angewendet wird (Palfrey and Gasser, 2011). Die beiden anderen Generationen wurden aus forschungspragmatischen Gründen in 15-Jahresschritten historisch zurückdatiert.

Wesentliches Ziel der Studie ist die Beantwortung der folgenden Forschungsfragen (F):

F 1: Ist eine fortschreitende Individualisierung über mehrere Generationen hinweg beobachtbar?

F 2: Trägt die Nutzung von Internet und sozialen Medien zur Individualisierung bei?

Es wird davon ausgegangen, dass sich das Bemühen um Individualisierung auf einem Kontinuum zwischen positiv erlebter Selbstfürsorge und dem Wunsch nach Selbstoptimierung bewegt, der psychischen Druck ausüben kann. Im unmittelbaren Anschluss an die Forschungsfragen werden daher zwei wesentliche Hypothesen bzw. Hauptannahmen (HA) getroffen:

HA 1: Individualisierung ist im Generationenvergleich bei jüngeren Menschen stärker als bei älteren zu beobachten.

HA 2: Individualisierung, in der Form des Wunsches nach Selbstoptimierung, geht mit psychischen Belastungen einher.

Weiter werden aus den angrenzenden Konzepten, die oben dargestellt wurden, Modelle aus der Psychologie zur Erklärung hinzugezogen und folgende Nebenannahmen (NA) formuliert:

NA 1: Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen Technikbereitschaft und dem Wunsch nach Selbstoptimierung.

NA 2: Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen einer generalisierten Selbstwirksamkeitserwartung und Individualisierung.

Aus diesen Haupt- und Nebenannahmen ergeben sich explorative Anschlussfragestellungen an die erwarteten Ergebnisse. Zu HA 1: Es wird ein negativer Zusammenhang zwischen Alter und Individualisierung erwartet. Jüngere Menschen sollten also stärker von dem Wunsch, sich individuell weiter zu entwickeln in ihren Entscheidungen geleitet werden als ältere. Hier gilt es verschiedene relevante Bereiche von Selbstoptimierung zu identifizieren wie Körper, Psyche, soziales Umfeld usw.

In HA 2 wird ein möglicher positiver Zusammenhang zwischen Individualisierung in der Form von Selbstoptimierung und psychischer Belastung formuliert. Sollte die erste Annahme (HA 1) zutreffen, schließt sich die Frage unmittelbar an, ob sich jüngere Probanden in ihrer psychischen Belastung von älteren unterscheiden und welcher Art dann der Zusammenhang zu Individualisierung charakterisiert werden kann. Führt der Wunsch nach Selbstverbesserung zu Einsamkeit? Wie wird Individualisierung erlebt, sehen die Probanden es als positive Selbstfürsorge oder empfinden sie einen Optimierungsdruck?

Selbstoptimierung geht mit Technikbereitschaft einher, so wird es in NA 1 behauptet. Es ist hier wahrscheinlich, dass ein negativer Zusammenhang zwischen dem Alter der Probanden und ihrer Technikbereitschaft besteht. Das Alter übernimmt hier die Rolle einer moderierenden Variablen. An dieser Stelle ist die Frage relevant, wie sehr und aus welchen Gründen ältere Menschen gesundheitsbezogene Information aus Wearable Devices nutzen.

Individualisierung ist nach NA 2 mit einer erhöhten generalisierten Selbstwirksamkeitserwartung assoziiert. Generalisierte Selbstwirksamkeitserwartung (GSWE) gilt als positiver Schutzfaktor gegen psychische Belastungen (vgl. Kapitel 2.2.2), daher besteht ein unmittelbarer Zusammenhang zur HA 2. GSWE sollte daher in einem negativen Zusammenhang zu psychischer Belastung stehen.

### 3 Methoden

Bei der vorliegenden Untersuchung handelt es sich um eine monozentrische Querschnittstudie im Mixed-Methods-Design, die von Mai 2018 bis August 2019 am Universitätsklinikum Heidelberg durchgeführt wurde. Im Folgenden soll der Ablauf dieser Studie in einem groben Überblick vorgestellt werden, bevor im Einzelnen auf die gewählten Methoden, die Stichprobe und die Auswertungsstrategie eingegangen wird.

#### 3.1 Studienablauf

Die Studie wurde in zwei Phasen durchgeführt (siehe Abbildung 1). Zunächst wurden 6 Fokusgruppen mit je 4-8 Teilnehmern aus drei Generationen bzw. Kohorten gebildet, die zum Thema Internet und soziale Medien und ihre Auswirkungen auf das Selbstkonzept diskutierten. In dieser ersten Phase wurde noch nicht nach dem Vorhandensein einer Diagnose aus dem psychosomatischen Behandlungsspektrum gefragt. Untersucht wurden die drei Kohorten: *Baby Boomer* (1950-1965), *Generation X* (1965-1980) und *Digital Natives* (1981-2000). Das methodische Vorgehen während der Durchführung der Fokusgruppen bis hin zur Auswertungsstrategie des qualitativen Materials wird im Kapitel 3.2 beschrieben. Die Ergebnisse der Fokusgruppen bildeten die inhaltliche Grundlage für den Interviewleitfaden, der in den darauffolgenden Interviews in Phase II verwendet wurde. Im Rahmen der Mixed-Methods-Terminologie entspricht dieses Vorgehen einem exploratorisch-sequentiellen Ansatz, der dazu dient, das Themenfeld mittels eines rein qualitativen Vorgehens zunächst zu eruieren und im weiteren Verlauf der Studie mittels weiterer Daten in die Tiefe zu gehen (Creswell, 2015).

Im zweiten Schritt, der Phase der Interviews, wurden 47 Probanden aus den drei Kohorten quantitativ und qualitativ befragt. Unter diesen Probanden befanden sich jeweils Probanden ohne und mit einer Diagnose aus dem psychosomatischen Behandlungsspektrum, etwa einer Depression oder Angsterkrankung, die innerhalb der letzten drei Jahre diagnostiziert worden war (im Folgenden OD und MD genannt; Details zur Rekrutierung dieser Probanden sind in Kap. 3.3.2 näher erläutert).

Zunächst wurden die Probanden in einem halb-standardisierten Leitfadeninterview zu ihrer Nutzung von Internet und sozialen Medien befragt. Im Anschluss haben sich die Probanden über zwei repräsentative Tage hinweg in ihrer Mediennutzung selbst beobachtet und in einem Protokoll die Ergebnisse notiert. Interview und Protokoll wurden auf der Basis der Ergebnisse der Fokusgruppen-Diskussionen entwickelt. Dieses Protokoll wurde in Papierform ausgegeben.



Darin wurde der Frage nachgegangen, in welcher Weise, in welchem Ausmaß und zu welchem Zweck Internet und soziale Medien genutzt wurden und wie die einzelnen Aktivitäten erlebt wurden.

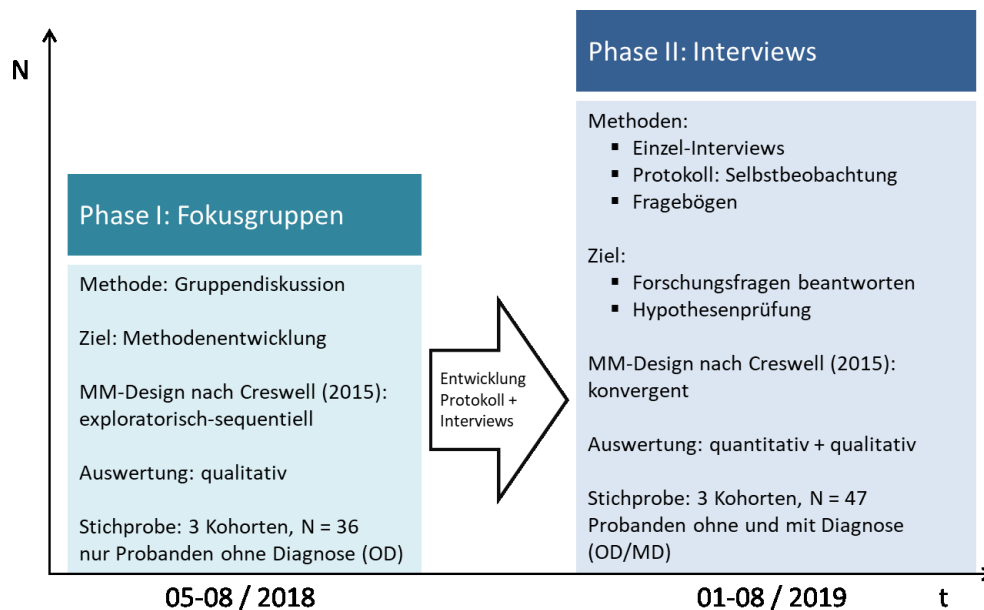


Abbildung 1: Schematische Darstellung der Studienphasen mit Zuordnung der Methodik im Rahmen des Mixed-Methods-Designs (im Bild verkürzt: MM-Design) in Anlehnung an Creswell (Creswell, 2015).

Zusätzlich erhielten alle Probanden Fragebögen über die Themenbereiche Psychische Belastung, Technikbereitschaft und Generalisierte Selbstwirksamkeitserwartung. Details zur Durchführung der Phase II werden in Kapitel 3.3 näher beschrieben.

Die Mixed-Methods-Terminologie vergibt hier den Begriff "konvergentes Design", da qualitative und quantitative Daten gesammelt, je nach Datengrundlage unterschiedlich ausgewertet, dann aber in der Interpretation gemeinsam berücksichtigt werden (Creswell, 2015). Die gesamte Studie ist daher eine Kombination aus exploratorisch-sequentiell und konvergentem Design. Beide Phasen werden im Ergebnisteil getrennt dargestellt. Dies entspricht den Publikationsempfehlungen für Mixed-Methods-Designs (Fetters and Freshwater, 2015, Creswell, 2015, s. 94).

Die Studie wurde der Ethikkommission Heidelberg zur berufsrechtlichen Beratung vorgelegt. Mit der Rekrutierung wurde erst begonnen, als das Votum vorlag (S-039/2018). Die Studie wurde vorab beim Deutschen Register Klinischer Studien registriert mit dem Titel: Zwischen Selbstfürsorge und Selbstoptimierung: Zur Wirkung von Internet und sozialen Medien auf die Identität psychisch belasteter und unbelasteter Menschen im Generationenvergleich (DRKS-ID: DRKS00014815).

## 3.2 Phase I: Fokusgruppen

### 3.2.1 Zur Methode der Fokusgruppen-Diskussion

Fokusgruppen sind ein moderiertes und strukturiertes Gruppendiskussionsverfahren, das in der qualitativen Sozialforschung sowie in medizinischen Kontexten zunehmend Verbreitung findet. Es eignet sich sehr gut, um "gruppenspezifische Wahrnehmungs-, Deutungs- und Bewertungsmuster zu erforschen" (Zwick and Schröter, 2012, S. 24). Der Begriff geht zurück auf Merton und Kendall, die diese Methode Ende der 1940er Jahre für die Kommunikations- und Medienforschung entwickelten. In einer "focus group" bzw. einem "focus group interview" ging es bei ihnen darum, Material aus einer Gruppe zu gewinnen, der ein bestimmter Stimulus, beispielsweise ein Film, ein Bild oder eine andere Information präsentiert wurde. Die möglichst unbeeinflusste Gruppe sollte im Hinblick auf den Stimulus reagieren, das Material, das dabei entstand, diene als Quelle für weitere Forschungsfragen (Przyborski and Riegler, 2010). Merton und Kendall entwickelten die Methode, als sie die Wirkung von Propagandasendungen auf Gruppen untersuchten (Kruse, 2018). Später wurde die Methode von der Marktforschung, aber auch von der Umweltforschung und Politikwissenschaft aufgegriffen. In der Sozialforschung wird sie oft in Multi Methods-Designs eingesetzt, um quantitative Erhebungen vorzubereiten (Schulz, 2012). In der vorliegenden Arbeit wird, wie in Kapitel 3.1 dargestellt, eine ähnliche Strategie verfolgt. Ziel der Fokusgruppen ist es einen Leitfaden für die qualitativen Interviews mit einzelnen Probanden zu entwickeln sowie ein Kategoriensystem zu erarbeiten, das für die Auswertung dieser Einzelinterviews genutzt werden kann.

Während in der Marktforschung eine Gruppengröße von 10-12 Teilnehmern üblich ist, wird oft darauf hingewiesen, dass diese Anzahl zu groß ist (Zwick and Schröter, 2012, S. 30, Tausch and Menold, 2015). In nicht-kommerziellen Kontexten gilt eine Größe von 5-8 Teilnehmer als optimal (Krueger and Casey, 2014). Größere Gruppen neigen zu bilateralen Gesprächen untereinander, die nicht mehr ausgewertet werden können, kleinere Gruppen haben ein zu kleines Erfahrungsspektrum.

Unterschiedlich bewertet wird die Frage, ob die Gruppe homogen oder heterogen zusammengesetzt sein sollte. Heterogene Gruppen haben den Vorteil, ein möglichst breites Spektrum an Themen abzudecken, dies geht jedoch "zu Lasten der Tiefe" (Zwick and Schröter, 2012, S. 30), die in einer homogenen Gruppe erreicht werden könnte. Insbesondere in der Gesundheitsforschung wird empfohlen, eine eher homogene Gruppe zu wählen. Besonders auf Hierarchien innerhalb einer Gruppe sollte dringend verzichtet werden (z.B. Ärzte und Patienten gemein-

sam). Geschlechtshomogenität sollte ab einem Alter von 60 Jahren angestrebt werden (Tausch and Menold, 2015).

### 3.2.2 Rekrutierung der Fokusgruppen-Teilnehmer\*innen

Untersucht wurden die drei Kohorten: *Digital Natives* (1981-2000), *Generation X* (1965-1980) und *Baby Boomer* (1950-1965). Aus jeder Generation wurden zwei Gruppen gebildet. Die Generation ab 1981 wurde im studentischen Umfeld am Universitätsklinikum Heidelberg rekrutiert. Weitere Teilnehmer wurden über Aushänge im Klinikum gewonnen. Unter den Teilnehmern befanden sich keine Patienten. Alle Teilnehmer erhielten eine Aufwandsentschädigung.

### 3.2.3 Ablauf der Fokusgruppen-Diskussion

Aufgrund der Vorüberlegungen wurde in der vorliegenden Arbeit entschieden, altershomogene Gruppen von max. 8 Teilnehmern zu wählen, d.h. Gruppen, die jeweils aus den Altersgruppen Baby Boomer, Generation X oder Digital Natives stammen. Geschlechtshomogenität wurde entgegen den Empfehlungen aus der Literatur auch für die ältere Generation nicht angestrebt, vielmehr wurde, wenn möglich auf eine gleiche Verteilung der Geschlechter pro Gruppe geachtet. Leider wurde dies aus organisatorischen Gründen nicht immer eingehalten.

Der Diskussionsverlauf folgte einem standardisierten Vorgehen. Nach einer Einführung in Thema und Diskussionsregeln, gab es eine kurze Vorstellungsrunde, die aber aus Gründen der Anonymität noch nicht aufgezeichnet wurde. Dann wurden fünf Bilder auf einem Flipchart präsentiert, das die Überschrift "Ich und meine Geräte" trug. Gezeigt wurden Abbildungen von einem PC, Laptop, Tablet, einem Smartphone und einer Smartwatch, die um einen neutralen Nutzer herum gruppiert waren. Die Bilder wurden in beliebiger Reihenfolge präsentiert (siehe beispielhaft Abbildung 2).



Abbildung 2: Bildmaterial für die Fokusgruppen-Diskussionen (Quelle siehe S. 118)

Den Einstieg zur Diskussion bildete die Frage: "Welches dieser Geräte benutzen Sie regelmäßig in Ihrem Alltag?" Diese Frage hatte die Funktion eines Ice-Breakers, um die angekommenen Teilnehmer zur Diskussion zu ermuntern.

Im Anschluss wurden die nachstehenden Fragen von der Moderatorin zur Diskussion gestellt. Mit Ausnahme der ersten beiden Fragen, wurde die Reihenfolge der Fragen situationsange-

messen variiert. Die Zusatzfragen dienten als Füllmaterial, falls die Diskussion ins Stocken geraten sollte und wurden optional gestellt.

- (1) In welcher Weise und in welchem Ausmaß spielen die so genannten neuen Medien, also Computer, Internet und mobile Endgeräte eine Rolle für Sie in Ihrem Alltag? Wie viele Stunden sind Sie online? (privat)
- (2) Welche Funktion haben diese Medien für Sie in Ihrem Alltag?  
(Anmerkung) Gemeint ist der persönliche Alltag, nicht unbedingt der berufliche
- (3) Welche Plattformen nutzen Sie (Facebook, Twitter, Instagram, Discord, youtube, Snapchat, WhatsApp etc.) und zu welchem Zweck?
- (4) Mit welchen Personen kommunizieren Sie dort? Sind Sie in Gruppen aktiv? Mit Familie? Freunden? Kollegen?
- (5) Haben Sie das Gefühl, dass sich ihre Kommunikation mit diesen Menschen durch die Plattformen / Medien verändert hat?  
(Zusatzfrage) Schreiben Sie Briefe? oder längere E-Mails?
- (6) Wie sieht es aus mit der Kommunikation mit sich selbst? Nutzen Sie die Kalenderfunktionen? Führen Sie ein Tagebuch?
- (7) An welchen Stellen dienen diese Medien Ihrer persönlichen Weiterentwicklung? Das kann, muss aber nicht beruflicher Natur sein. Es kann sich auch um Bereiche wie Hobbies, Gesundheit, Freundschaftspflege handeln.  
(Zusatzfrage) Welche Bereiche fallen Ihnen noch ein?  
(Zusatzfrage) Tragen Sie einen Fitness-Tracker? Oder dokumentieren Sie persönliche Zahlen zu ihrer Gesundheit, ihrer Psyche, ihrem Verhalten (Beispiel Haushaltsbuch, Ernährungstagebuch)? Das kann, muss aber nicht online sein.
- (8) Gibt es Bereiche der persönlichen Weiterentwicklung, die nichts mit Medien zu tun haben?
- (9) Letzte Frage: Wenn Sie einen Blick in die Zukunft werfen. Was glauben Sie, wird die nachfolgende Generation für Herausforderungen im Hinblick auf Internet, soziale Medien und Endgeräte meistern müssen?  
(Zusatzfrage) Wie wird diese Generation dabei mit sich selbst umgehen?

Die Runde endete mit der Frage: "Gibt es noch irgendetwas, was für Sie wichtig und bedeutsam ist, was hier noch nicht zur Sprache gekommen ist?"

### 3.2.4 Auswertungsstrategie Fokusgruppen

Die im Folgenden beschriebene Auswertungsstrategie wurde anhand der Methodenliteratur ausgearbeitet und auf die Fokusgruppen-Diskussionen angewandt, um später in den Einzelinterviews erneut Anwendung zu finden. Alle Gespräche wurden transkribiert und mit MAXQDA (VERBI, 2016) ausgewertet. Ein eigenes Protokoll der Moderatorin diente als Hilfe für schwer verständliche Passagen.

Die anschließende Auswertung des qualitativen Textmaterials erfolgte gemäß der induktiven Kategorienbildung nach Mayring (Mayring, 2016, Mayring, 2015). Der erste Schritt der Kategorienbildung besteht nach dieser Methode darin, zunächst ein deduktives Selektionskriterium für die Kategorienbildung zu finden. Ebenso muss das Abstraktionsniveau für die zu bildenden Kategorien festgelegt werden. Im Anschluss werden dann Kategorien induktiv, d.h. eng am Material orientiert, definiert. Dieser Prozess wird auch als Codierung bezeichnet (Mayring, 2015), daher werden in der gesamten Arbeit die Begriffe "Kategorie" oder "Code" synonym verwendet. In den vorliegenden Gruppendiskussionen bildeten einerseits das emotionale Erleben, andererseits der Umgang mit dem eigenen Selbst, die Fokussierung auf das Individuum im Kontext von Internet und sozialen Medien je ein Selektionskriterium, an dem sich die Kategorienbildung orientierte. Das Abstraktionsniveau wurde eher niedrig gewählt, sodass auch Kategorien wie "Misstrauen", "Abhängigkeit" oder "Angst vor kommerziellen Interessen" vergeben wurden. Damit wurde angestrebt, der Vielschichtigkeit der Emotionen und Sichtweisen gerecht zu werden. Besonders komplexe Textstellen wurden mehrfach codiert. Mayring schlägt weiter vor, nach Durchlauf von 10-50 % des Materials keine weiteren Kategorien mehr zu vergeben, diese zu überarbeiten ggf. zusammenzufassen und dann im einmal definierten Kategoriensystem zu verbleiben (vgl. Mayring, 2015, S. 86). Der verwendete Auswertungsleitfaden mit Definitionen der Kategorien, Subkategorien und Ankerbeispielen befindet sich im Anhang Methoden (Kap. 12.1.2).

Die Methode der induktiven Kategorienbildung erlaubt, einfache Quantifizierungen wie Häufigkeiten oder Prozentzahlen vorzunehmen (vgl. Mayring, 2015, S. 87). In der vorliegenden Arbeit wurde sich auf einfache Häufigkeiten beschränkt, um einen Eindruck von der Schwerpunktsetzung der einzelnen Generationen zu erhalten. Da die einzelnen Gruppen in ihrer Größe variieren, wird die Gruppengröße immer mit angegeben, um diese Häufigkeiten nicht falsch zu interpretieren.

Die Ergebnisse werden in Kapitel 4.1 berichtet. Neben der Darstellung der qualitativen Analyse in 4.1.3 werden demografische Daten in 4.1.1. und der Besitz internetfähiger Geräte in 4.1.2 in Häufigkeiten und Prozentzahlen aufgeführt.

### 3.3 Phase II: Interviews

#### 3.3.1 Fallzahlplanung

In den Einzelinterviews und der anschließenden Selbstbeobachtungsphase wurde eine Stichprobe von 45 – 60 Probanden angestrebt, was einer Gruppengröße von mindestens 15, maximal 20 Probanden pro Generation entspricht. Diese Zahl ist ein Kompromiss, um den Anforderungen der Mixed-Methods-Forschung gerecht zu werden. Diese fordert für ein konvergentes Design, wie es in Phase II gewählt wurde, dass die Probanden, die am qualitativen Teil teilnehmen aus derselben Stichprobe kommen sollten wie diejenigen, die die quantitativen Instrumente beantworten (Creswell, 2015, S. 77). Qualitative Interviews allein werden üblicherweise mit deutlich niedrigeren Teilnehmerzahlen durchgeführt, bei narrativen Interviews etwa mit 5-10 Probanden, bei inhaltsanalytischen Studien, wie der vorliegenden, mit weniger als 20 (Köhler and Frommer, 2011). Dem steht entgegen, dass dadurch einige statistische Testverfahren an Aussagekraft verlieren. Für Gruppenvergleiche im Sinne einer Varianzanalyse (analysis of variance, ANOVA) mit 3 Gruppen würde man bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von  $\alpha = .05$ , einer Teststärke von  $1-\beta = .80$  etwa 50 Probanden pro Gruppe für eine sinnvolle Aussage benötigen (Faul et al., 2007). Für die gewählte Stichprobengröße in der vorliegenden Studie liegt bei den statistischen Tests eine entsprechend geringe Sensitivität vor. Nur Effekte von mindestens  $f = .47$  erlauben eine Aussage bzgl. eines Gruppenunterschieds. Nach Cohen wäre dies bereits ein starker Effekt ( $f = .10$  entspricht einem kleinen Effekt,  $f = .25$  einem mittleren und alles über  $f = .40$  einem starken Effekt) (Cohen, 1988). Für korrelative Zusammenhänge gilt (ebenfalls nach Cohen)  $r = .10$  als schwacher,  $r = .30$  als mittlerer und  $r = .50$  als starker Effekt. Bei der vorliegenden Stichprobengröße gelten Korrelationen ab  $r = .39$  als ausreichender Effekt, um eine mögliche Hypothese prüfen zu können (Faul et al., 2007).

#### 3.3.2 Rekrutierung der Interviewteilnehmer\*innen

Von Januar 2019 an wurden die Probanden für die Interviews über Aushänge am Universitätsklinikum Heidelberg und den psychosomatischen Stationen und Ambulanzen, E-Mail-Verteiler sowie durch persönliche Ansprache rekrutiert. Die Probanden wurden zu vergleichbaren Anteilen aus den drei Kohorten *Digital Natives* (1981-2000), *Generation X* (1965-1980) und *Baby Boomer* (1950-1965) zusammengestellt. In jeder Kohorte wurden jeweils Menschen mit und ohne eine ärztliche Diagnose aus dem psychosomatischen Behandlungsspektrum (beispielsweise einer Depression oder einer Angststörung) befragt. Als Zeitraum für eine Zuweisung zur Gruppe derer mit einer Diagnose wurden drei Jahre veranschlagt, innerhalb derer die Diagnose

gestellt worden war. Dies musste nicht notwendigerweise bedeuten, dass diese Menschen auch in einer laufenden Behandlung waren, daher wird in der vorliegenden Arbeit nicht von "Nicht-Patienten" und "Patienten" berichtet sondern von Probanden ohne und mit Diagnose (im Folgenden OD und MD genannt). Die Angaben wurden vorab per E-Mail bei den Personen erfragt, die nicht ohnehin auf den psychosomatischen Stationen in Behandlung waren. Psychotische Erkrankungen sowie akute Suizidalität wurden erfragt und von der Teilnahme ausgeschlossen. Die Probanden, die keine derart definierte Diagnose hatten, wurden unabhängig von eventuellen anderen, rein körperlichen Erkrankungen als "Ohne-Diagnose" behandelt (im Folgenden OD genannt). Allen Teilnehmern wurde für das Interview, das Selbstbeobachtungsprotokoll und die Bearbeitung der vier Fragebögen eine Aufwandsentschädigung angeboten. Der Besitz eines Smartphones war keine Voraussetzung für die Teilnahme an der Studie, wohl aber die Nutzung des Internets im Allgemeinen.

### 3.3.3 Ablauf der Interviews

Die Interviews folgten einem halbstandardisierten Leitfaden. Im Mittel waren sie zwischen 15 und 25 Minuten lang. Zunächst wurde derselbe visuelle Einstieg gewählt wie in den Fokusgruppen (vgl. Abbildung 2 in Kapitel 3.2.3, S. 29), allerdings wurden die Bilder nicht auf ein Flipchart geheftet, vielmehr wurden sie den Teilnehmenden auf einem Tisch in beliebiger Reihenfolge vorgelegt. Die ersten Fragen lauteten daher: "Welches dieser Geräte benutzen Sie regelmäßig in Ihrem Alltag?" und "Wie hoch schätzen Sie die Dauer ein, mit der Sie täglich mit diesen Geräten online sind?" Die Ergebnisse wurden in einer Tabelle erfasst.

Im Unterschied zu den Fokusgruppen wurde jeder Interviewpartner nach der Nutzung konkreter sozialer Netzwerke wie WhatsApp, Instagram, Facebook etc. befragt.

Das nachfolgende Interview enthielt diese Fragen:

- (1) Welche Funktionen nutzen Sie besonders häufig in Ihrem Alltag? Gibt es Plattformen, die Sie regelmäßig aufsuchen?  
(Anmerkung) Gemeint ist der persönliche Alltag, nicht unbedingt der berufliche
- (2) Seit wann nutzen Sie diese Medien? Gibt es einen Startpunkt in Ihrem Leben?
- (3) Hat sich der Umgang mit den Medien in letzter Zeit verändert?
- (4) Wie erleben Sie persönlich Internet und soziale Medien in ihrem Alltag?
- (5) Welche Rolle spielen die so genannten "anderen" dabei? Gibt es Bekannte, Freunde, Kollegen oder Verwandte, die Sie in ihrem Umgang mit den Medien prägen und in welcher Weise ist das geschehen oder geschieht es noch?

- (6) Nutzen Sie einen Fitness-Tracker, Fitness-Apps oder dokumentieren Sie andere gesundheitsbezogene Werte über sich selbst? Weitere Werte? (Beispiel Haushaltsbuch, Tagebuch, Stimmung). Aus welchem Gründen?

Die Interviews endeten mit der Frage "Gibt es noch irgendetwas, was für Sie wichtig und bedeutsam ist, was hier noch nicht zur Sprache gekommen ist?"

### 3.3.4 Selbsteinordnung auf einer Visuellen Analogskala (VAS)

Im nächsten Schritt sollten sich die Probanden zu drei Aussagen selbst einordnen und dabei den heutigen Zeitpunkt mit dem Jahr vergleichen, das sie in Frage (2) als Startpunkt ihrer Internetnutzung genannt hatten. Dieses war während des Interviews auf den Bögen notiert worden.

Die Fragen zur Selbsteinordnung lauteten:

- "Ich Sorge für mich selbst." (im Folgenden VAS 1 genannt)
- "Ich möchte mich selbst verbessern." (VAS 2)
- "Ich bin einsam." (VAS 3)

Die Einordnung erfolgte nach dem Prinzip einer Visuellen Analogskala (VAS). Für jede Aussage waren zwei Linien von je 10 cm Länge vorgegeben (Abbildung 3).

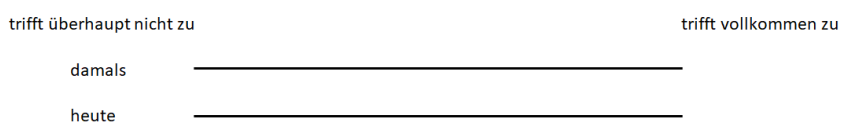


Abbildung 3: Visuelle Analogskala (VAS) für die Selbsteinordnung jeweils für "damals" und "heute"

Abschließend wurde das Selbstbeobachtungsprotokoll erklärt und den Probanden zusammen mit den vier Fragebögen mit nach Hause gegeben.

### 3.3.5 Selbstbeobachtungsprotokoll

Das Selbstbeobachtungsprotokoll ist ein eigens entwickeltes Instrument, das auf der Basis der Ergebnisse der Fokusgruppen-Diskussionen erarbeitet wurde. Es wurde den Probanden in Pa-



pierform zur Verfügung gestellt. Alle Probanden sollten über zwei im Hinblick auf Internetnutzung als typisch empfundene Tage hinweg ihre Mediennutzung beobachten und protokollieren. Die beiden Tage konnten voneinander unabhängig sein und beliebig gewählt werden. Die stationären Patienten wurden gebeten, dies an den Wochenenden zu Hause oder nach Beendigung ihrer Therapie zu erledigen, da die Ergebnisse aufgrund des teilweisen bestehenden Verbots der Internetnutzung auf den Stationen andernfalls verzerrt worden wären.

Folgende Kategorien wurden erfasst:

- Gerät (Mündliche Erklärung: "Mit welchem Gerät sind Sie gerade online?")
- Uhrzeit (Mündliche Erklärung: "Wie spät ist es genau?")
- Dauer (Mündliche Erklärung: "Wie lange dauert das, was Sie online gerade tun?")
- Aktivität (Mündliche Erklärung: "Was machen Sie? Bitte kleinteilig beschreiben.")
- Grad der Aktivität (0 = rein passiv, 10 = sehr aktiv) (Mündliche Erklärung: "Dies ist sehr subjektiv. Bitte schätzen Sie ein, wie aktiv ihre online Nutzung gerade ist. Beispiel: Lesen Sie nur einen Wert ab? Das wäre eher passiv. Laden Sie Fotos hoch? Das wäre eher aktiv. Bitte gehen Sie nur auf die geschilderte Online-Aktivität ein und nicht auf mögliche vorangehende Aktivitäten. Beispiel Joggen → Pulsuhr ablesen, hier sollte das AbleSEN eingeordnet werden, nicht das Joggen.")
- Wie ging es mir danach? (Mündliche Erklärung: "Bitte beschreiben Sie so authentisch wie möglich, wie es Ihnen gerade geht.")

Die Kategorien waren als Tabellenspalten dargestellt und mit einem ausführlichen Beispiel versehen. Eine Vorlage für das Protokoll befindet sich im Anhang dieser Arbeit in Kapitel 12.1.1.

### 3.3.6 Fragebögen

Die verwendeten Fragebögen dienten als zusätzliche Quelle zum qualitativen Datenmaterial, um die in Kapitel 2.4 entwickelten Haupt- und Nebenannahmen zu überprüfen.

Zu HA 2, *das Bemühen um Individualisierung kann mit psychischen Belastungen einhergehen*, wurde ein gängiges klinisches Messinstrument eingesetzt, das eine Selbsteinschätzung zur aktuellen psychischen Belastung erlaubt. Der *HADS-D (Hospital Anxiety and Depression Scale)* misst mit insgesamt 14 Items Depressions- und Angstwerte der vergangenen Woche (Snaith and Zigmont, 1995). Als Screeningverfahren wird er zur dimensional Schweregradbestimmung sowie in der Verlaufsbeurteilung eingesetzt. Er wurde sowohl international (Herrmann,

1997) als auch an einer deutschen Stichprobe (Hinz and Brähler, 2011) validiert. Cronbachs Alpha und Split-Half-Reliabilitäten werden mit .80 - .81 für die beiden Subskalen Depressivität und Ängstlichkeit angegeben und lassen auf eine zuverlässige Messung schließen (Hoyer and Margraf, 2013).

Für NA 1, *Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen Technikbereitschaft und dem Wunsch nach Selbstoptimierung*, wurde die *Kurzskala zur Erfassung von Technikbereitschaft* hinzugezogen. Es handelt sich um eine validierte Kurzskala, die drei Facetten bzgl. der individuellen Bereitschaft der Techniknutzung misst: Technikakzeptanz, Technikkompetenz und Technikkontrollüberzeugungen. Die Skala besitzt gute psychometrische Eigenschaften, darunter ein Cronbach Alpha von .84 und ist insbesondere geeignet auch Technikbereitschaft im höheren Alter zu erfassen (Neyer et al., 2012).

NA 2 behauptet: *Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen einer generalisierten Selbstwirksamkeitserwartung und Individualisierung*. Der hier genutzte *Fragebogen zur Generalisierten Selbstwirksamkeitserwartung (Kurzfassung)* überprüft, inwieweit die Erwartung besteht, das eigene Wohlergehen aktiv beeinflussen zu können (von Collani, 2014). Das gewählte Instrument weist auch in seiner Kurzfassung eine hohe Reliabilität auf (Cronbachs Alpha = .89). Die Validität wurde durch Korrelationen mit vergleichbaren Konstrukten gezeigt, beispielsweise mit allgemeinem Selbstwertgefühl ( $r = .63$ ) (von Collani, 2014).

### **3.4 Auswertungsstrategie**

Die Auswertung des Datenmaterials erfolgte gemäß dem Mixed-Methods-Design der gesamten Studie nach qualitativen und quantitativen Prinzipien – in getrennten Arbeitsschritten und orientiert an der Natur der Daten. Die folgende Darstellung der Auswertungsstrategie entspricht ab Kapitel 3.4.2 der Reihenfolge der Darstellung im Ergebnisteil, getrennt nach qualitativem und quantitativem Material.

#### **3.4.1 Verwendete Software**

Alle Interviews wurden aufgezeichnet, transkribiert und mit MAXQDA (VERBI, 2016) ausgewertet. Qualitative Daten, die zu Clustern zusammengefasst wurden und deren Codings als Häufigkeiten vorlagen, wurden mittels der Funktion *Pivot-Tabelle* in Excel (Microsoft Corporation, 2010) ausgewertet. Die quantitativen Daten, die über die Visuellen Analogskalen und die vier

Fragebögen erhoben wurden, wurden mit IBM SPSS Statistics Version 26 (IBM Corp., 2019) ausgewertet.

#### 3.4.2 Qualitative Auswertung der Interviews und der Selbstbeobachtungsprotokolle

Die inhaltsanalytische Auswertung erfolgte nach derselben Methodik orientiert an Mayring (Mayring, 2016), die bereits in den Fokusgruppen zum Einsatz kam und dort ausführlich beschrieben wurde (siehe Kapitel 3.2.4). Für die Auswertung wurde dasselbe Kategoriensystem verwendet und um wenige Subkategorien erweitert. Der gemeinsame Auswertungsleitfaden für Fokusgruppen und Interviews befindet sich im Anhang (Kap. 12.1.2).

Die Selbstbeobachtungsprotokolle wurden in eine Excel-Tabelle übertragen und lagen dort zunächst mit 1.338 Zeilen vor. Die Inhalte der Tätigkeiten wurden inhaltsanalytisch ausgewertet und in Tätigkeitsbereiche geclustert, beispielsweise in "Körper", "Shoppen", "Kommunikation" oder "Musik". Hat ein Teilnehmer pro Zeile mehrere verschiedene Aktivitäten genannt (beispielsweise "WhatsApp mit Freundin, danach bei amazon geshoppt") wurde diese Zeile nachträglich in zwei Zeilen unterteilt und getrennt einem Tätigkeitsbereich zugeordnet (im ersten Fall dem der "Kommunikation", im zweiten dem "Shoppen"). Wenn zwei Geräte zugleich genannt wurden, wurde das Gerät der Aktivität entsprechend neu zugeordnet. In einigen Fällen war dies nicht möglich, beispielsweise, wenn ein Fitness-Tracker und ein Handy synchronisiert wurden. Diese Fälle wurden getrennt gewertet, im Beispiel als "Handy/Fitness-Tracker". Nach dieser Aufbereitung des Gesamtmaterials umfassten sämtliche Selbstbeobachtungsprotokolle 1.443 Zeilen.

Im nächsten Auswertungsschritt wurde die Beziehungsebene der Aktivitäten untersucht. Jede Aktivität wurde danach unterschieden, ob sie auf sich selbst bezogen war, in diesem Fall wurde sie der Kategorie "ICH" zugeordnet, oder ob sie in Interaktion mit einem Gegenüber stattfand. In letztem Fall wurde sie der Kategorie "DU" zugeordnet. Beispielsweise wurde eine Google-Recherche nach einem Kuchenrezept oder Musikhören beim Joggen der Kategorie ICH zugeordnet, das Versenden von Whatsapp-Nachrichten der Kategorie DU.

In der letzten Spalte der Protokolle, die den Titel "Wie ging es mir danach?" trug, waren die Teilnehmer aufgefordert spontan ihr emotionales Erleben zu beschreiben, das unmittelbar im Anschluss an die jeweilige Aktivität empfunden wurde. Diese Ergebnisse wurden erneut inhaltsanalytisch geclustert. Als Systematik zur Beschreibung der Emotionen wurde das so genannte "Rad der Emotionen" nach Robert Plutchik gewählt, da dies eine differenzierte Beschreibung ermöglicht, die auch nach Intensitäten von Gefühlen zu trennen vermag (vgl. Ab-

bildung 4). Dieses Modell wurde von Plutchik selbst als "Strukturmodell" bezeichnet (Plutchik, 2003, S. 103). Als "Emotion" definiert Plutchik "komplexe Feedbackprozesse, die dazu dienen ein homöostatisches Gleichgewicht aufrecht zu erhalten, wenn bestimmte bedeutsame Lebensereignisse ein Ungleichgewicht erzeugen" (Plutchik, 2003, S. 116, eigene Übersetzung). Im Rückgriff auf andere Emotionstheorien wie der von Carroll Izard und Richard Lazarus, postuliert er acht Basisemotionen, die er als Gegensatzpaare zunächst in einem Kegel, später als Speichen des Rads anordnete: Wut – Angst, Freude – Trauer, Erwartung – Überraschung, Abneigung – Vertrauen. Die Intensi-

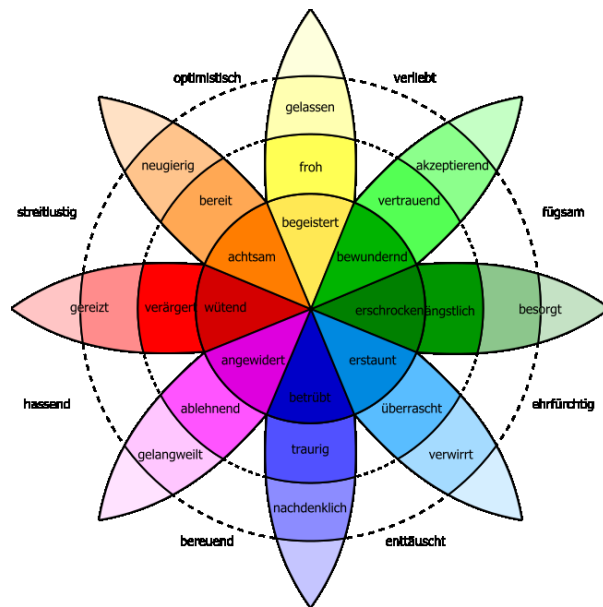


Abbildung 4: Emotionsrad nach Plutchik  
(Quelle siehe S. 118)

tät des erlebten Gefühls nimmt in der Darstellung zu den Spitzen hin ab, sodass jede Emotion in drei Facetten beschrieben werden kann, im Fall von Freude als "gelassen", über "froh" bis "begeistert". Die von Plutchik definierten Zwischenräume wie "optimistisch" zwischen den Dimensionen Freude und Erwartung oder "fügsam" zwischen Vertrauen und Angst wurden für die Auswertung nicht berücksichtigt. Auch die farbliche Systematik, die der Autor mit Isaac Newton und der Farbenlehre nach Johann Wolfgang von Goethe begründet, spielt in dieser Arbeit keine Rolle.

Zwei Empfindungen konnten durch diese Systematik nicht erfasst werden, ein körperliches Gefühl von Müdigkeit und Begriffe wie "neutral". Diese wurden als "müde" und "neutral" erfasst.

Die derart gefundenen Kategorien wurden weiter zusammengefasst in positive, negative und neutrale Gefühle, wobei die Dimensionen Freude, Erwartung und Vertrauen als "positiv" zusammengefasst wurden, Wut, Angst, Trauer und Abneigung als "negativ" und Überraschung sowie die beiden Empfindungen "müde" und "neutral" als "neutral".

Die Aktivitäten im Protokoll und die darauffolgenden Emotionen bilden ein Kernstück der vorliegenden Arbeit und wurden auf mehreren Ebenen ausgewertet: Zunächst nach Generationen und im Anschluss nach Gruppenzugehörigkeit (OD vs. MD). Dies erfolgte tabellarisch und wird mittels Häufigkeiten gegenübergestellt. Berichtet werden die Ergebnisse in zwei voneinander unabhängigen Kapiteln.

### 3.4.3 Deskriptive Auswertung der Daten aus Interviews und Protokollen

Alle quantitativen Daten, auch solche, die während der qualitativen Interviews in tabellarischer Form erfasst wurden, wurden zunächst deskriptiv ausgewertet. Dabei wurde stets zunächst nach Generation ausgewertet und – wenn relevant – im zweiten Schritt nach der Zugehörigkeit zur Gruppe OD und MD. Diese Relevanzentscheidung wurde auf der Basis der in Kapitel 2.4 formulierten Forschungsfragen und Annahmen getroffen. Beispielsweise wurden die deskriptiven quantitativen Ergebnisse aus den Interviews (Gerätebesitz und Teilnahme in sozialen Netzwerken) nur auf der Ebene der Generationen ausgewertet, aber die Ergebnisse der Protokolle je für die Generationen und zusätzlich für die Gruppen OD und MD, da in diesen Ergebnissen ein Beleg für HA 2 zu finden sein könnte.

Berechnet wurden Häufigkeiten und Prozentzahlen, oder je nach Datengrundlage Mittelwerte und Standardabweichungen. Bei Angaben der Selbstbeobachtung aus den Protokollen, beispielsweise bei der Frage nach dem subjektiv empfundenen Grad der Aktivität (s.u.), wurden keine Signifikanztests auf Gruppenunterschiede hin durchgeführt. Hier wurde auf der deskriptiven Ebene verblieben. Signifikanztests im Sinne der Inferenzstatistik wurden nur bei der Auswertung der VAS und der validierten Fragebögen durchgeführt.

Der Besitz internetfähiger Geräte und die Selbsteinschätzung, wie viele Minuten am Tag jedes Gerät genutzt wird, waren Teil der Interviews. Diese Informationen wurden anhand einer Excel-Tabelle zusammengestellt und deskriptiv ausgewertet. Ebenfalls wurde die Nutzung typischer Social-Media-Kanäle, nach der jeder Teilnehmer während des Interviews gefragt wurde, in einer Tabelle gesammelt und deskriptiv ausgewertet. Beide Tabellen wurden nach Generationenzugehörigkeit aufgeschlüsselt.

Die Daten der Selbstbeobachtungsprotokolle, die quantitativ ausgewertet wurden, wurden mittels Pivot-Tabellen ausgewertet und jeweils aufgeschlüsselt nach Generation und nach Gruppe (OD vs. MD) dargestellt. Es handelte sich um die tatsächliche durchschnittliche Nutzungsdauer des Internets pro Tag und Gerät, die Anzahl der Aktivitäten pro Tag, das jeweils am häufigsten verwendete Gerät sowie den subjektiv empfundenen Grad der Aktivität von "0 = rein passiv" bis "10 = sehr aktiv".

Die drei Items der Visuellen Analogskalen (VAS) liegen jeweils zweifach vor, bezogen auf ein "damals", das im Interview zuvor individuell als das Jahr definiert wurde, in dem mit der individuellen Internetnutzung begonnen wurde und auf den heutigen Tag. Alle Items konnten auf einer Linie von zehn Zentimetern zwischen "trifft überhaupt nicht zu" (= 0 cm) und "trifft vollkommen zu" (= 10 cm) individuell angekreuzt werden. Die Maße wurden in Zentimeter gemes-

sen und deren Mittelwerte und Standardabweichungen jeweils für die Generationen berechnet ( $VAS_{\text{heute}}$ ,  $VAS_{\text{damals}}$ ).

#### 3.4.4 Auswertung der Fragebögen

Die Fragebögen wurden gemäß der empfohlenen Skalenberechnung der einzelnen Testanweisungen wie folgt ausgewertet:

Die insgesamt 14 Items des HADS-D (Hospital Anxiety and Depression Scale) wurden anhand der beiden Subskalen Depressivität und Ängstlichkeit ausgewertet, indem – nach Umkodierung einzelner Items – die Punktwerte von 0-3 der je 7 Items pro Subskala aufaddiert wurden. In der Literatur werden drei Wertebereiche angegeben, die für jede der beiden Subskalen getrennt zu berücksichtigen sind: 0-7 (unauffällig), 8-10 (suspekt) und 11-21 (auffällig) (Hoyer and Margraf, 2013).

Die Kurzsкала zur Erfassung von Technikbereitschaft ist eine Likert-Skala mit einem Wertebereich von 1-5 ("stimmt gar nicht" bis "stimmt völlig"), wobei einige Items umkodiert werden müssen. Sie kann entweder getrennt nach den drei Subskalen Technikakzeptanz (Items 1-4), Technikkompetenz (Items 5-8) und Technikkontrollüberzeugungen (Items 9-12) oder als Gesamtskala ausgewertet werden. In der vorliegenden Arbeit wurde beides unternommen. Der Wertebereich der Skalen liegt jeweils zwischen 1 und 5, Kennwerte dienen als Interpretationshilfe: In der einer deutschen Referenzstichprobe mit 825 Erwachsenen wurden für die Gesamtskala ein Mittelwert von  $M = 3.73$  gefunden ( $SD = 0.62$ ), die Subskalen lagen für Technikakzeptanz bei  $M = 3.27$ ,  $SD = 0.94$ , Technikkompetenzüberzeugungen bei  $M = 4.16$ ,  $SD = 0.80$  und Technik-Kontrollüberzeugungen bei  $M = 3.75$ ,  $SD = 0.74$  (Neyer et al., 2016, S. 13).

Der Fragebogen zur Generalisierten Selbstwirksamkeitserwartung (Kurzfassung) wird ausgewertet, indem nach Umkodierung der positiv formulierten Items alle Items aufaddiert werden. Es handelt sich um eine Likert-Skala mit einem Wertebereich von 1-6 (1 = "stimmt völlig" bis 6 = "stimmt überhaupt nicht"). Ein hoher Gesamtwert entspricht einer hohen Selbstwirksamkeitserwartung. Der durchschnittliche Gesamtwert der Skala mit den ursprünglich 41 Items betrug in der Normierungsstichprobe  $M = 86.7$  ( $SD = 24.1$ ). Die durchschnittlichen Summenwerte reichten von 38 bis 162 Punkten (von Collani, 2014, S. 9). Die 10 Items der Kurzsкала wurden nicht gesondert normiert. Es gilt entsprechend ein Mittelwert von  $M = 86.7/41 * 10 = 21.1$  und einem Range von 9.3 bis 39.5 als Interpretationshilfe.

Alle Scores der Fragebögen sind in den Kapiteln 4.2.6 (HADS-D) und 4.2.7.3 (Technikbereitschaft) und 4.2.7.4 (GSWE) dargestellt. Berichtet wird jeweils die Gruppengröße ( $n$ ), der Mit-

telwert (M), die Standardabweichung (standard deviation, SD), Standardfehler des Mittelwertes (standard error, SE) und das entsprechende 95 %ige Konfidenzintervall nach Bootstrapping mit einem Resampling von 1.000. Diese Methode wird in der Literatur empfohlen, um eventuellen Verzerrungen in den Stichproben entgegenzuwirken und eine Aussage über den Wertebereich zu treffen, innerhalb dessen sich in der Gesamtpopulation (im Beispiel der aller deutschen Baby Boomer) der "wahre Wert" des Mittelwertes mit einer 95 %igen Wahrscheinlichkeit befinden sollte (Field, 2013, Wood, 2005).

#### 3.4.5 Überprüfung der Forschungsfragen und Annahmen

Im letzten Schritt erfolgte die Prüfung von Forschungsfragen und Annahmen. Im Folgenden wird das methodische Vorgehen grob skizziert. Alle vollzogenen Schritte sind in Tabelle 2 zusammengefasst dargestellt. Die beiden Forschungsfragen lauteten: *F 1: Ist eine fortschreitende Individualisierung über mehrere Generationen hinweg beobachtbar?* und *F 2: Trägt die Nutzung von Internet und sozialen Medien zur Individualisierung bei?* Diese Fragen werden durch die qualitativen Ergebnisse aus den Interviews und den qualitativen und quantitativen Ergebnissen aus den Selbstbeobachtungsprotokollen bearbeitet.

Individualisierung wurde auf dreierlei Weise operationalisiert: Alle Angaben aus Fokusgruppen und Interviews, die mit der Kategorie "Selbst-Bezogenheit" und ihren Subkategorien versehen wurden, gelten als Hinweise auf Individualisierung. Zweitens wurden die Selbstbeobachtungsprotokollen nach der Art der Aktivität und der Beziehungsrichtung dieser Aktivität ausgewertet ("ICH" vs. "DU"). Drittens gaben die Probanden auf einer Visuellen Analogskala an, wie sehr sie für sich selbst sorgten (VAS 1) und ob sie den Wunsch verspürten sich selbst zu verbessern (VAS 2).

Zusätzlich wurden zwei Hauptannahmen (HA) getroffen:

HA 1: Individualisierung ist im Generationenvergleich bei jüngeren Menschen stärker als bei älteren zu beobachten.

HA 2: Individualisierung, in der Form von Selbstoptimierung, kann mit psychischen Belastungen einhergehen.

Auch für HA 1 und 2 erfolgte eine umfassende qualitative Auswertung. Außerdem wurden die Daten der Visuellen Analogskalen hinzugezogen. Erwartet wird, dass alle Werte der VAS für die älteren Generationen niedriger ausfallen als für die jüngeren, also Probanden der Digital Natives stärker äußern für sich selbst zu sorgen (VAS 1), stärker den Wunsch verspüren sich zu verbessern (VAS 2), aber auch nach HA 2 in höherem Maß Einsamkeit erleben (VAS 3). Dies wird sowohl für "damals" erwartet als auch für "heute". Auch wird erwartet, dass dieser Effekt kontinuierlich gilt, also für die Digital Natives höher ausfällt als für die Generation X, für diese

wiederum höher als für die Baby Boomer. Es wurden jeweils Gruppenunterschiede mittels einer einfaktoriellen ANOVA berechnet. Die abhängige Variable ist jeweils das intervallskalierte Item der VAS. Eine MANOVA mit jeweils beiden abhängigen Variablen wurde nicht durchgeführt, da die Voraussetzungen hierfür fehlen. Für eine MANOVA müsste eine lineare Beziehung aller VAS-Werte untereinander für jede unabhängige Variable angenommen werden, die im vorliegenden Fall nicht begründet werden kann (Olive, 2017).

Bei gegebener Varianzhomogenität wurden Post-Hoc-Tests nach Scheffé gewählt, da dieser Test als konservativ gilt und besonders für explorative Fragestellungen geeignet ist, bei denen keine detaillierte theoretische Grundlage für die Gruppenvergleiche vorhanden ist. Bei fehlender Varianzhomogenität wurde das Verfahren nach Dunnett-T3 durchgeführt. Es handelt sich um einen paarweisen Vergleichstest, der auch für kleine Stichprobenumfänge unter  $N = 50$  pro Gruppe geeignet ist (Lee and Lee, 2018).

Sollte HA 2 zutreffen, wird außerdem eine positive Korrelation von einem der Items VAS 1<sub>heute</sub> oder VAS 2<sub>heute</sub> mit VAS 3<sub>heute</sub> erwartet. Auf Korrelationen zwischen den Werten "damals" wird verzichtet, da dies nicht in einem Zusammenhang zu heutigen psychischen Belastungen stehen muss. Darüber hinaus wird erwartet, dass eine negative Korrelation von VAS 1<sub>heute</sub> mit den Werten des HADS-D und eine positive Korrelation von VAS 2<sub>heute</sub> mit den HADS-Scores besteht. Es wird nicht erwartet, dass in der jüngeren Generation höhere HADS-Scores bestehen als in der älteren. Die Probanden MD wurden zu annähernd gleichen Teilen pro Generation rekrutiert. Daher werden naturgemäß in allen Gruppen Belastungen vorhanden sein.

Die beiden Nebenannahmen (NA) lauteten:

NA 1: Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen Technikbereitschaft und dem Wunsch nach Selbstoptimierung.

NA 2: Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen einer generalisierten Selbstwirksamkeitserwartung und Individualisierung.

Für die Nebenannahmen wird die Ebene des Generationenvergleichs verlassen und positive Korrelationen über alle Teilnehmer hinweg erwartet. Die Überprüfung von Zusammenhängen erfolgte mittels Pearson-Korrelationen, wenn das Skalenniveau der Instrumente dies erlaubte. Im Falle des HADS-D wurde der Spearman'sche Rangkorrelations-Koeffizient verwendet. Dieser wird mit  $r_s$  berichtet.

Für die Beurteilung statistischer Signifikanz gilt grundsätzlich eine Irrtumswahrscheinlichkeit von  $p = .05$ . Da einige Items mehrfach zur Signifikanzprüfung hinzugezogen werden, würde hier in einer klassischen klinischen Studie eine Korrektur des Signifikanzniveaus nach dem Prin-



zip der familiywise error rate (FWER) Anwendung finden, wie beispielsweise eine Bonferroni-Korrektur der Irrtumswahrscheinlichkeit (Victor et al., 2010, Glickman et al., 2014). Da es sich im vorliegenden Fall um eine explorative Studie handelt, wird eine Bonferroni-Korrektur nur für die beiden Hauptannahmen beachtet. Die Nebenannahmen und Anschlussfragestellungen sind von der Korrektur nicht betroffen. VAS 1 und VAS 2 werden in beiden Hauptannahmen hinzugezogen, VAS 3 in der zweiten Hauptannahme zwei Mal, daher gilt für alle VAS ein Signifikanzniveau von  $p = .05/2 = .025$  (jeweils auf zwei Nachkommastellen gerundet. Diese Zahlen dienen der Verdeutlichung).

Darüber hinaus werden die Annahmen auf Grundlage der in Kapitel 3.3.1 definierten Effektstärken angenommen oder verworfen, die an die geringe Stichprobengröße adjustiert wurden, d.h. es gilt ein Effektmaß von mindestens  $f = .47$  für eine ANOVA und  $r = .39$  für eine Korrelation als ausreichend für die Gültigkeit einer Annahme.

Tabelle 2: Schritte und eingesetzte Instrumente für die Prüfung der Annahmen im Mixed-Methods-Design; für qualitative Daten sind Datenbasis und Methode angegeben, für quantitative Daten die jeweiligen Variablen und das Testverfahren; qualitative Verfahren sind grau hinterlegt

Nr.	Datenbasis / Gruppierungsvariable	Datenbasis	Methode/ Test	Kapitel
HA 1	Generation (3 Gruppen)	Interviews, Selbstbeobachtungsprotokolle (Aktivitäten)	Qualitative Auswertung + Gegenüberstellung	4.2.2. - 4.2.4.
	Generation (3 Gruppen)	VAS 1 VAS 2	ANOVA	4.2.7.1
HA 2	Generation (6 Gruppen: 3 Gruppen mit je 2 Subgruppen OD/MD)	Selbstbeobachtungsprotokolle (Aktivitäten und Gefühle)	Qualitative Auswertung + Gegenüberstellung	4.2.2. - 4.2.5. - 4.2.6.
	Generation (3 Gruppen)	VAS 3 Alle VAS <sub>heute</sub> HADS-D	ANOVA Korrelationen (Pearson, Spearman)	4.2.7.2-4.2.8.
NA 1	Technikbereitschaft	VAS 2 <sub>heute</sub>	Korrelation (Pearson)	4.2.7.3
NA 2	GSWE	VAS 1 <sub>heute</sub> VAS 2 <sub>heute</sub>	Korrelation (Pearson)	4.2.7.4

Um die in Kapitel 3 formulierten Anschlussfragestellungen beantworten zu können, wurde weiter explorativ ausgewertet und wenn möglich statistische Tests vorgenommen:

Anschlussfrage zu HA 1: In welchen Bereichen findet Individualisierung statt? Hier wurde eine qualitative Betrachtung der Ergebnisse der Selbstbeobachtungsprotokolle vorgenommen. Betrachtet wurden hierfür besonders die einzelnen Aktivitäten. Die Ergebnisse befinden sich in Kap. 4.2.4.3 Art der Aktivitäten der Generationen.

Anschlussfrage zu HA 2: Wie unterscheiden sich jüngere Menschen von älteren in ihren Belastungen? Diese Frage kann im Hinblick auf die subjektiv geäußerten Gefühle im Anschluss an die Aktivitäten in den Selbstbeobachtungsprotokollen beantwortet werden. Die Ergebnisse befinden sich in Kapitel 4.2.4.5 Emotionales Erleben im Anschluss an die Aktivitäten der Generationen. Auch wird ein Vergleich der drei Generationen hinsichtlich der VAS 3 und der HADS-D-Scores gezogen.

Anschlussfragen zu NA 1: a) Besteht ein negativer Zusammenhang zwischen Technikbereitschaft und Alter? Es werden Pearson-Korrelation der Subskalen zur Technikbereitschaft mit dem Alter berechnet (dargestellt in Kapitel 4.2.7.3). b) Warum nutzen ältere Probanden Wearable Devices? Diese Frage kann erneut auf der Basis der in den Selbstbeobachtungsprotokollen genannten Aktivitäten beantwortet werden (Kap. 4.2.4.3 Art der Aktivitäten der Generationen).

Anschlussfrage zu NA 2: Schützt GSWE vor psychischer Belastung? In Kapitel 4.2.7.4 werden die Korrelationen nach Pearson bzw. im Falle des HADS-D nach Spearman berechnet. Eine Kausalaussage, die implizit in der Frage nach einem möglichen Schutzfaktor gestellt wird, kann damit nicht getroffen werden und würde auch den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Sie könnte nur longitudinal mit einer größeren Stichprobe beantwortet werden.

## 4 Ergebnisse

Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt in zwei Stufen: Zunächst werden die in Phase I gefundenen Ergebnisse der Fokusgruppen zusammengefasst (Kapitel 4.1). Im Anschluss (Kapitel 4.2) werden die in Phase II gefundenen qualitativen Ergebnisse der Interviews, qualitativen und quantitativen Ergebnisse der Selbstbeobachtungsprotokolle sowie der rein quantitativen Ergebnisse der Fragebögen angeführt. Die Überprüfung der Annahmen erfolgt zum Abschluss dieses Kapitels (Kapitel 4.2.7) und endet mit einer gegenüberstellenden tabellarischen Synthese von qualitativen und quantitativen Ergebnissen (Kapitel 4.2.8).

### 4.1 Phase I: Fokusgruppen

#### 4.1.1 Stichprobe

Die Stichprobe der Teilnehmer umfasste 36 Personen, davon waren 11 Baby Boomer, 10 Menschen der Generation X und 15 Digital Natives (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Demografische Daten der Fokusgruppen-Teilnehmer: Alter in Mittelwert (M) und Standardabweichung (SD) sowie Range und Median (MD) der Geburtsjahre; Häufigkeiten und Prozentwerte für Geschlecht innerhalb der Generationen

	Baby Boomer	Generation X	Digital Natives	Summe
Alter				
M (SD)	60.55 (2.66)	47.40 (3.13)	23.80 (3.19)	<b>40.46 (16.33)</b>
Range	1954-1962	1967-1976	1988-1998	
(MD)	(1957)	(1970)	(1996)	
Geschlecht				
männlich n (%)	7 (63.6)	3 (30.0)	7 (46.7)	<b>17 (47.2)</b>
weiblich n (%)	4 (36.4)	7 (70.0)	8 (53.3)	<b>19 (52.8)</b>
<b>Summe N (%)</b>	<b>11 (30.6)</b>	<b>10 (27.8)</b>	<b>15 (41.7)</b>	<b>36 (100)</b>

#### 4.1.2 Gerätebesitz

Wie in Kapitel 3.2.3 dargestellt wurde in jeder Diskussionsrunde zunächst gefragt, wie viele Geräte die Probanden jeweils besitzen und regelmäßig nutzen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Baby Boomer im Mittel 2,64 Geräte pro Person besaßen, Vertreter der Generation X besaßen 3,00, die Digital Natives 2,53 Geräte (siehe Tabelle 4). Keiner der jüngsten Probanden besaß ein Fitnessarmband. Fast alle Probanden mit Ausnahme von zwei Teilnehmern besaßen ein

Smartphone. Ältere Probanden besaßen häufiger einen Stand-PC, wohingegen die jüngeren eher ein Notebook nutzten.

Tabelle 4: Ergebnisse Fokusgruppen: Antworten auf die Frage "Welche der folgenden Geräte besitzen Sie?"; Angaben in Häufigkeiten und Prozent pro Generation (bei Summe: alle).

<b>Gerät</b>	<b>Baby Boomer n (%)</b>	<b>Generation X n (%)</b>	<b>Digital Natives n (%)</b>	<b>Summe n (%)</b>
Tower Computer	7 (63.4)	3 (30.0)	3 (20.0)	<b>13 (36.1)</b>
Notebook	5 (45.5)	8 (80.0)	14 (93.3)	<b>27 (75.0)</b>
Tablet	5 (45.5)	7 (70.0)	6 (40.0)	<b>18 (50.0)</b>
Smartphone	11 (100)	9 (90.0)	15 (100.0)	<b>35 (97.2)</b>
Armband	1 (9.1)	3 (30.0)	0 (0)	<b>4 (0.11)</b>
<b>Summe (Gerät pro Teilnehmer)</b>	<b>29 (2.64)</b>	<b>0 (3.00)</b>	<b>38 (2.53)</b>	<b>97 (2.69)</b>

Die anschließenden Diskussionen dauerten jeweils zwischen 76 und 82 Minuten.

#### 4.1.3 Induktive Kategorien des transkribierten Materials

Es wurden fünf Hauptkategorien gefunden: (1) Nutzungsanlässe von Internet und sozialen Medien, (2) Auswirkungen der Nutzung von Internet und sozialen Medien, (3) Erleben, (4) Selbstbezogenheit und (5) Soziale Beziehungen. Jede Kategorie enthielt verschiedene untergeordnete Subkategorien. Im Folgenden werden die Häufigkeiten der Kategorien und Subkategorien auf der Ebene aller Teilnehmer genannt, um die Relevanz der jeweiligen Kategorie zu verdeutlichen. Eine Aufstellung der Häufigkeiten aufgeschlüsselt nach Generationen befindet sich im Anhang (Kapitel 12.2).

##### 4.1.3.1 Nutzungsanlässe von Internet und sozialen Medien

Insgesamt wurden 329 Kategorien vergeben, die als *Nutzungsanlässe von Internet und sozialen Medien* zusammengefasst wurden. Darin enthalten ist die Subkategorie Kommunikation (122), Alltagsorganisation (55) und Informationsbeschaffung (53). Andere Anlässe bildeten Unterhaltung (45), Arbeit/Studium (43), Kreativität (9) und Zeitvertreib (4).

Die Baby Boomer-Generation nannte am häufigsten Kommunikation, Arbeit/Studium und Informationsbeschaffung als Nutzungsanlass. Unterhaltung und Alltagsorganisation wurden gleichermaßen selten als Anlass genannt, Kreativität ein einziges Mal und Zeitvertreib in keinem Fall. Ein Beispiel für eine Äußerung eines Baby Boomers, der über Anlässe seiner Nutzung spricht:

"Oder in einem Gespräch Dr. Google oder Wikipedia fragen. Also wir haben Familientreffen gehabt, da war ich sehr stolz. Dann hat der Stadtführer, wir haben nochmal so eine Tour durch unsere Stadt gemacht, hat was gesagt,

das und das. Und ich war so sicher, dass das nicht stimmen könnte, und dann habe ich nachgeguckt, und ich hatte Recht." (Baby Boomer, 64 Jahre, männlich, Gruppe BB1)

Für die Generation X wurde die Organisation von Alltagsangelegenheiten über das Internet und soziale Medien noch vor Kommunikation am häufigsten genannt. Es folgten Informationsbeschaffung und Arbeit/Studium. Doch auch Unterhaltung wurde einige Male genannt, Kreativität und Zeitvertreib selten. Eine typische Aussage der Generation X:

"Ja, in dem Bezug hat das Smartphone bei mir auch inzwischen viel ersetzt. Also ich habe auch keinen Wecker mehr. Das macht nur noch das Smartphone. Briefe schreibe ich natürlich auch keine mehr ... wozu auch? Dafür gibt es Mail. Und WhatsApp-Gruppen sind ganz, ganz wichtig, auch um mit der Familie in Kontakt zu bleiben. Und natürlich Apps, also Apps gibt es ja wie Sand am Meer ... also wenn ich mal was kochen will, dann hole ich mir ein Rezept per App" (Generation X, 48 Jahre, männlich, Gruppe X1)

Der Schwerpunkt der Nutzungsanlässe der jüngsten Generation lag auf Kommunikation, gefolgt von Unterhaltung und Alltagsorganisation. Auch Informationssuche und die Organisation des Studiums wurden zum Anlass genommen, das Internet oder soziale Medien zu nutzen. In einigen Fällen spielte Kreativität eine veranlassende Rolle. Auch Zeitvertreib wurde manchmal genannt, wie im folgenden Beispiel:

"Also ich nutze auch Instagram, aber mehr, wenn mir langweilig ist oder wenn ich denke: Ich habe jetzt noch eine Viertelstunde, bis ich aus dem Haus muss und das lohnt sich nicht mehr, was anzufangen. Dass man dann da einfach mal runterscrollt." (Digital Native, 20 Jahre, weiblich, Gruppe DN1)

#### 4.1.3.2 Auswirkungen der Nutzung von Internet und sozialen Medien

Alle Teilnehmer in allen Gruppen diskutierten intensiv über vielfältige *Auswirkungen der Nutzung von Internet und sozialen Medien* mit 501 Codierungen insgesamt. Unter Auswirkungen fielen die Subkategorien Generationenvergleich (100), Kommunikation (92) und gesellschaftlicher Wandel (77). Weiter wurde Vereinfachung (54) als mögliche Wirkung genannt sowie veraltete Technik (z.B. VHS) (43), Sprache (27), Briefe oder Postkarten schreiben (25) und finanzielle Aspekte (23). In manchen Fällen kam Telefonieren (20) als Auswirkung zur Sprache, Verlust von Fähigkeiten (15), Gesundheit (12), Hilfe/Sharing (9) und Umwelt (9).

Die Generation der Baby Boomer zog häufig Generationenvergleiche, diskutierte allgemeine Themen, die den gesellschaftlichen Wandel reflektieren sowie Wirkungen auf die Kommunikation. Oft wurde auch von vormals moderner, heute aber als veraltet geltende Technik gesprochen und in diesem Kontext auch vom Verfassen von Briefen oder Postkarten, die in Zeiten

digitaler Kommunikation nicht mehr so viel Raum einnehmen. Veränderungen in der Sprache wurden ebenfalls diskutiert, wie in dieser Äußerung:

"Und jetzt in der WhatsApp-Gruppe ... ich habe manchmal den Eindruck, ich bin in meiner Familie der einzige, der noch sowas kennt, wie die Interpunktion." (Baby Boomer, 62 Jahre, männlich, Gruppe BB1)

Mitglieder der Generation X sahen in den Wirkungen von Internet und sozialen Medien besonders häufig Vereinfachung von vormals aufwendigen und zeitraubenden Prozessen. In diesem Zusammenhang werden Generationenvergleiche gezogen und über Veränderungen in Kommunikation und Sprache gesprochen. Auch der mögliche Verlust von Fähigkeiten wie z.B. die durch Navigationssysteme überflüssig gewordene Orientierung wird diskutiert sowie finanzielle Aspekte:

"Ich habe keine Plastikkarte mehr. App runterladen und dann hast du einen Bar-Code und den legst du auf deren Gerät und dann hast du deine Payback-Karte ... Keine Plastikkarten mehr, nur noch die EC-Karte und sonst nichts mehr. (Generation X, 51 Jahre, weiblich, Gruppe X1)

Für die Generation der Digital Natives standen Auswirkungen auf die Kommunikation im Vordergrund, in deren Zuge sie ebenfalls viel über gesellschaftlichen Wandel und Generationenvergleiche sprachen. In diesem Kontext wurde deutlich, dass diese Generation in einem starken Kontakt zur Eltern- oder Großelterngeneration stand. Weitere Aspekte waren finanzielle Aspekte, Gesundheit und Telefonieren. Eine typische Aussage eines Digital Natives zu den Auswirkungen der Internetnutzung bezieht sich auf die Subkategorie Kommunikation:

"Ich glaube, durch WhatsApp und Co. sind vielleicht Freundschaften insofern ein bisschen tiefer geworden, dass man einfach viel mehr voneinander mitkriegt." (Digital Native, 22 Jahre, weiblich, Gruppe DN1)

#### 4.1.3.3 Erleben

Das persönliche *Erleben* im Kontext von Internet und sozialen Medien wurde von allen Teilnehmern in vielfältigen Schattierungen zum Ausdruck gebracht und in den Transkripten mit 381 Codes versehen. Im Vordergrund standen Anforderungen (173) wie Einsamkeit, Erreichbarkeit, Normen und Erwartungen, Unzufriedenheit, Vereinnahmung und Zeitdruck/Beschleunigung. Die am zweit häufigsten genannte Subkategorie bezog sich auf Ängste (123), die weiter differenziert wurden in Angst vor kommerziellen Interessen, Angst vor Überwachung, Misstrauen/Unsicherheit und Überforderung. Positive Emotionen (47) wurden genannt beim Erleben von Anonymität, dem Gefühl "niemals ohne" (das Internet) sein zu wollen, offline-Zeiten genießen zu können, beispielsweise im Urlaub sowie Neugierde und Faszination.

Einige Teilnehmer berichteten befürchtete Risiken (23), darunter das Risiko des Realitätsverlusts sowie der Abhängigkeit. In einigen Fällen wurden indifferente Gefühle berichtet, etwa im Fall der Akzeptanz von Überwachung, etwa wenn eine Funktion im Internet ohne das Hinnehmen davon nicht zur Verfügung stehen würde.

Das persönliche Erleben der Baby Boomer war durch vorherrschende Ängste besonders geprägt, darunter besonders das Gefühl von Misstrauen/Unsicherheit etwa hinsichtlich der Qualität einer im Internet gefundenen Information. Auch Angst vor Überwachung wurde zum Thema, neben Ängsten vor kommerziellen Interessen und Überforderung. Hinsichtlich erlebter Anforderungen überwogen das Gefühl von Erreichbarkeit und Vereinnahmung und das daran anschließende Bedürfnis, dieses einschränken zu wollen. Indifferenz war nicht vorhanden. Positive Gefühle sowie Risiken wurden jeweils nur in geringem Umfang berichtet. Eine typische Aussage eines Baby Boomers, die sich auf Überwachungsängste bezieht:

"Ich glaube, dass einem was entgleitet, das ist die Gefahr ... Dass man einfach den Überblick verliert und auch die Kontrolle verliert. Das ist die Gefahr dabei und gar nicht mehr weiß: Was passiert jetzt eigentlich mit den Daten, die ich da eingegeben habe? Wo landen die denn überall? Und was wird damit gemacht vielleicht?" (Baby Boomer, 61 Jahre, weiblich, Gruppe BB2)

Die Generation X äußerte ebenfalls Ängste, die sich auf Überwachung und auf Misstrauen hinsichtlich der Informationsqualität bezogen. Wurden Risiken erlebt und berichtet, dann im Kontext von möglichem Realitätsverlust. In dieser Generation spielten aber positive Gefühle wie Neugierde und Faszination eine sehr große Rolle im Vergleich zu den anderen Altersgruppen:

"Ja, aber ich finde es halt spannend. Ich finde das halt interessant. Und da kannst du halt einen Datenvergleich machen, Frauen in meinem Alter, Wechseljahre und so. Da kannst du halt alles so ein bisschen gucken. Ich finde das halt spannend." (Generation X, 51 Jahre, weiblich, Gruppe X1)

Die Digital Natives berichteten in hohem Maße von erlebten Anforderungen, gerade im Hinblick auf Normen und Erwartungen immer online erreichbar und verfügbar sein zu müssen. In diesem Kontext wurden starke Gefühle von Vereinnahmung berichtet. Wenn über Ängste gesprochen wurde, bezogen sich diese auf Ängste vor Überwachung, auch das Gefühl von Indifferenz dieser gegenüber wurde thematisiert. Positive Emotionen wie Neugierde und Faszination wurden ebenfalls berichtet. Einige Teilnehmer erlebten Risiken von Realitätsverlust und Abhängigkeit.

Das folgende Beispiel eines Digital Natives ist kennzeichnend für das Gefühl von erlebten Normen und Erwartungen:

"Ja, weil das so ein sozialer Filter ist. Weil jeder weiß, er kennt die Spielregeln von Instagram. Ich weiß, ich muss jetzt alles hochjazzen und irgendwie sagen: 'Wow, es ist so geil, was du da gepostet hast'. Also das ist so eine...so eine Liebeskultur da, oder?" (Digital Native, 28 Jahre, männlich, Gruppe DN2)

#### 4.1.3.4 Selbstbezogenheit

Die Hauptkategorie Selbstbezogenheit wurde in 330 Fällen in allen Gruppen gefunden. Einbezogen wurden Aussagen, die eine Orientierung hin zu persönlichen, individuellen Entscheidungen verraten ließ. Diese wurden in Subkategorien wie Autonomie/Selbstbestimmung (11) und Distanzierung (114), d.h. dem bewussten Abgrenzen von einer als allgemeinem Trend erlebten Entwicklung. Self-tracking (62) wurde in Fällen von online und offline-tracking vergeben. Weiter wurden Selbstreflektion (44), Selbstkontrolle (39), Selbstoptimierung (22) und Selbstdarstellung (9) ermittelt. Selbstbezogenheit, die sich nicht auf das eigene Ich, wohl aber auf das Verhalten anderer bezog wurde ebenfalls erfasst (29).

Baby Boomer äußerten häufig den Wunsch sich von einer Internet-Entwicklung bewusst abgrenzen zu können, da sie diese als nutzlos oder gar gefährlich einschätzten. Versuche der Selbst-Kontrolle bezogen sich auf Kalendereinträge oder Selbst-Benachrichtigungen, um sich selbst besser zu organisieren. Selbstreflektionen dazu wurden in einigen Fällen mit einem ironischen Unterton wie "Da bin ich noch nicht so weit" kommentiert. Wenn Self-Tracking genutzt wurde, dann aus gesundheitlichen Gründen. Selbstoptimierung und Selbstdarstellung wurde nur selten geäußert. Eine typische Äußerung der Subkategorie Distanzierung:

"Mein gutes Gefühl halt war es für den Tag, dass ich so gesagt habe: „Das mache ich nicht mit (Anm.: Facebook)" (Baby Boomer, 64 Jahre, männlich, Gruppe BB2)

Die Generation X berichtete ebenfalls von Versuchen der Distanzierung, besonders hinsichtlich der Selbstdarstellung in Plattformen. Self-Tracking wird häufig genannt, allerdings nicht aus Gründen von Selbstoptimierung, häufig werden o.g. Emotionen zu Neugierde und Faszination im selben Atemzug genannt. Maßnahmen der Selbstkontrolle oder Beschränkung der eigenen Nutzung wurden ebenfalls genannt, standen aber nicht im Vordergrund. Eine typische Aussage im Bereich Self-Tracking, die zugleich der Subkategorie Distanzierung zugeordnet wurde:

"Ja, also ich gehe regelmäßig laufen. Tue da das Runtastic, was auch so eine App ist, nutzen. Aber ich muss sagen, was mich da gleich wieder massiv gestört hat, dass ich es auf Knopfdruck danach auf Facebook hochladen konnte. Auf dass es auch jeder sieht. Das fand ich schon wieder blöd." (Generation X, 47 Jahre, männlich, Gruppe X1)



Für die Generation der Digital Natives standen Tracking-Technologien im Vordergrund, die im Kontext von Selbstoptimierung diskutiert wurden. Auch sie berichteten von Versuchen der Distanzierung, aber auch vom Scheitern dieser. Selbstreflexionen und Selbstdarstellungen werden zum Thema, in einigen Fällen auch in der Beobachtung anderer. Die folgenden Beispiele beziehen sich im ersten Fall auf eine eigene Form von Selbstdarstellung, im zweiten Fall auf die Selbstdarstellung anderer:

"Mir fällt oft auf, dass ich so relativ unbewusst einfach das so greife und irgendwas anschau, so wenn man jetzt allein durch die Stadt läuft, oder nicht irgendwie...ja unbeschäftigt aussehen...es rausholt und so tut, als ob man sich weiterbildet oder so (lachen). Das ist ganz...ein bisschen beängstigend." (Digital Native, 21 Jahre, männlich, Gruppe Y2)

"Also ich kenne auch eine, die postet das dann immer auf Instagram, dass sie gerade die beste ist, dass sie am allermeisten gelaufen ist oder so (lachen) ... Das finde ich auch ein bisschen albern. Das ist ja wirklich nur, um sich selbst zu pushen, wenn man das dann postet." (Digital Native, 22 Jahre, weiblich, Gruppe DN2)

#### 4.1.3.5 Soziale Beziehungen

In den insgesamt 214 Codierungen der Kategorie *soziale Beziehungen* wurden die Subkategorien sozialer Vergleich (70), Beziehungen zu Partnern/Freunde (68) und Familie (53) erfasst. Weitere Subkategorien waren Konflikte (8), Geschlechtsstereotype (6), soziale Ungleichheit (5) und Vereine/Engagement (4).

Die Gruppe der Baby Boomer nutzte das Internet und soziale Medien oft angetrieben von dem Wunsch mit der Familie, Kindern oder Enkelkindern in Kontakt stehen zu können. Partner/Freunde spielen die nächst wichtige Rolle, ebenso berichteten einige Vertreter vom Engagement in einem Verein. Soziale Vergleichsprozesse und Konflikte wurden nur selten thematisiert, Geschlechtsstereotype und soziale Ungleichheiten gar nicht. Eine typische Aussage eines Baby Boomer zum Kontakt mit der eigenen Familie:

"Also ich habe...bin in einer WhatsApp-Gruppe drin, die nur meine...also die Kernfamilie betrifft. Und da meine beiden erwachsenen Kinder ja mittlerweile ausgezogen sind, ist das halt auch wichtig, ein bisschen sozialen Kontakt aufrecht zu erhalten." (Baby Boomer, 62 Jahre, männlich, Gruppe BB1)

Die Generation X stand in einem engen Verhältnis zu Freunden und Partnern. Soziale Vergleiche wurden häufig gezogen. Erst an dritter Stelle stand der Kontakt zu Familienmitgliedern. Konflikte und Vereinstätigkeiten waren nur selten Thema, Geschlechtsstereotype und soziale Ungleichheit überhaupt nicht. Das folgende Beispiel illustriert den Umgang einer Vertreterin der Generation X mit ihrem persönlichen Netzwerk:

"Der persönliche Kontakt fehlt, also der ist weniger. Früher hat man halt das Telefon genommen, oder man hat sich getroffen, und heute schreibt man schnell eine Nachricht. Was ich versuche zu vermeiden, wenn jemand Geburtstag hat, dass ich jetzt eine WhatsApp-Nachricht schicke, sondern dass ich wirklich anrufe und gratuliere. Und dass diese Persönlichkeit nicht ganz wegfällt." (Generation X, 50 Jahre, weiblich, Gruppe X2)

Für die Generation der Digital Natives standen soziale Vergleiche an erster Stelle der genannten Subkategorien gefolgt vom Kontakt zur Familie, besonders zu Elterngeneration, und erst dann zu Partnern oder Freunden. In einigen Fällen wurden Konflikte berichtet, die als unnötig eingestuft wurden und auch, dass sie durch soziale Medien überhaupt erst entstanden wären. Auch mögliche Geschlechtsstereotype, die besonders durch das Medium Instagram transportiert würden sowie sozialen Ungleichheiten wurden kritisch reflektiert. Ein typisches Beispiel einer Aussage eines Digital Natives zu sozialen Vergleichen:

"Soziale Vergleiche finde ich jetzt für mich persönlich viel schwieriger wenn das Leute sind, die ich kenne und von denen ich quasi die Lebensumstände weiß und ob bzw. die Kommilitonen meinerwegen oder Freunde, die ich aus dem Studium kenne, wenn die dann jeden Tag ein Bild posten und ich aber in der Bib abhängen, denke ich mir so: 'Okay, warum kriegen die das geschmissen und ich nicht?'" (Digital Native, 28 Jahre, männlich, Gruppe DN2)

## 4.2 Phase II: Interviews

### 4.2.1 Stichprobe

Es wurden 50 Probanden für die Interviews gewonnen, davon wurden drei im weiteren Verlauf von der Auswertung ausgeschlossen, da zwei die Unterlagen auch auf mehrfache Rückfragen nicht mehr abgaben und bei einem der Probanden aus der Gruppe MD eine psychotische Erkrankung vorlag. Letzteres hatte der Teilnehmer erst im Interview geäußert, auch erwies sich das Material als unbrauchbar. Dass er von der Auswertung ausgeschlossen werden musste, wurde ihm nicht mitgeteilt, das Teilnahmehonorar hat er erhalten.

Die Stichprobe der Interviewteilnehmer umfasst daher 47 Probanden, davon gehörten 24 zur Gruppe OD und 23 zur Gruppe MD. Die demographischen Angaben der Teilnehmer sind in Tabelle 5 dargestellt. Eine homogene Verteilung nach Geschlecht konnte nicht an allen Stellen zu vergleichbaren Anteilen gewährleistet werden. Insbesondere jüngere, männliche Probanden mit psychischer Diagnose erwiesen sich als schwer zu rekrutieren.

Tabelle 5: Demografische Daten der Interview-Teilnehmer: Alter in Mittelwert (M) und Standardabweichung (SD) sowie Range des Geburtsjahres und dessen Median; Häufigkeiten und Prozentwerte für Geschlecht und Gruppe innerhalb der Generationen

	Baby Boomer	Generation X	Digital Natives	Alle
Alter				
M (SD)	59.80 (4.00)	49.07 (3.38)	24.78 (4.45)	<b>43.19 (15.77)</b>
Geburtsjahr				
Range	1950-1963	1966-1976	1982-2000	<b>1950-2000</b>
Median	1960	1969	1996	<b>1971</b>
Geschlecht				
männlich n (%)	5 (33.3)	6 (42.9)	4 (22.2)	<b>15</b>
weiblich n (%)	10 (66.7)	8 (57.1)	14 (77.8)	<b>32</b>
Gruppe				
MD n (%)	6 (40.0)	6 (42.9)	11 (61.1)	<b>23</b>
davon m n (%)	3 (50.0)	2 (33.3)	1 (9.1)	
davon w n (%)	3 (50.0)	4 (66.7)	10 (90.9)	
OD n (%)	9 (60.0)	8 (57.1)	7 (38.9)	<b>24</b>
davon m n (%)	2 (22.2)	4 (50.0)	3 (42.9)	
davon w n (%)	7 (77.8)	4 (50.0)	4 (57.1)	
<b>Summe N</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>47</b>

#### 4.2.2 Qualitative Ergebnisse der Interviews

In den Interviews wurden dieselben übergeordneten Codes vergeben wie in den Fokusgruppen. Diese waren: (1) Nutzungsanlässe von Internet und sozialen Medien, (2) Auswirkungen der Nutzung von Internet und sozialen Medien, (3) Erleben, (4) Selbstbezogenheit sowie (5) Soziale Beziehungen. Die Subcodes konnten in fast allen Fällen beibehalten werden, allerdings ergaben sich Verfeinerungen besonders in den Bereichen Erleben und soziale Beziehungen.

Parallel zur Darstellung der Fokusgruppenergebnisse werden für Kategorien und Subkategorien Häufigkeiten auf der Ebene aller Teilnehmer genannt, um die Beziehungen der Kategorien zueinander zu verdeutlichen. Eine Aufstellung der Häufigkeiten aufgeschlüsselt nach Generationen befindet sich im Anhang (Kapitel 12.3).

##### 4.2.2.1 Nutzungsanlässe von Internet und sozialen Medien

Äußerungen der Kategorie Nutzungsanlässe von Internet und sozialen Medien (424) wurden unterteilt in Kommunikation (135), Informationsbeschaffung (108), Alltagsorganisation (68), Unterhaltung (55), Arbeit/Studium (31), Zeitvertreib (17) und Kreativität (10).

Für die Baby Boomer waren Informationsbeschaffung und Kommunikation die am häufigsten genannten Anlässe, das Internet oder soziale Medien zu nutzen, gefolgt von Alltagsorganisation und weniger häufig Unterhaltung. Arbeit/Studium und Zeitvertreib wurden selten genannt, Kreativität überhaupt nicht.

Viele Baby Boomer berichteten, sich regelmäßig über das aktuelle Zeitgeschehen über Webseiten von bekannten Verlagen (wie Zeit oder Spiegel online) zu informieren. Sie schätzten die schnelle Verfügbarkeit von vormals kompliziert aufzusuchenden Recherchemöglichkeiten, reflektierten diese dann in Folge kritisch. Eine Aussage in diesem Zusammenhang lautete beispielsweise:

"Ja, gut ich mein, sagen wir mal Internet ist für mich eigentlich mittlerweile das zentrale Medium geworden neben dem Fernsehen, was eigentlich, sagen wir mal meine...ja meine politischen Einstellungen irgendwo prägt, ja? Weil ganz früher hatten wir ja mal eine Tageszeitung und die haben wir dann irgendwann mal abgeschafft. Dadurch haben wir so ein bisschen den Bezug zu... zu den lokalen Ereignissen verloren, weil die ja... im Internet sind ja immer weltweit. Also global oder deutschlandweit und so weiter. Das hat sich ein bisschen verändert, aber gut den Verlust können wir verschmerzen." (Baby Boomer, 63 Jahre, männlich, MD)

Auch die Möglichkeit den Alltag über das Internet organisieren zu können, wurde von der Baby Boomer Generation geschätzt. Hier bestanden teilweise Überschneidungen mit dem An-

lass Kommunikation. Eine beispielhafte Äußerung, die zugleich mit den Subkategorie Kommunikation und Alltagsorganisation versehen wurde (und ebenfalls mit Sozialen Beziehungen):

"Es ist für mich ein Kommunikationsmittel, um eben mit verschiedenen WhatsApp-Gruppen zu kommunizieren. Das sind meine Kinder, dann, eben ja, ja also, ich habe ein Pferd, also das ist in so ner Stallgruppe, also im Freizeitbereich. Das sind eigentlich die beiden hauptsächlichen Nutzungsmittel." (Baby Boomer, 59 Jahre, weiblich, OD)

Die Generation X nannten Kommunikation als häufigsten Nutzungsanlass gefolgt von Informationsbeschaffung. Alltagsorganisation und Unterhaltung spielten eine annähernd gleichwertige Rolle. Auch Arbeit/Studium, Zeitvertreib und Kreativität wurden einige Male als Nutzungsanlass genannt.

Diese Generation berichtete von verschiedenen Möglichkeiten der Online-Kommunikation, die intensiv genutzt wurden, wie Facebook, WhatsApp, unbekanntere Plattformen wie Spiele-Communities oder singlemama.de. Geschätzt wurde hier der unkomplizierte Austausch, häufig wurde daran erinnert, dass diese Prozesse früher komplizierter gewesen waren. Zwei Beispiele, die mit Kommunikation als Nutzungsanlass zusammengefasst wurden (das erste wurde ebenfalls mit Zeitvertreib codiert):

"Das Online-Spiel, das ist mir schon wichtig, weil man... also, weil ich da halt einfach auch Kontakt habe mit anderen. In dem Fall spielen wir alle das Gleiche. Also das verbindet so ein bisschen. Dann kann man auch fachsimplen und so." (Generation X, 49 Jahre, männlich, OD)

"Also bei Facebook bin ich auch. Das sind...bei Facebook habe ich so Seiten...positive Seiten. Dann geht's ums Leben, positive Gefühle und so etwas. Das war auch schön, weil ich wohne in Deutschland und das sind Leute in Polen, das ich habe viele Jahre nicht gesehen. Wiedorzusehen, wie die aussehen zum Beispiel, ja." (Generation X, 46 Jahre, weiblich, MD)

Auch die Generation X schätzte die Geschwindigkeit der Informationsbeschaffung:

"Wenn wir ein Gespräch haben, war, was weiß ich, Jimmy Carter Präsident vor George W. Bush oder danach. Dann guckt man es kurz nach und hat es direkt geklärt, ja. Also solche Kleinigkeiten schau ich sehr viel nach. Das mach ich alles am Smartphone." (Generation X, 53 Jahre, weiblich, OD)

Für die Digital Natives standen Kommunikation ebenfalls an erster Stelle, aber mit einem großen Abstand zu den anderen Subkategorien. Es folgen Unterhaltung, Informationsbeschaffung und Alltagsorganisation zu annähernd gleichen Teilen. In einigen Fällen wurde das Studium als Anlass genannt, Zeitvertreib und Kreativität spielen seltener eine Rolle.

Wird Kommunikation als Nutzungsanlass genannt, berichteten die Digital Natives besonders häufig eine breite Palette an Funktionen und Diensten zu nutzen oder auch nutzen zu müssen, um nicht außen vor zu bleiben:

"Und sonst eben mit...der Peergroup, da macht es ja jeder quasi wie der andere. Also da haben ungefähr 99% Snapchat, WhatsApp. Wirklich eigentlich jeder. Und es haben auch... sehr viele benutzen einfach Instagram oder Facebook. Facebook vor allem um irgendwie up to date zu bleiben. Aber da frage ich halt dann: Hey, ist dann und dann eine Feier oder irgendwas?"  
(Digital Native, 22 Jahre, männlich, OD)

Auch alternative Kommunikationswege wie Dating-Apps wurden genannt:

"Dann noch was, kann ich eigentlich auch sagen, so Dating-Apps. Also da bestimmt auch mal in der Woche nochmal eine Stunde oder so was." (Digital Native, 23 Jahre, weiblich, MD)

Darüber hinaus wurden vielfältige Wege der Unterhaltung genannt von Seriediensten über Musikkkanäle bis hin zu Hörbüchern, die während des Sports gehört wurden. Geschätzt wurde an der Unterhaltung, dass sie personalisiert, zu jeder beliebigen Zeit abrufbar ist, im Unterschied zum Fernsehen:

"... bei Netflix zum Beispiel ist es auch nicht wirklich notwendig, aber ... es ist einfacher. Also man kann sich aussuchen, was man guckt statt im Fernsehen zu warten, wann jetzt die richtigen Sachen laufen zur richtigen Zeit. Und man kann sich zu jeder Zeit sagen: Jetzt habe ich Lust das zu gucken, jetzt gucke ich das auch. Und das ... dann auch noch legal (lacht) und alles."  
(Digital Native, 24 Jahre, männlich, MD)

#### 4.2.2.2 Auswirkungen der Nutzung von Internet und sozialen Medien

In allen Generationen wurden vielfältige Auswirkungen der Nutzung von Internet und sozialen Medien reflektiert, diese Kategorie wurde in 190 Fällen vergeben. Darunter fielen (hier nur die Kategorien mit mehr als zehn Nennungen): Vereinfachung (35), Gesellschaftlicher Wandel (27), Kommunikation (22), Generationenvergleich (20), Telefonieren (15), überholte Technik (14), Finanzielles (12) und Verlust von Fähigkeiten (weitere Kategorien siehe Anhang, Kap 12.3).

Die Baby Boomer berichteten häufig von dem von ihnen beobachteten gesellschaftlichem Wandel, gerade im Hinblick auf die Möglichkeiten der Kommunikation und die vielfältigen Vereinfachungen im Alltag. Auch überholte Technik wie beispielsweise VHS oder Kassettenrekorder wurde besprochen, Telefonieren und das Lesen von Büchern wurde explizit als etwas thematisiert, das nicht verloren gehen sollte.

Eine beispielhafte Äußerung eines Baby Boomers, die mit Gesellschaftlicher Wandel codiert wurde:

"Also es ist, zum Beispiel dass ich, wenn ich zum Beispiel mit dem Bus fahre, dann beobachte ich das, dass die jungen Leute ja wirklich, wenn man das so sieht, eigentlich fast jeder guckt auf ein Smartphone. Also es gibt kaum noch jemanden, der nicht auf ein Smartphone guckt. Das sind die Wenigsten. Dass jemand nochmal ein Buch in der Hand hält oder gar nicht sich irgendwie mit so einem Medium beschäftigt... das fällt schon auf." (Baby Boomer, 58 Jahre, weiblich, OD)

Auch die Generation X berichtete häufig von gesellschaftlichem Wandel, oft im Kontext von Vereinfachung von vormals komplizierten Prozessen, die heute als angenehmer erlebt werden. Weitere Auswirkungen werden im Bereich Kindererziehung gesehen, Telefonieren, überholte Technik sowie Verlust von Fähigkeiten wird ebenfalls thematisiert. Aufgrund der Breite der Äußerungen folgen zwei Beispiele dieser Generation, die die Ambivalenz zwischen positiven Auswirkungen und als kritisch gesehenen Effekten des Internets exemplarisch darstellen. Das erste wurde mit dem Subcode Vereinfachung versehen, das zweite mit Kindererziehung:

"Was habe ich da noch drauf? Genau: VRN. So wie jetzt, unterwegs mit den Öffentlichen, ist ja auch gut: Oh, wo ist der Bus? Habe ich vorhin da nachgesehen, ups, der Zug hat Verspätung. Deswegen habe ich auch gleich angerufen. Somit ist das auch, also finde ich halt, ziemlich gut." (Generation X, 43 Jahre, männlich, OD)

"Ich glaube manche Diskussionen gäbe es ohne Internet nicht...also es birgt Gefahren und birgt auch Chancen. Also ist ein weiteres Feld mit Freiheiten, bei denen man Kindern dazu führen muss, dass sie das verantwortungsvoll nutzen können." (Generation X, 45 Jahre, männlich, MD)

Die Generation der Digital Natives sprach insgesamt weniger über das Thema Auswirkungen. Wenn sie es tat, handelte es sich um Äußerungen über Generationenvergleiche oder Kommunikation.

Vergleiche wurden ggf. mit der Eltern- oder Großelterngeneration gezogen. Hier wurden Unterschiede in der Einstellung dem Thema gegenüber beobachtet, wie zum Beispiel:

"Mein Vater hat auch nach wie vor kein Smartphone. Das heißt, die sind da sehr altertümlich eingestellt." (Digital Native, 22 Jahre, männlich, OD)

Das folgende Beispiel illustriert, wie die eigenen Gewohnheiten im Hinblick auf soziale Prozesse in der Kommunikation durch online-Portale verändert wurden. Es wurde zugleich mit dem Subcode Selbstdarstellung der Hauptkategorie Selbstbezogenheit versehen:

"... man lernt in der Universität zum Beispiel jemand neues kennen und dann fragt man halt vielleicht nicht nur nach der Handynummer, sondern: Hast du Facebook? Hast du Instagram oder nutzt du vielleicht eine andere Plattform? Nicht nur zu Kommunikationszwecken zum Beispiel, sondern weil man sich dann einfach auch mal kurz das Profil anschauen kann: Was für ein Mensch ist das eigentlich?" (Digital Native, 22 Jahre, weiblich, MD)

#### 4.2.2.3 Erleben

Äußerungen im Bereich des persönlichen Erlebens von Internet und sozialen Medien wurden in 406 Fällen als solche codiert, Subcodes waren Anforderungen (135), Ängste (101), Positive Gefühle (110), Risiken (33) und Zwiespalt (24). Diese Subcodes wurden weiter unterteilt in Anforderungen: Vereinnahmung (64), Normen/Erwartungen (41) und Erreichbarkeit (17); Ängste: Angst vor Überwachung (45), Misstrauen/Unsicherheit (25), Überforderung (21) und Angst vor kommerziellen Interessen (10); Positive Gefühle: unterstützend (45), Neugierde/Faszination (26), Verbundenheit (25); Risiken: Verlust von Beziehungen (13) und Realitätsverlust (12). Weitere Verfeinerungen mit weniger als 10 Nennungen sind im Anhang in Kapitel 12.3 aufgelistet.

Das Erleben der Baby Boomer war geprägt von dem Gefühl der Vereinnahmung durch die Technologie von Internet und sozialen Medien sowie von der Angst vor Überwachung. Misstrauen/Unsicherheit spielte ebenfalls eine Rolle beispielsweise hinsichtlich der Qualität einer recherchierten Information. An positiven Gefühlen wurden Neugierde/Faszination geäußert sowie Gefühle der Subcodes unterstützend und Verbundenheit. Als Risiken wurden Realitätsverlust gesehen, manchmal auch Kontrollzwang.

Ein Beispiel illustriert letzteres:

"Ich bin auch sehr ambivalent, was dieses WhatsApp angeht, weil ich gemerkt hab, ich krieg so einen Kontrollzwang. Also ich sehe, wann meine Kinder online sind, nä? Ich habe es auch im Facebook immer gesehen. Wenn die nicht online sind, werde ich direkt panisch, nä? Dann beobachte ich das und denk: Was machen sie, dass der immer noch nicht aufgestanden.... (lacht)." (Generation X, 53 Jahre, weiblich, OD)

Das folgende Beispiel steht für Angst vor Überwachung, die in der Baby Boomer Generation besonders häufig genannt wurde:

"Aber ich sehe sowohl die Informationen kritisch, wenn es jetzt nicht was Spezielles ist, genauso wie diese ganzen Datensammlungen und das ist auch der Grund, warum ich in manchen Dingen nicht drin bin. Das wird alles abgespeichert und weiß nicht, was damit gemacht wird. Möchte ich nicht." (Baby Boomer, 56 Jahre, weiblich, MD)

Die Generation X berichtete ebenfalls von Gefühlen der Vereinnahmung, aber auch von Normen/Erwartungen sowie Erreichbarkeit. Im Bereich Ängste wurden Überforderung, Angst vor Überwachung und Misstrauen/Unsicherheit genannt. Positive Gefühle wurden im selben Umfang genannt wie unterstützend und Neugierde/Faszination.

Im folgenden Beispiel wird das Gefühl von Vereinnahmung thematisiert (zugleich codiert mit Distanzierung, vgl. nächster Abschnitt Selbstbezogenheit):



"Na, schon als sehr machtvoll. Also ich hab schon das Gefühl, dass allein schon die beiden Geräte eine große Macht ausüben. Also ich will nicht sagen mich meines Willens berauben, aber mich schon so in ihren Bann ziehen und ich sehr bewusst mich dagegen wehren muss." (Generation X, 45 Jahre, männlich, MD)

Positive Gefühle wie Unterstützendes werden im folgenden Beispiel genannt:

"Ja, heute erlebe ich es als angenehm. Ja, weil das ganze Dienstliche, der ganze Zeitdruck, Lieferschwierigkeiten, Entwicklung nicht rechtzeitig fertig, der ganze Stress ist ja weg. Ich kann mich um meine Hobbys kümmern." (Generation X, 51 Jahre, männlich, OD)

Die jüngste Generation, die Digital Natives berichteten in starkem Maße von Anforderungen wie Vereinnahmung, Normen/Erwartungen und Erreichbarkeit. Ängste spielten weniger eine Rolle, wenn, dann bezogen sie sich auf Überwachung und kommerzielle Interessen von Anbietern einer App. Positive Gefühle waren in starkem Maße vorhanden, im Vordergrund standen "unterstützend" und Verbundenheit. Die in den älteren Generationen oft berichtete Neugierde/Faszination kam in dieser Generation nur selten vor. Wenn Risiken erlebt wurden, bezogen sich diese auf den möglichen Verlust von Beziehungen. In dieser Generation wurde ebenfalls von innerem Zwiespalt gesprochen.

Ein Beispiel aus dem Bereich Normen/Erwartungen eines Digital Natives zeigt, dass diese auch von Seiten der Elterngeneration geäußert werden:

"Da ich immer gedacht habe: Wieso, Mutter? Du kannst mich anrufen. Du kannst mir meinetwegen Briefe schreiben. Du kannst mir eine Mail schreiben. Ich weiß nicht, wieso ich nicht erreichbar bin. Aber sie hat ganz fest darauf gepocht, dass ich unbedingt WhatsApp oder so was brauche. War ich nicht so der Meinung, aber irgendwann hatte sie mich halt solange damit genervt, bis ich gesagt habe, na gut, ich mache das jetzt. Ja..." (Digital Native, 24 Jahre, weiblich, MD)

#### 4.2.2.4 Selbstbezogenheit

Die Kategorie Selbstbezogenheit war von allen Kategorien die am häufigsten genannte mit 466 Codierungen. Darin enthalten waren diese Subcodes nach der Häufigkeit ihrer Nennung geordnet: Distanzierung (160), Self-Tracking (online) (92), Selbstreflexion (61), Self-Tracking (offline) (49), Autonomie/Selbstbestimmung (37), Selbstkontrolle (20), Selbstoptimierung (18) und Selbstdarstellung (11). Erfasst wurde jeweils der Umgang mit der eigenen Person. Wurde Selbstbezogenheit im Freundeskreis oder bei Angehörigen beobachtet, wurde es mit Selbstbezogenheit bei anderen (18) erfasst.

Die Generation der Baby Boomer äußerte Selbstbezogenheit, indem sie sich bewusst von Entwicklungen abgrenzte oder den Wunsch äußerte dies zu tun, beispielweise bei dem Versuch das Handy stundenweise auszuschalten oder sich bei einem Messengerdienst nicht anzumelden, wenn diesem nicht vertraut wurde (Distanzierung). Self-Tracking wurde besonders im Kontext der eigenen Gesundheit berichtet, dies wurde sowohl online als auch offline (handschriftliche Listen o.ä.) praktiziert. Selbstreflexion und der Wunsch nach Autonomie/Selbstbestimmung wurden ebenfalls geäußert. Selbstdarstellung in Netzwerken oder Bestrebungen der Selbstopтимierung und Selbstkontrolle wurden so gut wie nicht berichtet.

Ein Beispiel für eine Äußerung eines Baby Boomers, die zugleich in den Subcode Distanzierung und Autonomie/Selbstbestimmung fiel, bezog sich auf soziale Plattformen wie Facebook:

"...da hab' ich keinen Zugang zu, weil ich denke die Menschen, die ich kenne, mit denen hab ich zu tun und wenn's geht, möchte ich auch gut mit denen zu tun haben und ich bin kein Follower von irgendjemandem. Das wäre ich schon prinzipiell nicht." (Baby Boomer, 59 Jahre, weiblich, OD)

Auch das folgende Beispiel zeigt den Versuch der Distanzierung und illustriert zugleich den Umgang mit Self-Tracking, das zwar genutzt wird, aber nicht aus Gründen von Selbstopтимierung oder dem Wunsch das Ergebnis auf einer Plattform zu veröffentlichen:

"Ich hatte eine Weile so ein Band an, habe es aber nicht ans Bluetooth angeschlossen, weil ich das nicht wollte, sondern mir ging's nur, wenn ich sehe, wie viele Schritte und wie viel mein Pulsschlag ist. Das hat mir gereicht. Was anderes will ich auch gar nicht." (Baby Boomer, 61 Jahre, weiblich, OD)

Auch Probanden der Generation X äußerten häufig Wünsche nach Distanzierung und Autonomie/Selbstbestimmung, wie beispielsweise in:

"Also ich tu das, was mir guttut. Und für mich ist das so, so ein gesundes Maß damit tut mir gut." (Generation X, 51 Jahre, weiblich, OD)

Selbstreflexion wurde im Kontext des eigenen Umgangs mit der Technologie geäußert. Zwei Beispiele von Vertretern dieser Generation zeigen das Spektrum dieser Selbstreflexionen:

"Das war aber erst da, wo ich schon gesundheitlich mit dem Herz Probleme hatte und die Kollegen mit Burn Out da lagen, da habe ich dann gedacht: Jetzt muss ich auch mal ein bisschen auf die Bremse treten." (Generation X, 51 Jahre, männlich, OD)

"Ja, ich hab' einen besonderen Tick, nämlich ich hab eine schlimme Entscheidungsschwäche. Das heißt, ich lass mein Smartphone entscheiden, spüle ich zuerst das Geschirr oder wasch ich erst die Wäsche. Das ist... (lachen) Da spreche ich jetzt auch nur hier drüber. (lachen)" (Generation X, 53 Jahre, weiblich, OD)

Auch Self-Tracking wurde von der Generation X berichtet, sowohl online als auch offline. In den meisten Fällen wurde der Gebrauch von Fitness-Armbändern genannt, um Schritte oder Herzrate zu erfassen, ohne einen expliziten Wunsch die eigene Leistung zu steigern. Das folgende Beispiel illustriert den Umgang damit:

"Die Fitnessuhr nehm ich tatsächlich auch für, für Fitness. Also wenn ich zum Beispiel Nordic Walking mache, mach ich die an. Dann wenn ich Yoga mache, mach ich die an." (Generation X, 51 Jahre, weiblich, OD)

Die Digital Natives äußerten die meisten Facetten der Kategorie Selbstbezogenheit. Sie sprachen ebenfalls über Versuche der Distanzierung, allerdings berichteten sie oft von deren Scheitern. Das folgende Beispiel zeigt die Äußerung eines Digital Native, die den zeitgleichen Versuch von Distanzierung und der Nutzung einer Tracking-App illustriert:

"Ich hatte, ich habe sie auch immer noch, eine Kalorienzähl-App. Ich möchte sie aber gerne löschen. Ja. Und sonst habe ich den Tick leider immer mein Essen zu fotografieren und das festzuhalten." (Digital Native, 21 Jahre, weiblich, MD)

Selbstkontrolle, der Versuch die eigene Nutzung zu begrenzen, wurde in dieser Altersgruppe ebenfalls geäußert und praktiziert:

"Bin aus ganz vielen Gruppen raus. Und hab auch mir eine Sperre ins Handy reingemacht tatsächlich jetzt vor fünf oder sechs Wochen ..." (Digital Native, 26 Jahre, weiblich, OD)

In dieser Generation spielte die Beobachtung anderer eine Rolle, erfasst durch den Subcode Selbstbezogenheit bei anderen. Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken von sich selbst und anderen wurde kritisch diskutiert. Darüber hinaus wurde der Wunsch nach Selbstoptimierung bei sich selbst beobachtet, aber hinterfragt, wie im folgenden Beispiel, das mit Selbstoptimierung und Selbstreflexion codiert wurde (und Sozialer Vergleich, dargestellt im Abschnitt Soziale Beziehungen):

"Man vergleicht sich, glaube ich, viel mehr mit anderen beziehungsweise man hat halt ständig vor Augen so, dass... also gerade bei Instagram das Leben der Anderen. Also was einerseits interessant sein kann, andererseits aber auch manchmal, finde ich, so ein bisschen einen unter Druck setzt, weil man sich dann anfängt logischerweise mit zu vergleichen." (Digital Native, 22 Jahre, weiblich, MD)

#### 4.2.2.5 Soziale Beziehungen

Soziale Beziehungen (233) wurden von allen Teilnehmern geschildert, wenn diese über ihre Formen der Kommunikation durch online Medien sprachen. Darin enthalten waren die Subcodes Partner/Freunde (83), Familie (102) und Spielarten von Beziehungen (48). Diese wurden jeweils weiter differenziert in Arten von Partnern/Freunden, beispielsweise Freunde (43), Bekannte (18), Vereinsmitglieder (8) oder Kollegen (7) oder in Arten von Familienbeziehungen wie Kinder (37), Eltern (22) oder Geschwister (16). Unter Spielarten von Beziehungen fielen sozialer Vergleich (27), Konflikte (10), ausgeschlossen sein (9) u.a. Weitere Subcodes befinden sich im Anhang in Kapitel 12.3.

Die sozialen Beziehungen der Baby Boomer bezogen sich auf die eigenen Kinder und Ehepartner, Freunde und Bekannte. Spielarten von Beziehungen wurden selten thematisiert, wenn, dann im Kontext von sozialem Vergleich, dem Gefühl des ausgeschlossen Seins und Konflikten. Ein typisches Beispiel:

"Nur WhatsApp, ja. Das auch nur, weil ich dann besser mit meinen Kindern in Kontakt bleiben kann oder mit den jüngeren Menschen, die so um mich rumschwirren, sonst hätte ich das wahrscheinlich auch nicht." (Baby Boomer, 56 Jahre, weiblich, MD)

Die Probanden der Generation X sprachen häufig über ihre Beziehungen zu Kindern, aber auch zu Eltern und anderen Verwandten. Die Kommunikation mit Freunden, Bekannten und Kollegen wurde im annähernd selben Umfang thematisiert. Die Spielarten von Beziehungen wurden vergleichbar zu den Baby Boomern ebenfalls weniger häufig thematisiert und wenn, dann in sozialen Vergleichen, ausgeschlossen Sein und in Konflikten.

"Also mit Freunden oder so... das... es sind ja inzwischen alle zum Beispiel in WhatsApp und dann bilden sich ja auch Gruppen und zum Beispiel Familiengruppen und... ja, zur Kommunikation wird das schon intensiv verwendet. Und zum Fotoaustausch. Aber... das ist ein bisschen eher nervig." (Generation X, 49 Jahre, männlich, OD)

Die Generation der Digital Natives äußerte das breiteste Spektrum an sozialen Beziehungen, am häufigsten sprachen sie über Freunde, Eltern, Bekannte und Geschwister sowie Großeltern und Vereinsmitglieder. Auch die verschiedenen Spielarten von Beziehungen waren häufig und differenziert Thema, sozialer Vergleich wurde ebenso häufig genannt wie die Beziehung zu den Eltern, aber auch ausgeschlossen sein und Konflikte sowie Mobbing-Erfahrungen wurden thematisiert. Sozialer Vergleich wurde dabei sowohl kritisch als auch akzeptierend beschrieben, wie im folgenden Beispiel:

"Wie ich das erlebe? Ja... Eigentlich, ja, ist es interessant. Also man guckt, guckt halt mal gerne (lacht), was so andere treiben oder so." (Digital Native, 33 Jahre, männlich, OD)

Beziehungen zu Eltern oder Großeltern spielten neben Freunden eine große Rolle wie im folgenden Beispiel deutlich wird:

"Was ich gut finde bei meiner Oma, der haben wir das jetzt auch dann besorgt. Vor zwei Jahren glaube ich. Dass ich mit der auch so Kontakt haben kann halt schneller wie nur telefonieren und das... ja, dass man da auch Bilder austauschen kann, weil da ist es mir auch irgendwie viel mehr wert."  
(Digital Native, 21 Jahre, weiblich, MD)

#### 4.2.3 Quantitative Ergebnisse der Interviews

##### 4.2.3.1 Gerätebesitz und geschätzte Nutzungsdauer

Das am häufigsten genannte Gerät im Besitz der Interviewteilnehmer war das Handy. Nur zwei Teilnehmer der Generation X besaßen ein Handy ohne Internetzugang. Insgesamt besaßen die Teilnehmer 2.77 Geräte pro Person. Die Ergebnisse sind in Tabelle 6 nach Generationen aufgeschlüsselt.

Tabelle 6: Ergebnisse Interviews: Antworten auf die Frage "Welche der folgenden Geräte besitzen Sie?"; Angaben in Häufigkeiten und Prozent pro Generation (bei Summe: alle)

<b>Gerät</b>	<b>Baby Boomer</b> (n = 15) n (%)	<b>Generation X</b> (n = 14) n (%)	<b>Digital Natives</b> (n = 18) n (%)	<b>Summe</b> (N = 47) n (%)
Handy	13 (86.7)	11 (78.6)	18 (100.0)	<b>42 (89.4)</b>
Notebook	9 (60.0)	11 (78.6)	18 (100.0)	<b>38 (80.9)</b>
Tablet	4 (26.7)	8 (57.1)	9 (50.0)	<b>21 (44.7)</b>
Tower Computer	8 (53.3)	6 (42.9)	2 (11.1)	<b>16 (34.0)</b>
Armband	2 (13.3)	2 (14.3)	3 (16.7)	<b>7 (14.9)</b>
Sonstige*	1 (6.7)	2 (14.3)	3 (16.7)	<b>6 (12.8)</b>
<b>Summe (Gerät pro Teilnehmer)</b>	<b>37 (2.47)</b>	<b>40 (2.86)</b>	<b>53 (2.94)</b>	<b>130 (2.77)</b>

\*Apple TV, Smart TV, Xbox (je 1 Mal) nicht-internetfähiges Handy (2 Mal)

Die geschätzte Nutzungsdauer der Geräte pro Tag betrug im Mittel 320 Minuten über alle Geräte hinweg. Insgesamt schätzte die jüngste Generation mit 373 Minuten einen höheren Wert ein als die mittlere mit 311 Minuten, diese wiederum lag über dem Wert der Baby Boomer, der in dieser Generation bei 266 Minuten lag. Die Ergebnisse befinden sich nach Generation aufgeschlüsselt in Tabelle 7.

Tabelle 7: Ergebnisse Interviews: Antworten auf die Frage "Was glauben Sie, wie viel Zeit sie jeweils mit dem Gerät online sind?"; Angaben in Mittelwerten und Standardabweichungen (M, SD) nach Generation und über alle Gruppen

<b>Gerät</b>	<b>Baby Boomer</b> (n = 15) M (SD)	<b>Generation X</b> (n = 14) M (SD)	<b>Digital Natives</b> (n = 18) M (SD)	<b>Alle</b> (N = 47) M (SD)
Handy	122.00 (223.40)	95.89 (78.06)	176.67 (106.01)	<b>135.16 (149.21)</b>
Notebook	56.33 (102.44)	38.64 (45.84)	85.29 (88.33)	<b>62.16 (84.44)</b>
Tablet	10.00 (20.96)	60.00 (130.90)	9.32 (17.46)	<b>24.97 (75.79)</b>
Tower Computer	58.29 (94.42)	14.53 (26.15)	15.00 (63.64)	<b>28.67 (69.45)</b>
Armband	13.00 (39.63)	104.64 (384.40)	80.00 (339.41)	<b>65.96 (293.70)</b>
Sonstige*	90.00 (0.00)	0.00 (0.00)	70.00 (45.83)	<b>75.00 (38.73)</b>
<b>Alle</b>	<b>265.62 (237.42)</b>	<b>310.94 (392.43)</b>	<b>372.69 (360.03)</b>	<b>320.13 (332.65)</b>

#### 4.2.3.2 Teilnahme in sozialen Netzwerken

Von allen Befragten waren drei Personen (6.4 %) zum Befragungszeitpunkt in keinem derzeit bestehendem sozialen Netzwerk aktiv, darunter ein Baby Boomer und zwei Personen der Generation X. Acht Teilnehmer (17.0 %) nutzten genau ein Netzwerk, alle anderen 36 Personen (76.6 %) nutzten mindestens zwei bis maximal sieben Netzwerke. Die Netzwerke sind in Tabelle 8 nach Generation aufgeschlüsselt.

Tabelle 8: Ergebnisse Interviews: Teilnahme in sozialen Netzwerken nach Generation; Angaben in Häufigkeiten und Prozent pro Generation (bei Summe: alle)

<b>Soziales Netzwerk</b>	<b>Baby Boomer</b> (n = 15) n (%)	<b>Generation X</b> (n = 14) n (%)	<b>Digital Natives</b> (n = 18) n (%)	<b>Summe</b> (N = 47) n (%)
WhatsApp	11 (73.3)	11 (78.6)	16 (88.9)	<b>38 (80.9)</b>
Facebook	5 (33.3)	6 (42.9)	10 (55.6)	<b>21 (44.7)</b>
Instagram	2 (13.3)	1 (7.1)	10 (55.6)	<b>13 (27.7)</b>
Telegram	1 (6.7)	0 (0.0)	6 (33.3)	<b>7 (14.9)</b>
Twitter	4 (26.7)	0 (0.0)	2 (11.1)	<b>6 (12.8)</b>
Xing	1 (6.7)	3 (21.4)	0 (0.0)	<b>4 (8.5)</b>
ICQ	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (16.7)	<b>3 (6.4)</b>
Pinterest	0 (0.0)	1 (7.1)	2 (11.1)	<b>3 (6.4)</b>
Skype	2 (13.3)	0 (0.0)	1 (5.6)	<b>3 (6.4)</b>
SnapChat	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (16.7)	<b>3 (6.4)</b>
Spotify	0 (0.0)	1 (7.1)	2 (11.1)	<b>3 (6.4)</b>
Discord	0 (0.0)	1 (7.1)	1 (5.6)	<b>2 (4.3)</b>
Signal	1 (6.7)	0 (0.0)	1 (5.6)	<b>2 (4.3)</b>
Threema	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (11.1)	<b>2 (4.3)</b>
Sonstige (einmal genannte Apps)*	0 (0.0)	3 (21.4)	6 (33.3)	<b>9 (19.1)</b>
<b>Summe</b>	<b>27</b>	<b>27</b>	<b>65</b>	<b>119</b>

\*Comunio, Dating-Apps, facetime, Partyface, Singlemama.de, TeamSpeak, Twitch, Tumblr, 500px

#### 4.2.4 Ergebnisse der Selbstbeobachtungsprotokolle der Generationen

##### 4.2.4.1 Nutzungsdauer, Anzahl und subjektiv empfundener Grad der Aktivitäten pro Tag und Gerät der Generationen

Die Interviewpartner gaben auf den Selbstbeobachtungsprotokollen an, pro Tag im Durchschnitt knapp 332 Minuten mit Internet und sozialen Medien aktiv online zu sein. Das entspricht einer Nutzung von etwa 5,5 Stunden täglich. Es bestehen Unterschiede in den Generationen: Je jünger die Nutzer waren, desto länger am Tag gaben sie an, mit Internet und sozialen Medien aktiv zu sein. Auch bei der Anzahl der Aktivitäten pro Tag waren die Digital Natives am aktivsten, gefolgt von den Baby Boomern. Die Generation X verzeichnete am wenigsten Aktivitäten pro Tag.

Wie in Kapitel 3.3.5 beschrieben folgte auf die Aktivitäten eine Spalte, in der der selbst eingeschätzte Grad der Aktivität während der Internetnutzung auf einer Skala von 0 bis 10 eingetragen werden sollte. Die drei Gruppen unterschieden sich hier nur marginal. Alle Details sind in Tabelle 9 aufgeführt.

Tabelle 9: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Nutzungsdauer, Anzahl und subjektiv empfundener Grad der Aktivitäten pro Tag und Gerät der Generationen (Mittelwerte, Standardabweichungen, SD)

<b>Variable</b>	<b>Baby Boomer</b> (n = 15) M (SD)	<b>Gen. X</b> (n = 14) M (SD)	<b>Digital Natives</b> (n = 18) M (SD)	<b>Alle</b> (N = 47) M (SD)
Nutzungsdauer pro Tag und Gerät	289.89 (197.88)	297.03 (224.96)	394.66 (253.14)	<b>331.77</b> <b>(233.49)</b>
Anzahl der Aktivitäten pro Tag	12.03 (5.57)	12.54 (4.87)	20.06 (7.89)	<b>14.87</b> <b>(6.11)</b>
Subjektiv empfundener Grad der Aktivitäten	5.65 (3.17)	5.43 (3.05)	5.47 (2.59)	<b>5.51</b> <b>(2.87)</b>

##### 4.2.4.2 Bevorzugtes Gerät der Generationen

Das Handy bzw. Smartphone ist in allen Generationen das am häufigsten genutzte Gerät (Tabelle 10). In der Generation der Baby Boomer folgt darauf der PC, in den anderen Generationen ist es das Notebook. In der jüngsten Generation, der der Digital Natives, kommt das Tablet noch vor dem PC zum Einsatz. Fitness-Tracker werden mit 4,5 Aktivitäten am Tag am häufigsten von den Baby Boomern genutzt, bei der Generation X und den Digital Natives ist die Nutzung auf 1 bzw. 1,5-mal pro Tag begrenzt. Bei Durchsicht der Originaltabelle wird deutlich, dass dieser hohe Wert in der Gruppe der Baby Boomer von einer einzigen Person stammt.



Tabelle 10: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Bevorzugte Geräte nach Generation (Häufigkeiten)

<b>Gerät</b>	<b>Baby Boomer</b> (n = 15)	<b>Gen. X</b> (n = 14)	<b>Digital Natives</b> (n = 18)	<b>Alle</b> (N = 47)
Handy	202	214	548	<b>964</b>
Notebook	56	67	113	<b>236</b>
PC	80	42	15	<b>137</b>
Tablet	11	31	23	<b>65</b>
Internet-TV	2	4	12	<b>18</b>
Fitness-Tracker	9	2	3	<b>14</b>
xBox	0	0	3	<b>3</b>
PC/Notebook	1	0	1	<b>2</b>
Fitness-Tracker/Handy	0	0	1	<b>1</b>
Handy/Notebook	0	0	1	<b>1</b>
Smarte Waage	0	0	1	<b>1</b>
Tablet/Notebook	0	0	1	<b>1</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>361</b>	<b>360</b>	<b>722</b>	<b>1.443</b>

In Tabelle 11 sind Anzahl der Nutzung für die vier am häufigsten genannten Geräte hinsichtlich der durchschnittlichen Nutzung pro Tag ausgewertet.

Tabelle 11: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Durchschnittliche Anzahl der Gerätenutzung pro Tag und Person nach Generation (Mittelwerte, Standardabweichungen)

<b>Gerät</b>	<b>Baby Boomer</b> (n = 15) M (SD)	<b>Generation X</b> (n = 14) M (SD)	<b>Digital Natives</b> (n = 18) M (SD)	<b>Alle</b> (N = 47) M (SD)
Handy	6.73	7.64 (5.26)	14.31	<b>10,26</b>
Notebook	1.87	2.39 (5.26)	3.06	<b>2,51</b>
PC	2.67	1.50 (2.39)	0.31	<b>1,47</b>
Tablet	0.37	1.11 (2.65)	0.61	<b>0,69</b>
<b>Alle</b>	<b>12.03 (5.30)</b>	<b>12.86 (4.16)</b>	<b>20.06 (7.21)</b>	<b>15,35 (6.92)</b>

#### 4.2.4.3 Art der Aktivitäten der Generationen

Die Teilnehmer machten insgesamt 1.443 Einträge in das Selbstbeobachtungsprotokoll. Die Angaben reichten von kurzen Notizen wie "Spiegel online ansehen" (Baby Boomer, 59 Jahre, männlich, MD) oder "Serie nebenher" (Digital Native, 24 Jahre, weiblich, MD) zu langen, emotionalen Beschreibungen wie "lustiges gefundenes Wortspiel verschickt an Freund, WhatsApp" (Digital Native, 26 Jahre, weiblich, OD) oder "... Netflix - ich hab versucht Film zu gucken aber

er war nicht besonders interessant, ... habe ich aufgehört zu gucken und bin ich auf Youtube; Entspannung mit Musik gehört, bin ich ruhig geworden hat gut getan" (Generation X, 46 Jahre, weiblich, MD). Einige Einträge waren eng mit dem Alltag der Teilnehmer verknüpft: "1 YouTube Video schauen, während Zähne putzen, Haare machen etc."; "Frühstück in Handyapp übertragen" (beide jeweils Digital Native, 22 Jahre, weiblich, MD) oder "Spiel, wach werden" (Digital Native, 24 Jahre, weiblich, MD).

Die gefundenen Aktivitäts-Cluster sind in Tabelle 12 aufgeschlüsselt nach Generationen dargestellt. Die Kategorie "Kommunikation" umfasste alle kommunikativen Tätigkeiten, die online stattfanden, aber nicht "Telefonat". Dieses dient zwar ebenfalls der Kommunikation, wurde aber bereits in den Interviews als besonders wahrgenommen und daher auch hier extra codiert. Eine weitere Kategorie, die nicht unter "Kommunikation" zusammengefasst wurde, war "SWAM", eine Abkürzung für "Sehen, was die anderen machen". Darunter fielen alle Aktivitäten, die darauf abzielten im Social-Media-Profil von Freunden Details über deren aktuelle Aktivitäten abzurufen, ohne jeweils mit diesen Freunden Kontakt aufzunehmen oder zu kommunizieren. In die Kategorie "Körper" fallen Aktivitäten, die der Gesundheit dienen, beispielsweise die Nutzung von Schrittzählern, Ernährungs-Apps oder Pulsmessern. Diese können auf einem Fitness-Tracker installiert sein oder auf einem Handy. Die Kategorie "Technik" umfasste direkte Tätigkeiten am Gerät wie Installationen oder Wartungen.

Wie in Kapitel 3.3.5 beschrieben, wurde in den Protokollen explizit nach privater Nutzung gefragt. Dennoch wurden einige Angaben mit "Job" und "Studium" gemacht und als solche klassifiziert.

Tabelle 12: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Geclusterte Aktivitäten nach Generation (Häufigkeiten)

<b>Aktivitäten</b>	<b>Baby Boomer</b> (n = 15)	<b>Generation X</b> (n = 14)	<b>Digital Natives</b> (n = 18)	<b>Summe</b> (N = 47)
Kommunikation	132	131	255	<b>518</b>
Alltag	63	50	72	<b>185</b>
Unterhaltung	10	23	135	<b>168</b>
Information	41	50	66	<b>157</b>
Musik	12	12	37	<b>61</b>
Körper	20	9	29	<b>58</b>
Job	24	11	16	<b>51</b>
Studium	0	12	33	<b>45</b>
Telefonat	17	6	15	<b>38</b>
SWAM	3	9	24	<b>36</b>
Spielen	7	11	12	<b>30</b>
Technik	14	11	4	<b>29</b>

<b>Aktivitäten</b>	<b>Baby Boomer</b> (n = 15)	<b>Generation X</b> (n = 14)	<b>Digital Natives</b> (n = 18)	<b>Summe</b> (N = 47)
Shoppen	9	10	8	<b>27</b>
Mobilität	6	6	11	<b>23</b>
Kreativität	3	6	3	<b>12</b>
Entspannung	0	3	2	<b>5</b>
<b>Summe</b>	<b>361</b>	<b>360</b>	<b>722</b>	<b>1.443</b>

\*SWAM = "Sehen, was, die anderen machen"

Die Häufigkeiten der Aktivitäten zeigen, dass Kommunikation in allen Generationen an erster Stelle steht, allerdings ist bereits die zweithäufigste Kategorie nicht mehr für alle Gruppen dieselbe: Hier folgt bei den beiden älteren Generationen noch der Alltag, die Digital Natives geben häufiger Aktivitäten an, die als Unterhaltung zusammengefasst wurden. Diese kommt für die Baby Boomer erst an siebter Stelle vor anderen Aktivitäten.

Besonders viele Einträge der *Baby Boomer* beziehen sich – nach der Kommunikation – auf die Suche nach Information. Weiter folgen Aktivitäten, die im Zusammenhang mit der Arbeit stehen, gefolgt von Tätigkeiten, die den Körper bzw. den Erhalt der Gesundheit betreffen. Öfter als andere sind die Baby Boomer auch mit der Instandhaltung oder Installation von Programmen (Kategorie Technik) beschäftigt. Die Aktivität Entspannung taucht in dieser Generation nicht auf.

Auch für die *Generation X* stehen Kommunikation, Alltag und Informationssuche an erster Stelle, darauf folgen Unterhaltung und Musik hören. Insgesamt ist jede Aktivität hier vertreten, der Bereich Kreativität ist stärker vertreten als bei den anderen Generationen, Telefonate werden seltener berichtet.

Die *Digital Natives* geben deutlich häufiger als die anderen Generationen Aktivitäten an, die mit Kommunikation zusammengefasst wurden. Auch Unterhaltung und SWAM werden öfter berichtet. Auch in dieser Generation ist jede Aktivität vertreten, häufiger als in den anderen Generationen wird Mobilität online organisiert.

#### 4.2.4.4 Beziehungsebene der Aktivitäten der Generationen

Wie in Kapitel 3.3.5 dargelegt, waren alle Aktivitäten daraufhin gruppiert worden, ob sie auf sich selbst gerichtet waren oder in Interaktion mit einem Gegenüber stattfanden. Im ersten Fall erhielten sie die Zuordnung "ICH" im zweiten "DU".

Die Ergebnisse zeigen, dass die Generation der Baby Boomer weniger Aktivitäten angab, die mit "ICH" zusammengefasst wurden als die Generation X und die der Digital Natives (Dia-

gramm 1). Über alle Gruppen hinweg, bezogen sich 40,1 % der Aktivitäten auf eine Interaktion mit einem Gegenüber (im Diagramm als "mittleres Du" dargestellt). 59,9 % waren auf das eigene Ich fokussiert.

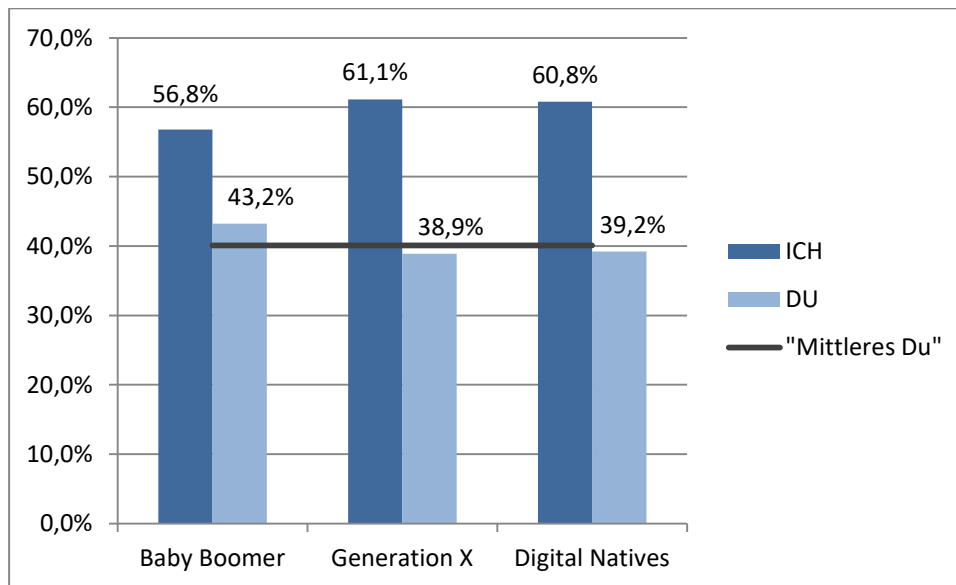


Diagramm 1: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Aktivitäten der drei Generationen der Kategorie "ICH" und "DU"

Die Ergebnisse in Häufigkeiten befinden sich im Anhang Ergebnisse in Kap. 12.4.1

#### 4.2.4.5 Emotionales Erleben im Anschluss an die Aktivitäten der Generationen

Die Beschreibungen in der Spalte "Wie ging es mir danach?" variierte zwischen kurzen Statements wie "gut", "zufrieden" oder "verärgert" bis hin zu breiten Schilderungen wie "ich bin bisschen abgelenkt schöne Klaviermusik tut einfach gut ich bin ruhig" (Generation X, 46 Jahre, MD, weiblich) oder "bisschen genervt; der tippt so langsam" und "genervt, weil er immer Sachen vergisst & ich muss sie nachschicken" (beides jeweils Generation X, 53 Jahre, OD, weiblich). Einige Probanden nutzten die Gelegenheit differenzierte Beobachtungen zu notieren, zum Beispiel "einerseits gut, da die "Aufgabe"/Pflicht des Antworten erledigt ist; andererseits schlecht, da ich in diesen Minuten meinen Freunden am Mittagstisch keine Aufmerksamkeit entgegengebracht habe" (Digital Native, 22 Jahre, OD, weiblich).

Die Auswertung der Emotionen nach der Systematik von Plutchik (vgl. Kap. 3.4.2.) zeigte, dass von den 24 möglichen Gefühlen 22 auftauchten. Der überwiegende Teil der Gefühle wurden auf dem äußersten Ring der Systematik berichtet, der nach Plutchik der am wenigsten intensive ist, einige Gefühle befinden sich im mittleren Intensitätsbereich und nur sehr wenige wurden im inneren Bereich gewählt, darunter die drei positiven Gefühle "achtsam", "begeistert" und "vertrauend", aber nur einmal das Gefühl "wütend". Dieses wurde nach einem Konflikt

berichtet. Das Verhältnis von innen nach außen war: 910/291/27 ("müde" und "neutral" sind hier nicht berücksichtigt).

Positive Gefühle der drei Dimensionen Erwartung, Freude und Vertrauen mit insgesamt 768 Nennungen überwogen über den negativen Gefühlen mit 409 Nennungen der vier Dimensionen Angst, Trauer, Abneigung und Wut. Neutrale Gefühle (Überraschung, "neutral" und "müde") erhielten 220 Nennungen. Alle drei Generationen zeigten hier ein ähnliches Verhältnis von positiven zu negativen und neutralen Nennungen (Baby Boomer: 202/103/44, Generation X: 209/86/58, Digital Natives: 357/220/118). Die am häufigsten genannten Gefühle wurden nach der Kategorie "gelassen", "gereizt", "froh" und "müde" codiert. Für alle drei Generationen standen die ersten drei dieser Gefühle gleichermaßen im Vordergrund, an vierter Stelle stand für die Digital Natives "gelangweilt" und für die Generation X "neutral". Die darauffolgenden Gefühle unterschieden sich innerhalb der Generationen deutlich (Tabelle 13).

Tabelle 13: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Angaben in der Tabellenspalte "Wie ging es mir danach" geclustert nach dem Emotionsrad nach Plutchik nach Generation (Häufigkeiten)

<b>Dimension</b>	<b>Gefühle</b>	<b>Baby Boomer</b> (n = 15)	<b>Generation X</b> (n =14)	<b>Digital Natives</b> (n = 18)	<b>Summe</b> (n = 47)
Erwartung	neugierig	4	2	24	<b>30</b>
Erwartung	bereit	8	7	11	<b>26</b>
Erwartung	achtsam	0	3	0	<b>3</b>
Freude	gelassen	117	128	210	<b>455</b>
Freude	froh	50	43	71	<b>164</b>
Freude	begeistert	4	10	3	<b>17</b>
Vertrauen	akzeptierend	18	13	32	<b>63</b>
Vertrauen	bewundernd	1	3	0	<b>4</b>
Vertrauen	vertrauend	0	0	6	<b>6</b>
Angst	ängstlich	1	1	0	<b>2</b>
Angst	besorgt	12	19	7	<b>38</b>
Überraschung	verwirrt	10	2	35	<b>47</b>
Überraschung	überrascht	0	0	4	<b>4</b>
Trauer	nachdenklich	6	3	15	<b>24</b>
Trauer	traurig	4	4	9	<b>17</b>
Abneigung	gelangweilt	8	8	60	<b>76</b>
Abneigung	ablehnend	0	2	7	<b>9</b>
Wut	gereizt	63	38	112	<b>213</b>
Wut	verärgert	9	11	9	<b>29</b>
Wut	wütend	0	0	1	<b>1</b>
Körper	müde	26	25	51	<b>102</b>
Neutral	neutral	8	31	28	<b>67</b>
missing		12	7	27	<b>46</b>
<b>Summe</b>		<b>361</b>	<b>360</b>	<b>722</b>	<b>1.443</b>

## 4.2.4.6 Aktivitäten und Gefühle der Generationen

Eine Gegenüberstellung der geclusterten Aktivitäten sortiert nach Häufigkeit mit den darauffolgenden Kategorien von Gefühlen ergibt für die Generationen ein jeweils unterschiedliches Profil. In allen Generationen stand Kommunikation an erster Stelle und die darauffolgenden Gefühlsspektren begannen mit "gelassen", gefolgt von "gereizt" und "froh". Für Baby Boomer und Generation X folgten Alltag und Information, für die Digital Natives die Unterhaltung. In Tabelle 14 sind die fünf am häufigsten genannten Kategorien von Aktivitäten mit ihrer Gefühlsbeschreibung der jeweiligen Generation genannt. Eine vollständige Tabelle befindet sich aus Platzgründen im Anhang in Kapitel 12.4.2.

Tabelle 14: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Aktivitäten und die jeweils folgenden Gefühle der Generationen mit mindestens 4 Gefühlen pro Aktivität

<b>Baby Boomer</b> (n = 15)		<b>Generation X</b> (n = 14)		<b>Digital Natives</b> (n = 18)	
Kommunikation (132)		Kommunikation (131)		Kommunikation (255)	
gelassen	43	gelassen	52	gelassen	84
gereizt	23	gereizt	17	gereizt	51
froh	21	froh	16	froh	31
akzeptierend	9	neutral	14	gelangweilt	13
müde	8	verärgert	7	verwirrt	13
neutral	6	besorgt	6		
		müde	5		
Alltag (63)		Alltag (50)		Unterhaltung (135)	
gereizt	19	gelassen	15	gelassen	38
gelassen	12	gereizt	7	gelangweilt	24
froh	9	akzeptierend	5	gereizt	14
müde	9	froh	5	froh	14
besorgt	5	müde	4	müde	10
Information (41)		Information (50)		Alltag (72)	
gelassen	15	gelassen	12	gelassen	19
gereizt	4	neutral	7	gereizt	14
froh	4	müde	5	müde	12
bereit	4	besorgt	5	akzeptierend	5
		gereizt	5		
Job (24)		Unterhaltung (23)		Information (66)	
gelassen	7	froh	7	gelassen	18
gereizt	4	gelassen	6	verwirrt	7
				neugierig	6
				gelangweilt	5
				gereizt	5
Körper (20)		Musik (12)		Musik (37)	
gelassen	11	gelassen	8	gelassen	18
		froh	4	froh	5
				neutral	4

*i Exemplarische Einträge der Baby Boomer*

Für die Baby Boomer folgte nach Kommunikation an zweiter Stelle der Alltag, es überwogen Gefühle, die als "gereizt" zusammengefasst wurden, gefolgt von "gelassen". Die Suche nach Informationen löste am häufigsten das Gefühl "gelassen" aus, ebenso wie in den Kategorien Job oder Körper.

Die folgenden Beispiele für Einträge in das Selbstbeobachtungsprotokoll illustrieren die am häufigsten genannten Aktivitäten gefolgt von Beschreibungen der Gefühle in der Generation der Baby Boomer (Original-Einträge kursiv):

Aktivität:	<i>kurz nachgesehen, ob mein Chef in Chile gut gelandet ist :)</i>
Wie ging es mir danach?	<i>bin beruhigt und kann zufrieden einschlafen!</i>
Grad der Aktivität:	<i>2</i>
Dauer:	<i>5 Min</i>
Gerät:	<i>Handy</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Kommunikation; Beziehungsebene: DU; Gefühl: akzeptierend  (Baby Boomer, 58 Jahre, weiblich, OD)
Aktivität:	<i>Versuch d. Standortbestimmung über Outdoor-App</i>
Wie ging es mir danach?	<i>unzufrieden, weil Ø geklappt</i>
Grad der Aktivität:	<i>10</i>
Dauer:	<i>10 Min</i>
Gerät:	<i>Handy</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Alltag; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: gereizt (Baby Boomer, 59 Jahre, männlich, MD)
Aktivität:	<i>Recherche &amp; Surfen im Netz</i>
Wie ging es mir danach?	<i>zufrieden</i>
Grad der Aktivität:	<i>10</i>
Dauer:	<i>60 Min</i>
Gerät:	<i>Notebook</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Information; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: gelassen  (Baby Boomer, 59 Jahre, weiblich, OD)
Aktivität:	<i>Versuch einen Klinikzugang an meinen PC zu legen (während des "Tatorts")</i>
Wie ging es mir danach?	<i>entnervt</i>
Grad der Aktivität:	<i>9</i>
Dauer:	<i>70 Min</i>
Gerät:	<i>PC</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Job; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: verärgert (Baby Boomer, 59 Jahre, weiblich, OD)

Aktivität:	<i>WW-App Punkte gecheckt</i>
Wie ging es mir danach?	<i>Immer noch gut</i>
Grad der Aktivität:	<i>10</i>
Dauer:	<i>10 Min</i>
Gerät:	<i>Handy</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Körper; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: gelassen  (Baby Boomer, 56 Jahre, weiblich, MD)
Aktivität:	<i>Telefonat</i>
Wie ging es mir danach?	<i>glücklich, da Telefonat mit kleiner Tochter</i>
Grad der Aktivität:	<i>10</i>
Dauer:	<i>10 Min</i>
Gerät:	<i>Handy</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Telefonat; Beziehungsebene: DU; Gefühl: froh  (Baby Boomer, 56 Jahre, weiblich, MD)
Aktivität:	<i>Tanzpartner.de Tanzpartnersuche</i>
Wie ging es mir danach?	<i>genervt, keinen Partner gefunden</i>
Grad der Aktivität:	<i>5</i>
Dauer:	<i>15 Min</i>
Gerät:	<i>Notebook</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Alltag; Beziehungsebene: DU; Gefühl: gereizt  (Baby Boomer, 56 Jahre, weiblich, MD)

#### *ii Exemplarische Einträge der Generation X*

Die Generation X berichtete nach der Kommunikation am zweit häufigsten über den Alltag und Informationssuche gleichermaßen, in beiden Fällen überwog ein "gelassen". Unterhaltung und Musik spielte in ihrem Alltag eine Rolle, die führte zu positiven Gefühlen wie "gelassen" und "froh".

Es folgen beispielhafte Einträge in das Selbstbeobachtungsprotokoll der Generation X mit den am häufigsten genannten Arten der Aktivität (Original-Einträge kursiv):

Aktivität:	<i>Whatsapp: Tochter auf Klassenfahrt schreiben</i>
Wie ging es mir danach?	<i>sehr gut, da ich von meiner Tochter gehört habe</i>
Grad der Aktivität:	<i>7</i>
Dauer:	<i>2 Min</i>
Gerät:	<i>Handy</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Kommunikation; Beziehungsebene: DU; Gefühl: froh  (Generation X, 47 Jahre, weiblich, OD)



Aktivität:	<i>E-mail an Umweltamt für Naturschutzprojekt</i>
Wie ging es mir danach?	<i>genervt, dass ich das alles mache</i>
Grad der Aktivität:	<i>6,0</i>
Dauer:	<i>20 Min</i>
Gerät:	<i>Notebook</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Kommunikation; Beziehungsebene: DU; Gefühl: gereizt  (Generation X, 45 Jahre, männlich, MD)
Aktivität:	<i>Steuer gemacht + Internet-Recherchen</i>
Wie ging es mir danach?	<i>erleichtert, gutes Gefühl, zufrieden</i>
Grad der Aktivität:	<i>10,0</i>
Dauer:	<i>120 Min</i>
Gerät:	<i>Notebook</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Alltag; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: akzeptierend  (Generation X, 51 Jahre, weiblich, OD)
Aktivität:	<i>Vokabeln nachgeschlagen um Text auf Französisch zu verfassen</i>
Wie ging es mir danach?	<i>frustriert, weil zu schlechtes Französisch</i>
Grad der Aktivität:	<i>10</i>
Dauer:	<i>30 Min</i>
Gerät:	<i>Tablet</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Information; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: gereizt  (Generation X, 45 Jahre, weiblich, MD)
Aktivität:	<i>Pause mit anderem Film (Rauchen)</i>
Wie ging es mir danach?	<i>gute Ablenkung wegen Gedanken und Grübeln</i>
Grad der Aktivität:	<i>4</i>
Dauer:	<i>missing</i>
Gerät:	<i>Handy</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Unterhaltung; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: gelassen  (Generation X, 46 Jahre, weiblich, MD)
Aktivität:	<i>Musik gehört</i>
Wie ging es mir danach?	<i>fröhlich</i>
Grad der Aktivität:	<i>2</i>
Dauer:	<i>15 Min</i>
Gerät:	<i>Tablet</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Musik; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: froh  (Generation X, 45 Jahre, weiblich, MD)
Aktivität:	<i>Facebook</i>
Wie ging es mir danach?	<i>Schöne Bilder angeschaut</i>
Grad der Aktivität:	<i>3</i>
Dauer:	<i>7</i>
Gerät:	<i>Handy</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: SWAM; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: gelassen  (Generation X, 33 Jahre, weiblich, OD)

### *iii Exemplarische Einträge der Digital Natives*

Auch in der nach Kommunikation am zweit häufigsten genannten Kategorie, der Unterhaltung berichteten die Digital Natives häufig von "gelassen", aber auch von "gelangweilt" als vorherrschendes Gefühl. In der Bewältigung des Alltags mittels Internet und soziale Medien überwog das Gefühl "gelassen", gefolgt von "gereizt" und "müde". Die Suche nach Information, für die Digital Natives an vierter Stelle löste ein breites Spektrum von "gelassen" über "verwirrt", "neugierig" und "gelangweilt" aus. In den Kategorien Studium und SWAM äußerten die Probanden überwiegend negative Gefühle. SWAM löste häufig Gefühle von "gelangweilt" und "gereizt" aus. In den Bereichen Musik, Körper und Telefonat waren die Gefühle überwiegend positiv (siehe Tabelle im Anhang, Kapitel 12.4.2).

Beispielhafte Einträge der Digital Natives in den am häufigsten genannten Aktivitäten und ihren anschließenden Gefühlen (Original-Einträge kursiv):

Aktivität:	<i>YouTube-Videos</i>
Wie ging es mir danach?	<i>gut, fühle mich nicht alleine beim essen</i>
Grad der Aktivität:	<i>5</i>
Dauer:	<i>20 Min</i>
Gerät:	<i>Notebook</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Unterhaltung; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: gelassen  (Digital Native, 22 Jahre, männlich, OD)
Aktivität:	<i>Online-shopping</i>
Wie ging es mir danach?	<i>etwas frustriert, gestresst</i>
Grad der Aktivität:	<i>8</i>
Dauer:	<i>30 Min</i>
Gerät:	<i>Notebook</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Alltag; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: gereizt (Digital Native, 23 Jahre, weiblich, MD)
Aktivität:	<i>Musik-Playlist für Hausputz gestartet</i>
Wie ging es mir danach?	<i>gut, mit guter Musik arbeitet sich leichter</i>
Grad der Aktivität:	<i>6</i>
Dauer:	<i>2 Min</i>
Gerät:	<i>Tablet</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Musik; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: gelassen  (Digital Native, 27 Jahre, weiblich, OD)
Aktivität:	<i>Facebook: neueste Aktivitäten anschauen</i>
Wie ging es mir danach?	<i>genervt da Zeitverschwendung</i>
Grad der Aktivität:	<i>6,0</i>
Dauer:	<i>10 Min</i>
Gerät:	<i>Handy</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: SWAM; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: gereizt  (Digital Native, 22 Jahre, OD, weiblich)

Aktivität:	<i>Online-Recherche</i>
Wie ging es mir danach?	<i>unruhig</i>
Grad der Aktivität:	<i>8</i>
Dauer:	<i>5 Min</i>
Gerät:	<i>Notebook</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Information; Beziehungsebene: ICH; Gefühl: besorgt  (Digital Native, 22 Jahre, weiblich, MD)
Aktivität:	<i>WhatsApp</i>
Wie ging es mir danach?	<i>kurz abgelenkt</i>
Grad der Aktivität:	<i>5</i>
Dauer:	<i>2 Min</i>
Gerät:	<i>Handy</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Kommunikation; Beziehungsebene: DU; Gefühl: verwirrt  (Digital Native, 29 Jahre, männlich, OD)
Aktivität:	<i>Rätselspiel mit meinem Partner</i>
Wie ging es mir danach?	<i>gefordert, angestrengt stolz, wenn ein Rätsel gelöst wurde</i>
Grad der Aktivität:	<i>8</i>
Dauer:	<i>30 Min</i>
Gerät:	<i>PC</i>
Auswertung:	Art der Aktivität: Spielen; Beziehungsebene: DU; Gefühl: vertrauensvoll  (Digital Native, 24 Jahre, weiblich, MD)

#### 4.2.5 Ergebnisse der Selbstbeobachtungsprotokolle der Gruppen OD vs. MD

##### 4.2.5.1 Nutzungsdauer, Anzahl und subjektiv empfundener Grad der Aktivitäten pro Tag und Gerät der Gruppen OD vs. MD

Insgesamt waren die Probanden der Gruppe OD aktiver als die der Gruppe MD, sowohl was Nutzungsdauer als auch Anzahl der Aktivitäten pro Tag betrifft. Der subjektiv empfundene Grad der Aktivität unterschied sich nicht. Details sind in Tabelle 15 zusammengestellt.

Tabelle 15: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Nutzungsdauer, Anzahl und subjektiv empfundener Grad der Aktivitäten pro Tag und Gerät Gruppen OD vs. MD (Mittelwerte, Standardabweichungen, SD)

Variable	OD (n = 24) M (SD)	MD (n = 23) M (SD)	Alle (N = 47) M (SD)
Nutzungsdauer pro Tag und Gerät	360.83 (237.75)	304.49 (226.04)	<b>331.77</b> <b>(233.49)</b>
Anzahl der Aktivitäten pro Tag	15.96 (7.56)	14.52 (7.23)	<b>15.24</b> <b>(7.39)</b>
Subjektiv empfundener Grad der Aktivitäten	5.48 (2.91)	5.54 (2.83)	<b>5.51</b> <b>(2.87)</b>

##### 4.2.5.2 Bevorzugtes Gerät der Gruppen OD vs. MD

Die Nutzung der einzelnen Geräte in der Reihenfolge ihrer Häufigkeit in der Gruppe der Probanden ohne und mit Diagnose befindet sich in Tabelle 16. Das wesentliche Gerät Handy unterschied sich nicht, Notebook und PC wurden von der Gruppe OD häufiger genutzt, das Tablet dagegen häufiger von der Gruppe MD. Fitness-Tracker wurden nur von Probanden ohne Diagnose genutzt.

Tabelle 16: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Bevorzugte Geräte nach Gruppe OD vs. MD (Häufigkeiten)

<b>Gerät</b>	<b>OD</b> (n = 24)	<b>MD</b> (n = 23)	<b>Summe</b> (N = 47)
Handy	482	482	<b>964</b>
Notebook	138	98	<b>236</b>
PC	78	59	<b>137</b>
Tablet	23	42	<b>65</b>
Internet-TV	12	6	<b>18</b>
Fitness-Tracker	14	0	<b>14</b>
xBox	0	3	<b>3</b>
PC/Notebook	2	0	<b>2</b>
Fitness-Tracker/Handy	1	0	<b>1</b>
Handy/Notebook	1	0	<b>1</b>
Smarte Waage	1	0	<b>1</b>
Tablet/Notebook	1	0	<b>1</b>
<b>Summe</b>	<b>753</b>	<b>690</b>	<b>1.443</b>

Die Gerätenutzung pro Tag und Gerät war in der Gruppe OD leicht erhöht im Vergleich zu MD, allerdings nicht in Bezug auf das Handy. Hier war das Verhältnis umgekehrt (Tabelle 17).

Tabelle 17: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Durchschnittliche Anzahl der Gerätenutzung pro Tag und Person nach Gruppe MD vs OD (Mittelwerte, Standardabweichungen)

<b>Gerät</b>	<b>OD</b> (n = 24) M (SD)	<b>MD</b> (n = 23) M (SD)	<b>Alle</b> (N = 47) M (SD)
Handy	10.04	10.48	<b>10.26</b>
Notebook	2.88	2.13	<b>2.51</b>
PC	1.63	1.28	<b>1.46</b>
Tablet	0.48	0.91	<b>0.69</b>
<b>Alle</b>	<b>15.69</b>	<b>15.00</b>	<b>15.35</b>

## 4.2.5.3 Art der Aktivitäten der Gruppen OD vs. MD

Die Aktivitäten im Gruppenvergleich der *Probanden OD* gegenüber *MD* zeigen, dass Kommunikation als Aktivität gleich häufig vertreten ist, Alltagsaktivitäten von den Probanden ohne eine Diagnose aber häufiger angegeben werden sowie Aktivitäten, die mit Informationssuche zu tun haben. Auch Tätigkeiten, die mit dem Körper zu tun haben, Telefonate, Shoppen und Aktivitäten der Kategorie SWAM werden häufiger von der Gruppe OD angegeben. Probanden mit Diagnose dagegen geben häufiger Aktivitäten der Kategorie Unterhaltung an. Weitere Details sind in Tabelle 18 aufgeschlüsselt.

Tabelle 18: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Geclusterte Aktivitäten nach Gruppe Ohne-Diagnose vs. Mit-Diagnose (OD vs. MD) (Häufigkeiten)

<b>Aktivitäten</b>	<b>OD (n = 24)</b>	<b>MD (n = 23)</b>	<b>Summe (N = 47)</b>
Kommunikation	262	256	<b>518</b>
Alltag	111	74	<b>185</b>
Unterhaltung	65	103	<b>168</b>
Information	90	67	<b>157</b>
Musik	27	34	<b>61</b>
Körper	35	23	<b>58</b>
Job	30	21	<b>51</b>
Studium	28	17	<b>45</b>
Telefonat	26	12	<b>38</b>
SWAM	26	10	<b>36</b>
Spielen	6	24	<b>30</b>
Technik	6	23	<b>29</b>
Shoppen	20	7	<b>27</b>
Mobilität	12	11	<b>23</b>
Kreativität	7	5	<b>12</b>
Entspannung	2	3	<b>5</b>
<b>Summe</b>	<b>753</b>	<b>690</b>	<b>1.443</b>

\*SWAM = "Sehen, was, die anderen machen"

#### 4.2.5.4 Beziehungsebene der Aktivitäten der Gruppen OD vs. MD

Gruppiert nach Probanden OD vs. MD ergab sich kein Unterschied zwischen den Aktivitäten, die sich auf das eigene ICH und ein Gegenüber bzw. ein DU beziehen (Diagramm 2).

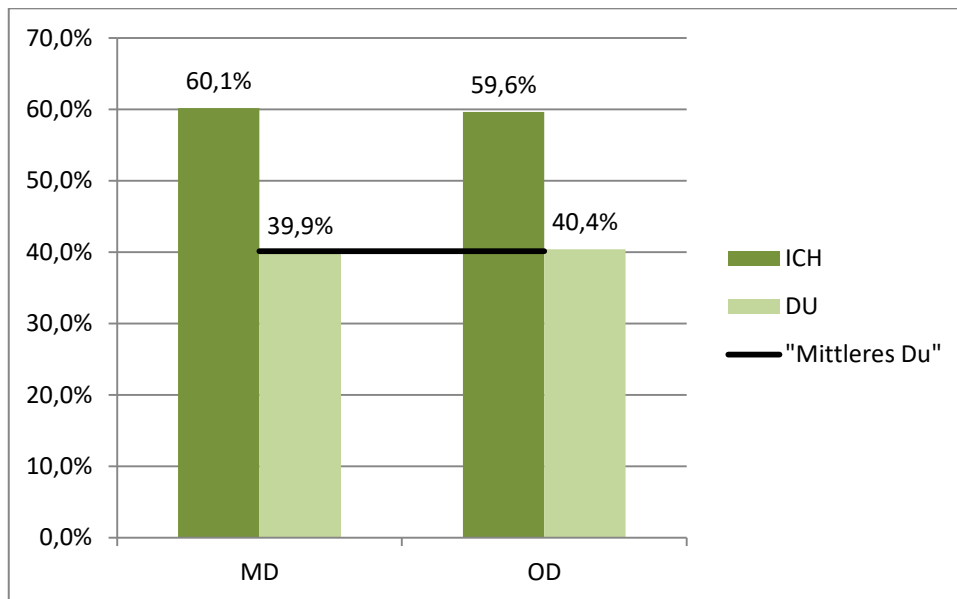


Diagramm 2: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Aktivitäten der Gruppen OD vs. MD der Kategorie "ICH" und "DU"

#### 4.2.5.5 Emotionales Erleben im Anschluss an die Aktivitäten der Gruppen OD vs. MD

##### Aktivitäten und Gefühle

Unterschieden nach der Gruppe OD vs. MD zeigt sich, dass bei den Probanden ohne Diagnose (OD) positive Gefühle mit 470 Nennungen deutlich über negativen (176) und neutralen (97) Gefühlen überwogen. Bei den Probanden mit Diagnose (MD) dagegen überwogen positive Gefühle der drei Dimensionen Erwartung, Freude und Vertrauen mit insgesamt 298 Nennungen nur knapp über den negativen Gefühlen der vier Dimensionen Angst, Trauer, Abneigung und Wut (233 Nennungen) überwogen. Neutrale Gefühle ("überrascht", "neutral" und "müde") erhielten 123 Nennungen. Eine genaue Analyse zeigt, dass die Gruppe MD seltener das Gefühl "gelassen" erlebte, seltener "froh" und "akzeptierend", dafür häufiger Gefühle beschrieben, die mit "nachdenklich", "traurig" oder "gereizt" codiert wurden. Weitere Details sind in Tabelle 19 aufgeführt.

Tabelle 19: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Angaben in der Tabellenspalte "Wie ging es mir danach" geclustert nach dem Emotionsrad nach Plutchik nach Gruppe Ohne-Diagnose vs. Mit-Diagnose (OD vs. MD) (Häufigkeiten)

<b>Dimension</b>	<b>Gefühle</b>	<b>OD</b> (n = 24)	<b>MD</b> (n = 23)	<b>Summe</b> (N = 47)
Erwartung	neugierig	22	8	<b>30</b>
Erwartung	bereit	19	7	<b>26</b>
Erwartung	achtsam	3	0	<b>3</b>
Freude	gelassen	268	187	<b>455</b>
Freude	froh	97	67	<b>164</b>
Freude	begeistert	12	5	<b>17</b>
Vertrauen	akzeptierend	43	20	<b>63</b>
Vertrauen	bewundernd	4	0	<b>4</b>
Vertrauen	vertrauend	2	4	<b>6</b>
Angst	ängstlich	1	1	<b>2</b>
Angst	besorgt	18	20	<b>38</b>
Überraschung	verwirrt	23	24	<b>47</b>
Überraschung	überrascht	1	3	<b>4</b>
Trauer	nachdenklich	9	15	<b>24</b>
Trauer	traurig	4	13	<b>17</b>
Abneigung	gelangweilt	39	37	<b>76</b>
Abneigung	ablehnend	3	6	<b>9</b>
Wut	gereizt	86	127	<b>213</b>
Wut	verärgert	15	14	<b>29</b>
Wut	wütend	1	0	<b>1</b>
Körper	müde	39	63	<b>102</b>
Neutral	neutral	34	33	<b>67</b>
missing		10	36	<b>46</b>
<b>Summe</b>		<b>753</b>	<b>690</b>	<b>1.443</b>

#### 4.2.5.6 Aktivitäten und Gefühle der Gruppen OD vs. MD

Alle geclusterten Aktivitäten mit ihren darauf folgenden Gefühlen wurden in der Häufigkeit ihrer Reihenfolge für die Gruppen OD vs. MD in Tabelle 20 dargestellt, sofern sie mehr als 5 Nennungen enthielten. Die ausführliche Tabelle befindet sich in Kapitel 12.4.2 aufgestellt nach Generationen.

Die Gegenüberstellung zeigt, dass Kommunikation in der Gruppe OD häufiger positive Gefühle auslöste wie "gelassen" oder "froh", in der Gruppe MD überwog zwar ebenfalls "gelassen", aber negative Gefühle waren proportional häufiger vertreten. Der Bereich Alltag wurde von der Gruppe OD am zweit häufigsten genannt, von MD stand er nach Unterhaltung an dritter Stelle. Für OD überwog "gelassen", vonseiten der Gruppe MD wurde häufiger von "gereizt" berichtet. Unterhaltung löste in beiden Gruppen positive Gefühle, aber auch Langeweile aus. Die Suche nach Information löste bei OD "gelassen", "neugierig" und "bereit" aus, wohingegen



MD zwar ebenfalls häufig von "gelassen" berichteten, aber negative Gefühle wie "gereizt" noch vor "froh" folgten. Der Bereich Körper wurde von der Gruppe MD erst an 7. Stelle (Tabelle 18, S. 80) genannt und taucht daher hier nicht auf. Für die Gruppe OD folgten auf diese Kategorie positive Gefühle. Die gilt Äquivalent für Musik der Gruppe MD.

Tabelle 20: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Aktivitäten und die jeweils folgenden Gefühle der Gruppe OD vs. MD mit mindestens 5 Gefühlen pro Aktivität

<b>OD (n=24)</b>		<b>MD (n = 23)</b>	
Kommunikation (262)		Kommunikation (256)	
gelassen	109	gelassen	70
froh	45	gereizt	58
gereizt	32	froh	24
neutral	19	müde	18
gelangweilt	9	neutral	13
akzeptierend	8	gelangweilt	11
verwirrt	8	akzeptierend	8
müde	6	verwirrt	8
verärgert	5	verärgert	7
		besorgt	7
Alltag (111)		Unterhaltung (103)	
gelassen	30	gelassen	26
gereizt	18	gelangweilt	15
müde	13	froh	12
froh	10	gereizt	11
akzeptierend	10	müde	9
besorgt	6		
neutral	5		
Information (90)		Alltag (74)	
gelassen	31	gereizt	22
neugierig	7	gelassen	16
bereit	6	müde	12
gereizt	5	froh	6
froh	5	besorgt	5
verwirrt	5		
akzeptierend	5		
gelangweilt	5		

<b>OD (n=24)</b>	<b>MD (n = 23)</b>	<b>OD (n=24)</b>	
Unterhaltung (65)		Information (67)	
gelassen	23	gelassen	14
gelangweilt	10	gereizt	9
froh	10	froh	5
		müde	5
		verwirrt	5
		besorgt	5
Körper (35)		Musik (34)	
froh	9	gelassen	17
akzeptierend	9	froh	7
gelassen	6		

Beispielhafte Einträge der beiden Gruppen in die Protokolle sind in den Darstellungen der Generationen in Kap. 4.2.4.6 integriert.

#### 4.2.6 Ergebnisse des HADS-D (Hospital Anxiety and Depression Scale)

Folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse des HADS-D gruppiert nach der im Auswertungsmanual genannten diagnostischen Relevanz aufgeschlüsselt nach Generationen:

Tabelle 21: Subscores Depressivität und Ängstlichkeit der Probanden in den Generationen gruppiert nach diagnostischer Relevanz (Häufigkeiten)

<b>Gruppierung</b>	<b>Baby Boomer (n = 15)</b>	<b>Generation X (n = 14)</b>	<b>Digital Natives (n = 18)</b>	<b>Alle (N = 47)</b>
<b>Depressivität</b>				
0-7 (unauffällig)	12	10	13	35
8-10 (suspekt)	1	2	2	5
11-21 (auffällig)	2	2	2	6
<b>Summe</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>46</b>
<b>Ängstlichkeit</b>				
0-7 (unauffällig)	11	9	7	27
8-10 (suspekt)	2	3	4	9
11-21 (auffällig)	2	2	6	10
<b>Summe</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>46</b>

Bezogen auf die Scores zeigten die Baby Boomer mit  $M = 4.87$  ( $SD = 5.40$ ) im Bereich Depressivität den höchsten Wert (Generation X:  $M = 4.57$ ,  $SD = 3.82$ , Digital Natives:  $M = 4.13$ ,  $SD =$

3.95). Im Bereich Ängstlichkeit waren die Scores der Digital Natives am höchsten mit  $M = 8.06$ ,  $SD = 3.38$  (Generation X:  $M = 6.21$ ,  $SD = 4.00$ ; Baby Boomer:  $M = 5.87$ ,  $SD = 3.54$ ). Weitere Details befinden sich im Anhang (Kapitel 12.5).

Alle Teilnehmer befanden sich in Bezug auf Depressivität im Bereich "unauffällig" (0-7), die Gruppe OD zeigte einen mittleren Score von  $M = 2.22$ ; die Gruppe MD befand sich an der oberen Grenze ( $M = 6.91$ ). Für die Subskala Ängstlichkeit befanden sich die Teilnehmer der Gruppe OD mit einem Mittelwert von  $M = 4.70$  im Bereich "unauffällig", die der MD mit  $M = 8.91$  im Bereich "suspekt" (8-10). Die Ergebnisse über alle Gruppen hinweg befinden sich in nachstehender Tabelle.

Tabelle 22: Ergebnisse der HADS-Subskalen Depressivität und Ängstlichkeit für **alle**: Summenscores in Mittelwerten (M), Standardabweichung (SD), Standardfehler des Mittelwertes (SE) und 95%iges Konfidenzintervall nach Gruppe Ohne-Diagnose vs. Mit-Diagnose (OD vs. MD)

	n	M	SD	SE	95%-KI
Depressivität					
OD (n = 24)	23	2.22	2.84	0.59	1.23 - 3.56
MD (n = 23)	22	6.91	4.42	0.93	5.11 - 8.74
<b>Alle (N = 47)</b>	<b>45</b>	<b>4.51</b>	<b>4.36</b>	<b>0.64</b>	<b>3.31 - 5.89</b>
Ängstlichkeit					
OD (n = 24)	23	4.70	2.98	0.59	3.57 - 5.88
MD (n = 23)	22	8.91	3.12	0.65	7.60 - 10.19
<b>Alle (N = 47)</b>	<b>45</b>	<b>6.76</b>	<b>3.69</b>	<b>0.53</b>	<b>5.76 - 7.82</b>

#### 4.2.7 Überprüfung der Haupt- und Nebenannahmen

##### 4.2.7.1 Hauptannahme 1

Für die HA 1, *Individualisierung ist im Generationenvergleich bei jüngeren Menschen stärker als bei älteren zu beobachten*, wurden die Items von VAS 1 und VAS 2 deskriptiv ausgewertet und mittels einer ANOVA auf Unterschiede in den Generationen hin überprüft.

Die deskriptiven Werte ergaben folgendes Bild:

Für die Items der VAS 1 "Ich Sorge für mich selbst" ergaben sich Gesamtmittelwerte für "damals" von  $M = 4.88$  ( $SD = 2.92$ ) und für "heute" von  $M = 7.42$  ( $SD = 2.04$ ). Bei beiden Items gab die Generation der Baby Boomer einen etwas höheren Wert an als die anderen Generationen (VAS 1<sub>damals</sub>:  $M = 5.97$ ,  $SD = 3.11$  (BB),  $M = 5.54$ ,  $SD = 2.79$  (GenX),  $M = 3.48$ ,  $SD = 2.36$  (DN);

VAS 1<sub>heute</sub>: M = 7.96, SD = 2.10 (BB), M = 7.16, SD = 1.44 (GenX), M = 7.16, SD = 2.38 (DN); Diagramme 1 und 2).

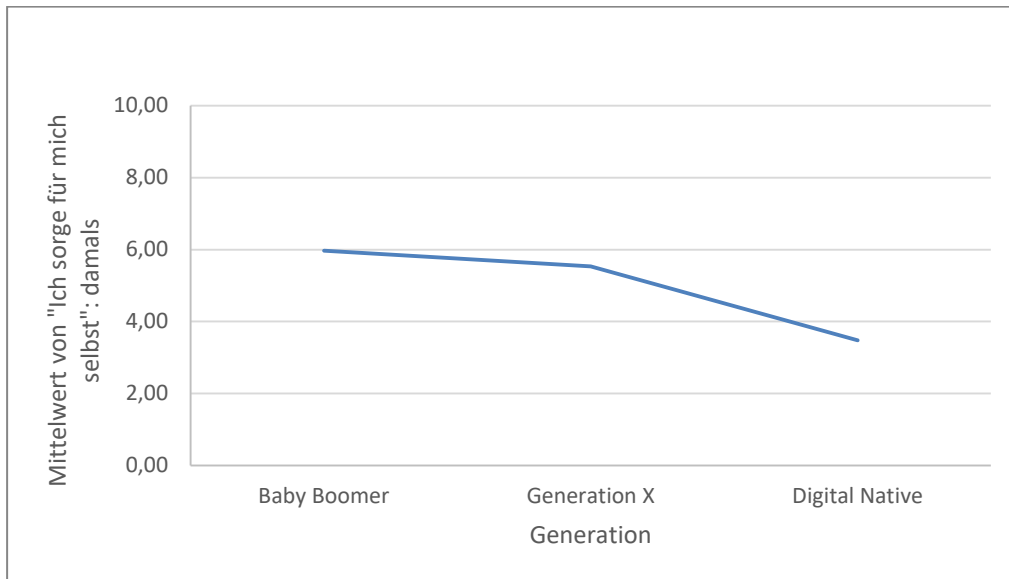


Diagramm 3: Ergebnisse Interviews: Mittelwerte der VAS 1<sub>damals</sub> in den Generationen

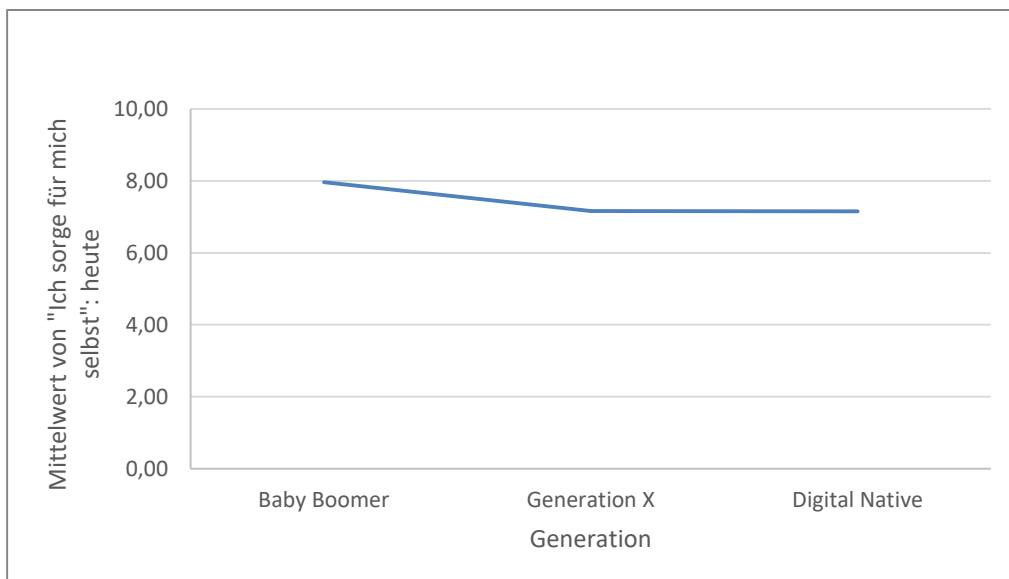


Diagramm 4: Ergebnisse Interviews: Mittelwerte der VAS 1<sub>heute</sub> in den Generationen

Das Item VAS 1<sub>damals</sub> zeigte nach einer ANOVA signifikante Unterschiede in den drei Generationen ( $F(2,44) = 3.94$ ,  $p = .03$ , partielles  $\eta^2 = 0.15$ ,  $n = 47$ ). Die Effektstärke liegt bei  $f = 0.42$ , der für die Stichprobengröße kritische Wert von  $f = 0.47$  wurde jedoch unterschritten. Ein Post-Hoc-Test nach Scheffé ergab einen Unterschied zwischen der Gruppe der Baby Boomer und der Digital Natives mit  $M_{diff} = 2.50$ ,  $p = .04$  (Baby Boomer vs. Generation X:  $M_{diff} = 0.44$ ,  $p = 0.91$ ; Generation X vs. Digital Natives:  $M_{diff} = 2.06$ ,  $p = .12$ ).

Eine ANOVA ergab keinen signifikanten Unterschied des Items VAS 1<sub>heute</sub> in den drei Generationen ( $F(2,44) = 0.77, p = .47, \text{partielles } \eta^2 = 0.03, n = 47$ ).

Das Item VAS 2 "Ich möchte mich selbst verbessern" zeigte für alle Generationen einen Gesamtmittelwert von  $M = 6.04$  ( $SD = 3.01$ ) für damals und  $M = 6.50$  ( $SD = 2.85$ ) für heute. Hier lagen die Baby Boomer beim ersten Wert, dem für damals, noch leicht höher als die anderen, beim heutigen Wert lagen die Digital Natives am höchsten (Diagramme 3 und 4).

(VAS 2<sub>damals</sub>:  $M = 6.41, SD = 3.07$  (BB),  $M = 6.05, SD = 3.32$  (GenX),  $M = 5.72, SD = 2.86$  (DN);

VAS 2<sub>heute</sub>:  $M = 5.21, SD = 3.23$  (BB),  $M = 6.07, SD = 3.21$  (GenX),  $M = 7.92, SD = 1.36$  (DN))

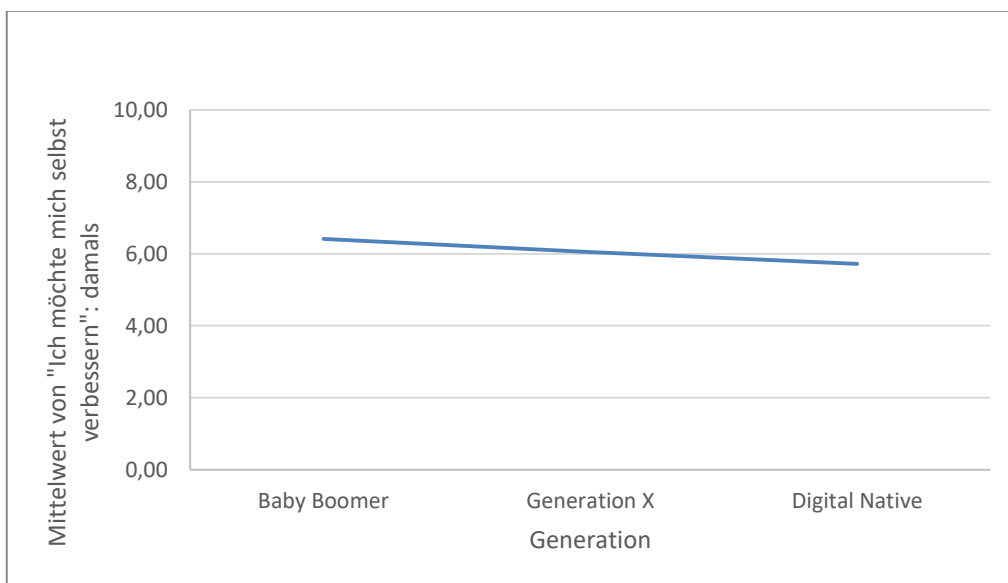


Diagramm 5: Ergebnisse Interviews: Mittelwerte der VAS 2<sub>damals</sub> in den Generationen

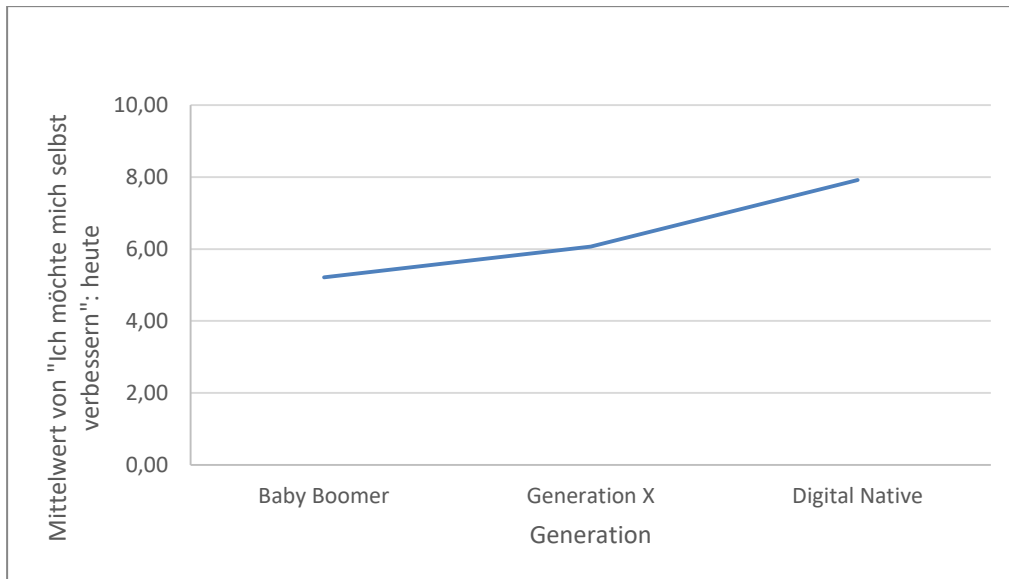


Diagramm 6: Ergebnisse Interviews: Mittelwerte der VAS 2<sub>heute</sub> in den Generationen

Das Item VAS 2<sub>damals</sub> unterschied sich in den Gruppen nicht signifikant ( $F(2,44) = 0.21$ ,  $p = .81$ , partielles  $\eta^2 = 0.01$ ,  $n = 47$ ).

Der Unterschied des Items VAS 2<sub>heute</sub> dagegen war signifikant ( $F(2,44) = 4.49$ ,  $p = .02$ , partielles  $\eta^2 = 0.17$ ,  $n = 47$ ). Die Effektstärke liegt bei  $f = 0.45$ . Ein Post-Hoc-Test nach Dunnett T3 gewählt ergab, dass der Unterschied besonders zwischen der Gruppe der Baby Boomer und den Digital Natives bestand mit  $M_{diff} = -2.70$ ,  $p = .02$ . Die Unterschiede der anderen Gruppen waren nicht statistisch bedeutsam (Baby Boomer vs. Generation X:  $M_{diff} = -0.86$ ,  $p = 0.85$ ; Generation X vs. Digital Natives:  $M_{diff} = -1.85$ ,  $p = .16$ ).

Hauptannahme 1 wurde hiermit teilweise bestätigt:

Die ältere Generation äußerte stärker in der Vergangenheit das Gefühl gehabt zu haben für sich zu sorgen als die Generation der Digital Natives. Dieser Effekt war aber zu gering für den Stichprobenumfang. Für das heutige Erleben bestand kein Unterschied.

In der jüngsten Generation liegt statistisch bedeutsam stärker der Wunsch nach Selbstverbesserung vor als in der ältesten. Die gilt nur für das heutige Erleben, nicht für einen Rückblick in die Vergangenheit.

## 4.2.7.2 Hauptannahme 2

HA 2: *Das Bemühen um Individualisierung kann mit psychischen Belastungen einhergehen.*

Zur Überprüfung wurde das Item VAS 3 "Ich bin einsam" ausgewertet und mittels einer ANOVA nach Unterschieden in den Generationen hin überprüft. Es bestand ein Gesamtmittelwert von  $M = 3.08$  ( $SD = 2.92$ ) für damals und  $M = 2.66$  ( $SD = 2.66$ ) für heute. In beiden Fällen ergab sich für die Digital Natives der höchste und für die Generation X der niedrigste Wert (Diagramme 5 und 6).

(VAS 3<sub>damals</sub>:  $M = 2.63$ ,  $SD = 2.60$  (BB),  $M = 2.52$ ,  $SD = 2.83$  (GenX),  $M = 3.87$ ,  $SD = 3.20$  (DN));

VAS 3<sub>heute</sub>:  $M = 2.68$ ,  $SD = 2.89$  (BB),  $M = 1.85$ ,  $SD = 2.59$  (GenX),  $M = 3.24$ ,  $SD = 2.48$  (DN))

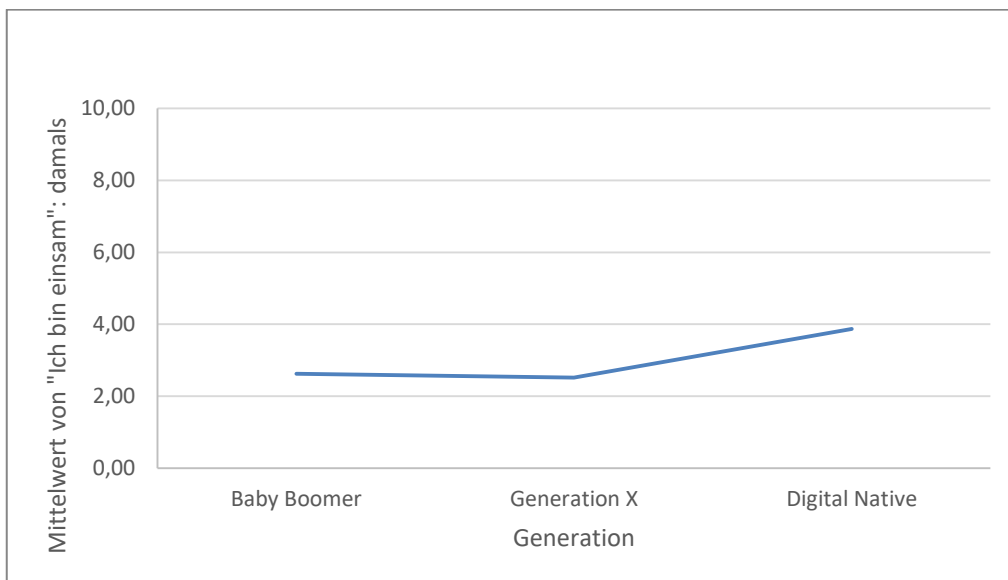


Diagramm 7: Ergebnisse Interviews: Mittelwerte der VAS 3<sub>damals</sub> in den Generationen

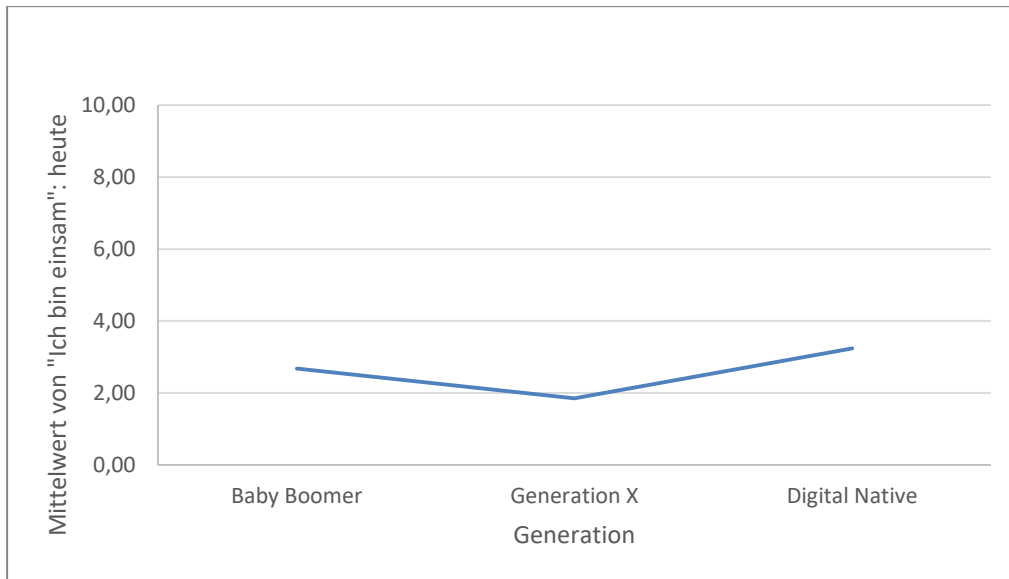


Diagramm 8: Ergebnisse Interviews: Mittelwerte der VAS 3<sub>heute</sub> in den Generationen

Eine ANOVA konnte keinen signifikanten Unterschied beim Item VAS 3<sub>damals</sub> in den Gruppen ermitteln ( $F(2,43) = 1.08$ ,  $p = .35$ , partielles  $\eta^2 = 0.05$ ,  $n = 46$ ).

Auch das Item VAS 3<sub>heute</sub> unterschied sich in den Generationen nicht ( $F(2,43) = 1.04$ ,  $p = .36$ , partielles  $\eta^2 = 0.05$ ,  $n = 46$ ).

Für HA 2 wurden außerdem die Interkorrelationen aller drei VAS sowie der HADS-Scores berechnet. Diese sind in Tabelle 23 dargestellt. Hier korrelieren VAS 2<sub>heute</sub> und VAS 3<sub>heute</sub> signifikant mit  $r = .32$ ,  $p = .03$ , der Effekt ist allerdings für die Anzahl der Probanden nicht stark genug, um die Hypothese voll bestätigen zu können.

Anmerkung: Die Zusammenhänge zwischen VAS 3<sub>heute</sub> und Depressivität, Ängstlichkeit sowie die Interkorrelation von Depressivität und Ängstlichkeit sind nicht Teil der Hypothesenprüfung.



Tabelle 23: Korrelationen der VAS<sub>heute</sub> und der Scores des HADS-D nach Pearson ( $r$ ) bzw. Spearman ( $r_s$ ) mit Angabe des zwei-seitigen Signifikanzniveaus ( $p$ ), Probandenzahl (N) und Konfidenzintervall nach Bootstrapping (Bca 95%-KI<sup>a</sup>)

		VAS 1 <sub>heute</sub>	VAS 2 <sub>heute</sub>	VAS 3 <sub>heute</sub>	D
<b>VAS 1<sub>heute</sub></b>	$r$	1			
	$p$				
	Bca 95%-KI <sup>a</sup>				
	N	47			
<b>VAS 2<sub>heute</sub></b>	$r$	0.02	1.00		
	$p$	0.89			
	Bca 95%-KI <sup>a</sup>	-0.23; 0.29			
	N	47	47		
<b>VAS 3<sub>heute</sub></b>	$r$	-0.22	.32*	1	
	$p$	0.14	0.03		
	Bca 95%-KI <sup>a</sup>	-0.49; 0.04	0.11; 0.50		
	N	46	46	46	
<b>D</b>	$r_s$	-0.25	0.01	.39**	1
	$p$	0.10	0.94	0.01	
	Bca 95%-KI <sup>a</sup>	-0.59; 0.09	-0.32; 0.33	0.10; 0.62	
	N	44	44	44	44
<b>Ä</b>	$r_s$	-.37**	0.06	.50**	.68**
	$p$	0.01	0.68	0.00	0.00
	Bca 95%-KI <sup>a</sup>	-0.64; -0.09	-0.25; 0.34	0.24; 0.68	0.51; 0.81
	N	44	44	44	44

\*\*Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,025 (2-seitig) nach Bonferroni-Korrektur signifikant.

\*Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

<sup>a</sup>Bca 95%-KI: Bias-corrected and accelerated Bootstrapping 95% Konfidenzintervalle

Die zweite Hauptannahme (HA 2) konnte durch die ANOVA nicht bestätigt werden. Die drei Generationen unterschieden sich nicht hinsichtlich der geäußerten Einsamkeit heute oder in der Vergangenheit. Durch die Korrelationen wird die HA 2 gestützt. Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen dem Wunsch nach Selbstverbesserung und dem Erleben von Einsamkeit. Der Effekt ist aber für die Probandenzahl zu gering, um die HA voll bestätigen zu können.

## 4.2.7.3 Nebenannahme 1

Nach NA 1 besteht *ein positiver Zusammenhang zwischen Technikbereitschaft und dem Wunsch nach Selbstoptimierung*. Zur Überprüfung dieser Annahme wurden zunächst die Scores der Kurzskaala zur Erfassung von Technikbereitschaft deskriptiv ausgewertet sowie im Anschluss auf Korrelationen zum Item VAS 2<sub>heute</sub> hin überprüft. Die deskriptiven Ergebnisse der drei Subskalen zur Technikbereitschaft befinden sich für alle Teilnehmer in Tabelle 24. Die Ergebnisse der Teilnehmer liegen im Bereich Technikakzeptanz und Technikkontrollüberzeugungen in vergleichbarer Höhe zur Normstichprobe (dort je  $M = 3.27$  und  $M = 3.75$ , vgl. auch je mit Standardabweichungen in Kap. 4.4.5), im Bereich Technikkompetenzüberzeugungen lag die Studienpopulation höher (Norm-SP:  $M = 4.16$ ). Das Ergebnis der Gesamtskala Technikbereitschaft ist nur geringfügig höher als das der Norm-Stichprobe (dort  $M = 3.73$ ).

Tabelle 24: Ergebnisse der Skalen zur Technikbereitschaft für **alle** in Mittelwerten (M), Standardabweichung (SD), Standardfehler des Mittelwertes (SE) und 95%-Konfidenzintervall (Wertebereich je 1-5)

	<b>N</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>	<b>SE</b>	<b>95%-KI</b>
Technikakzeptanz	47	3.02	0.81	0.12	2.79 - 3.27
Technikkompetenzüberzeugungen	47	5.16	0.81	0.12	4.93 - 5.39
Technikkontrollüberzeugungen	47	3.72	0.74	0.11	3.52 - 3.94
<b>Technikbereitschaft (Gesamtscore)</b>	<b>47</b>	<b>3.97</b>	<b>0.56</b>	<b>0.09</b>	<b>3.79 - 4.14</b>

TA korrelierte mit VAS 2<sub>heute</sub> mit  $r = .24$  ( $p = .10$ ; Bca 95%-KI = -0.11; 0.53). Bei Tkp ergab sich ein  $r = -.12$  ( $p = .43$ ; Bca 95%-KI = -0.11; 0.53), bei Tkt ein  $r = .06$  ( $p = .71$ ; Bca 95%-KI = -0.22; 0.32) sowie bei TB ein  $r = .14$  ( $p = .35$ ; Bca 95%-KI = -0.19; 0.47).

NA 1 wird durch die Ergebnisse der Korrelationen nicht gestützt. Es konnte kein Zusammenhang zwischen Technikbereitschaft im Allgemeinen und deren Facetten wie Technikakzeptanz, -kompetenzüberzeugungen oder -kontrollüberzeugungen und dem Wunsch nach Selbstverbesserung festgestellt werden.

## 4.2.7.4 Nebenannahme 2

NA 2 besagt: *Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen einer generalisierten Selbstwirksamkeitserwartung und Individualisierung.* Der Gesamtmittelwert der GSWE lag bei  $M = 44.43$  ( $SD = 1.28$ ; 95%-KI = 41.98-46.98;  $N = 47$ ). Im Vergleich zur Normstichprobe befinden sich die Teilnehmer mit Diagnose im oberen Bereich des Wertebereichs, die Teilnehmer ohne Diagnose liegen über dem höchsten Wert des Mittelwertbereichs der Normstichprobe. Dieser lag dort bei  $M = 21.1$  (Range von 9.3 bis 39.5) (siehe Kap. 4.4.5).

GSWE und VAS 1<sub>heute</sub> korrelierte signifikant positiv mit  $r = .50^{**}$  und  $p < .001$  (Bca 95%-KI = 0.24; 0.72). VAS 2<sub>heute</sub> korreliert negativ, aber nicht signifikant, mit GSWE ( $r = -.10$ ;  $p = .52$ ; Bca 95%-KI = -0.40; 0.19).

NA 2 konnte durch die Ergebnisse der Korrelationen teilweise gestützt werden, es besteht ein signifikant positiver Zusammenhang zwischen GSWE und der für heute geäußerten Selbstfürsorge, allerdings kein signifikanter Zusammenhang zwischen GSWE Selbstwirksamkeitserwartung und dem Wunsch nach Selbstverbesserung.

#### 4.2.7.5 Explorative Ergebnisse (Anschlussfragestellungen)

Im Folgenden werden weitere quantitative Ergebnisse aufgeführt, die zur Beantwortung der explorativen Anschlussfragestellungen benötigt werden.

Anschlussfrage zu HA 1: In welchen Bereichen findet Individualisierung statt? Diese Frage kann nur aufgrund qualitativer Ergebnisse beantwortet werden. Diese wurden in *Kap. 4.2.4.3 Art der Aktivitäten der Generationen* dargestellt und in der Diskussion (Kapitel 5) reflektiert.

Anschlussfrage zu HA 2: Wie unterscheiden sich jüngere Menschen von älteren in ihren Belastungen? Auch hier sind qualitative Ergebnisse vorhanden. Darüber hinaus wurden die HADS-D-Scores der Probanden mit Diagnose (Gruppe MD) differenziert nach den drei Generationen ermittelt (vgl. Anhang, Kapitel 12.5). Die Ergebnisse zeigen, dass die Baby Boomer der Gruppe MD, höhere Scores im Bereich Depressivität aufwiesen ( $M = 8.83$ ;  $SD = 5.88$ ; 95%-KI = 4.60 - 13.89;  $n = 6$ ) als die Probanden der Gruppe MD in der Generation X ( $M = 6.50$ ;  $SD = 4.14$ ; 95%-KI = 3.25 - 10.25;  $n = 6$ ) und in den Digital Natives ( $M = 6.00$ ;  $SD = 3.65$ ; 95%-KI = 3.80 - 8.33;  $n = 11$ ). Letztere zeigten höhere Werte im Bereich Ängstlichkeit ( $M = 9.70$ ;  $SD = 2.87$ ; 95%-KI = 8.00 - 11.37;  $n = 11$ ) als die Generation X ( $M = 8.50$ ;  $SD = 4.18$ ; 95%-KI = 5.00 - 11.67;  $n = 6$ ) und die Baby Boomer ( $M = 8.00$ ;  $SD = 2.45$ ; 95%-KI = 6.29 - 10.00;  $n = 6$ ).

Anschlussfrage zu NA 1: Es wurde nach einem möglichen negativen Zusammenhang zwischen Technikbereitschaft und Alter gefragt. Dies konnte nicht bestätigt werden. Es wurde nur an einer Stelle eine signifikante Korrelation gefunden, die aber nicht das Effektmaß erreicht, das für die Stichprobengröße nötig gewesen wäre. Auch ist der Zusammenhang nicht negativ. Vielmehr besteht ein positiver Zusammenhang zwischen dem Subscore Tkp (Technikkompetenzüberzeugungen) und dem Alter mit  $r = .33$ ,  $p = .03$  (die Werte der anderen Subscores siehe Tabelle 25).

Tabelle 25: Korrelationen von Alter und den Scores der Kurzska zur Erfassung von Technikbereitschaft nach Pearson ( $r$ ) mit Angabe des zwei-seitigen Signifikanzniveaus ( $p$ ), Probandenzahl (N) und 95%-Konfidenzintervall nach Bootstrapping (Bca 95%-KI<sup>a</sup>)

		Alter	TA	Tkp	Tkt	TB
<b>Alter</b>	$r$	1				
	$p$					
	Bca 95%-KI <sup>a</sup>					
	N					
<b>TA</b>	$r$	-0.19	1			
	$p$	0.19				
	Bca 95%-KI <sup>a</sup>	-0.46; 0.07				
	N	47	47			
<b>Tkp</b>	$r$	.33 *	-.49 **	1		
	$p$	0.03	0.00			
	Bca 95%-KI <sup>a</sup>	0.01; 0.59	-0.67; -0.28			
	N	47	47	47		
<b>Tkt</b>	$r$	0.09	0.08	-0.21	1	
	$p$	0.53	0.57	0.16		
	N	47	47	47	47	
	Bca 95%-KI <sup>a</sup>	-0.21; 0.35	-0.24; 0.38	-0.53; 0.14		
<b>TB</b>	$r$	0.17	.46 **	0.25	.62 **	1
	$p$	0.26	0.00	0.09	0.00	
	Bca 95%-KI <sup>a</sup>	-0.12; 0.41	0.19; 0.69	-0.10; 0.55	0.39; 0.77	
	N	47	47	47	47	47

\*\*Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

\*Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

<sup>a</sup>Bca 95%-KI: Bias-corrected and accelerated Bootstrapping 95%-Konfidenzintervalle

Darüber hinaus wurde nach den Gründen gefragt, warum ältere Probanden Wearable Devices nutzen. Diese Frage kann erneut auf der Basis der in den Selbstbeobachtungsprotokollen genannten Aktivitäten beantwortet werden. Dies befindet sich in *Kap. 4.2.4.3 Art der Aktivitäten der Generationen* und wird in der Diskussion reflektiert.

Anschlussfrage zu NA 2: Schützt GSWE vor psychischer Belastung? Es bestehen signifikant negative Zusammenhänge zwischen GSWE und den Scores im Bereich Depressivität und Ängstlichkeit (siehe Tabelle 26). Eine Aussage über einen Schutzfaktor kann auf dieser Basis aber nicht getroffen werden.

Tabelle 26: Korrelationen der Fragebogenscores des HADS-D und GSWE nach Pearson ( $r$ ) bzw. Spearman ( $r_s$ ) mit Angabe des zwei-seitigen Signifikanzniveaus ( $p$ ), Probandenzahl (N) und 95%-Konfidenzintervall nach Bootstrapping (Bca 95%-KI<sup>a</sup>)

		<b>D</b>	<b>Ä</b>	<b>GSWE</b>
<b>D</b>	$r_s$	1		
	$p$			
	Bca 95%-KI <sup>a</sup>			
	N	44		
<b>Ä</b>	$r_s$	.68**	1	
	$p$	0.00		
	Bca 95%-KI <sup>a</sup>	0.51; 0.81		
	N	44	44	
<b>GSWE</b>	$r$	-.74**	-.73**	1
	$p$	0.00	0.00	
	Bca 95%-KI <sup>a</sup>	-0.88; -0.53	-0.87; -0.52	
	N	44	44	47

\*\*Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

\*Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

<sup>a</sup>Bca 95%-KI: Bias-corrected and accelerated Bootstrapping 95%-Konfidenzintervalle

#### 4.2.8 Synthese der qualitativen und quantitativen Ergebnisse zur Beantwortung der Forschungsfragen und Annahmen

Die beiden Forschungsfragen *F 1: Ist eine fortschreitende Individualisierung über mehrere Generationen hinweg beobachtbar?* und *F 2: Trägt die Nutzung von Internet und sozialen Medien zur Individualisierung bei?* wurden durch die qualitativen Ergebnisse aus Interviews und Selbstbeobachtungsprotokollen bearbeitet und im Anschluss an dieses Kapitel in der Diskussion reflektiert.

Die beiden Hauptannahmen (HA) lauteten:

HA 1: Individualisierung ist im Generationenvergleich bei jüngeren Menschen stärker als bei älteren zu beobachten.

HA 2: Individualisierung, in der Form von Selbstoptimierung, kann mit psychischen Belastungen einhergehen.

Die beiden Nebenannahmen (NA) lauteten:

NA 1: Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen Technikbereitschaft und dem Wunsch nach Selbstoptimierung.

NA 2: Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen einer generalisierten Selbstwirksamkeitserwartung und Individualisierung.

Die folgende Tabelle fasst abschließend alle qualitativen und quantitativen Hauptergebnisse zur deren Überprüfung zusammen, wie in den Publikationsempfehlungen der Mixed-Methods-Forschung als "joint display" empfohlen (Creswell, 2015, Guetterman et al., 2015).

Tabelle 27: Gemeinsame Darstellung der qualitativen und quantitativen Ergebnisse

Nr.	Qualitativ	Quantitativ
HA 1	<p>PRO:</p> <p>DN äußern in Interviews die meisten Facetten an Selbstbezogenheit; auch wird Selbstdarstellung und Selbstoptimierung von DN häufiger berichtet als von anderen Generationen</p> <p>Beziehungsrichtung der Aktivitäten in den Protokollen ist bei Gen X und DN häufiger "ICH" als bei den Baby Boomern trotz verstärkter Nutzung für Kommunikation</p>	<p>PRO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– VAS 2<sub>heute</sub> signifikant höher für DN als für BB</li> </ul> <p>CONTRA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– kein signifikanter Unterschied für VAS 1 und VAS 2<sub>damals</sub></li> <li>– VAS 1<sub>damals</sub> signifikant höher für BB als für DN<sup>1</sup></li> </ul>

<sup>1</sup> Effekt zu gering für Stichprobengröße

Nr.	Qualitativ	Quantitativ
	<p>Baby Boomer nutzen das Internet in den Protokollen zur pragmatischen Bewältigung von Kommunikation, Alltag und Informationssuche, Gen X und besonders DN äußern häufiger als Baby Boomer selbstbezogene Aktivitäten wie Unterhaltung oder Spielen</p> <p>CONTRA:</p> <p>Alle Generationen berichten von Aktivitäten, die als selbstbezogen kategorisiert wurden</p>	
HA 2	<p>PRO:</p> <p>In den Interviews berichten DN häufiger als andere Generationen von Selbstoptimierungsversuchen sowie vom Erleben von Erwartungsdruck und sozialen Vergleichen</p> <p>In den Protokollen äußern DN häufiger von negativen Gefühlen nach Online-Aktivitäten als Gen X und Baby Boomer</p> <p>Die Gruppe MD berichtet häufiger von negativen Gefühlen insbesondere nach Online-Kommunikation</p> <p>CONTRA:</p> <p>Die Kategorie "Körper" wird in den Protokollen eher von der Gruppe OD berichtet, Self-Tracking wird in den Protokollen in allen Generationen positiv erlebt</p>	<p>PRO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– VAS 2<sub>heute</sub> und VAS 3<sub>heute</sub> korrelieren signifikant positiv<sup>1</sup></li> <li>– VAS 1<sub>heute</sub> und Subscore Ängstlichkeit korrelieren signifikant negativ<sup>1</sup></li> </ul> <p>CONTRA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– kein signifikanter Unterschied von VAS 3 in den Generationen</li> <li>– kein signifikanter Unterschied der HADS-Scores Depressivität und Ängstlichkeit in den Generationen</li> </ul>
NA 1	nicht relevant	<p>CONTRA:</p> <p>kein signifikanter Zusammenhang zwischen VAS 2<sub>heute</sub> und den Subscores Technikakzeptanz, Technikkompetenzüberzeugungen, Technikkontrollüberzeugungen sowie dem Gesamtscore Technikbereitschaft.</p>
NA 2	nicht relevant	<p>PRO:</p> <p>GSWE und VAS 1<sub>heute</sub> korrelieren positiv.</p> <p>CONTRA:</p> <p>Keine signifikante Korrelation zwischen VAS 2<sub>heute</sub> und GSWE.</p>



## 5 Diskussion

Die vorliegende Arbeit geht den beiden Forschungsfragen nach, ob die in den Sozialwissenschaften beschriebene wachsende Individualisierung über mehrere Generationen hinweg beobachtet werden kann und ob die Nutzung von Internet und sozialen Medien zu dieser Entwicklung beiträgt. Es wurde davon ausgegangen, dass die ständige Verfügbarkeit von Information über soziale Vergleichswerte durch das Internet und soziale Medien eine Wirkung auf das Selbstkonzept bzw. die Identität ihrer Nutzer hat (Turkle, 1998). Identität ist für Individualisierung Voraussetzung und Folge zugleich: Einerseits können ein Konzept oder Verständnis der eigenen Person mit ihren besonderen Eigenheiten, ihrer Lebensgeschichte und ihren Zielen ohne Individualisierung nicht entstehen. Diese Identität aber entwickelt sich erst in Interaktion mit einem Gegenüber (Mead, 2013), seit der Möglichkeit der digitalen Interaktion kann dieses Gegenüber auch virtuell sein und die entsprechende Identität eine virtuelle Form annehmen (Robinson, 2007). Andererseits verfügen Menschen in hochindividualisierten Gesellschaften über ein ausgeprägtes Maß an Identität, die dann gerade für junge Menschen zum "sozialen Kapital" für die eigene Weiterentwicklung wird (CÔTÉ and Schwartz, 2002). Gerade junge Menschen spüren hier eine starke gesellschaftliche Erwartungshaltung dahingehend, ihre Lebensplanung möglichst einzigartig zu gestalten. Individualisierung, vormals eine Befreiung von einengenden Familientraditionen und Normen wird für junge Menschen zum Pflichtprogramm (Beck, 2016) und kann durch ein Übermaß an Wahlmöglichkeiten zu psychischen Belastungen führen (Ehrenberg, 2015).

### 5.1 Individualisierung und Internetnutzung in den Generationen

In der jüngsten Generation, den so genannten Digital Natives (geboren nach 1981, (Palfrey and Gasser, 2011)), wurden in Fokusgruppen und Einzelinterviews die meisten Facetten von Selbstbezogenheit geäußert im Vergleich zur so genannten Generation X (1966-1980) und der Generation der Baby Boomer (1950-1965). Einige dieser Facetten wurden jedoch generationsübergreifend von allen berichtet. Selbstbezogenheit zeigte sich beispielsweise im Wunsch nach Autonomie und Selbstbestimmung, der einerseits mit Hilfe des Internets verfolgt wurde (beispielsweise beim Wunsch nach Autonomie durch selbst eingerichtete Funktionen), andererseits auch bedeuten konnte, von Medien nicht abhängig sein zu wollen (im Sinne von "ich nutze mein Handy, dann lege ich es wieder weg"). Weitere Kategorien waren Distanzierungsversuche dem Internet und seinen Anforderungen nach dauerhafter Verfügbarkeit gegenüber sowie Techniken der Selbstkontrolle (etwa über Apps, die die Bildschirmzeit begrenzen). Auch

diese Abgrenzungsversuche konnten als Selbstbezogenheit interpretiert werden, da der Wunsch sich von Medien fernhalten zu wollen, ebenfalls eine Bezugnahme auf das eigene Selbst darstellt. Weiter spielte Selbstreflexion, etwa, was persönliche Eigenheiten oder die eigene Lebensgeschichte betreffen, in allen Generationen eine Rolle.

Andere Arten von Selbstbezogenheit wurden dagegen vermehrt von den Digital Natives berichtet. Beispielsweise wird die Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken teilweise mit Humor, teilweise aber auch ernsthaft als Stressor erlebt und diskutiert. Diese Selbstpräsentation von sich selbst und anderen sei oftmals verknüpft mit der Erwartungshaltung der Peer Group, diese Darstellung in Form von Postings oder Profilen beispielsweise in Instagram oder Snapchat mehrmals täglich aktuell zu halten. Auch der Wunsch nach Selbstoptimierung, die Nutzung von Self-Tracking-Technologie, um körperbezogene Werte zu überwachen wie Kalorienaufnahme, Fitnesswerte usw. war zwar in allen Generationen beobachtbar, aber bei den jüngeren mit dem expliziten Wunsch verknüpft einer oftmals online kommunizierten Erwartung zu entsprechen fit und schlank zu werden oder zu bleiben. In der Generation X herrschte den Technologien gegenüber eher ein Erleben von Neugierde und Faszination gegenüber den technischen Möglichkeiten der Selbstvermessung vor. Dagegen nutzte die Generation der Baby Boomer Self-Tracking aus gesundheitlichen Gründen und griff dabei zum Teil auch auf offline-Methoden zurück, etwa durch das Führen handschriftlicher Listen über körperbezogene Werte, wie es auch in einer Befragung verschiedener Altersgruppen in Kanada gefunden wurde (Paré et al., 2018).

Die genannten Beobachtungen sind eng mit der zweiten Forschungsfrage verknüpft, ob die Nutzung von Internet und sozialen Medien zur Individualisierung beiträgt. In über zwei Tage hinweg geführten Selbstbeobachtungsprotokollen (1.443 Zeilen) wurde dokumentiert, mit welchem Gerät jeweils welche Aktivitäten wie lange im Internet und in sozialen Medien durchgeführt worden war und welcher Art die im Anschluss erlebte Stimmung war. Die Aktivitäten wurden in vielfältiger Weise ausgewertet, auch daraufhin, wie die Beziehungsebene der Aktivität beschrieben werden kann, ob sie sich auf das eigene Selbst ("ICH") bezog oder auf ein Gegenüber, ein "DU". Die Ergebnisse zeigten über alle Gruppen hinweg, dass etwa 40 % aller Aktivitäten auf ein DU bezogen waren und 60 % auf das eigene ICH. Dieses Ergebnis ist auch über einen Generationsvergleich hinaus zu diskutieren, da es sich bei sozialen Medien per Definition um ein Kommunikationsmedium handeln sollte, sodass der Anteil des "DU" bei genauer Betrachtung hier überraschend gering ausfällt. Die Beobachtung geht indes überein mit der Aussage eines Probanden, der im Interview sagte:

"Das Smartphone nutze ich eigentlich so für alles. Am wenigsten mittlerweile zum Telefonieren, sondern da ist mein Kalender drauf, da habe ich mein WhatsApp drauf, mit dem ich mit allen Leuten kommuniziere, ... dann habe ich es um zu fotografieren und mich zu navigieren. Also eigentlich ist es ein Komplett-... die Komplettlösung für eigentlich alles." (Digital Native, weiblich, 27 Jahre)

Im Generationenvergleich ergab sich, dass die Generation der Baby Boomer das Internet und soziale Medien noch etwas stärker für die Interaktion mit anderen verwendete (mit 43.2 %) als die Generation X (38.6 %) und die Digital Natives (39.2 %), wenngleich sich die Unterschiede nur auf wenige Prozentwerte beziehen und Signifikanzen hier aufgrund des qualitativen Ursprungsmaterials nicht berechnet wurden.

Ein Anstieg an Individualisierung, verstanden als ein Kontinuum der beiden Ausprägungsformen Selbstfürsorge und Selbstoptimierung, konnte über die Generationen hinweg nur teilweise nachgewiesen werden. Im Generationenvergleich zeigte sich, dass die Baby Boomer sowohl in der Vergangenheit als auch heute stärker das Gefühl äußerten für sich zu sorgen als die beiden anderen Generationen. Signifikant, aber für die Stichprobengröße dennoch zu gering, wurde dieser Unterschied nur im Rückblick in die Vergangenheit. Der Wunsch nach Selbstverbesserung dagegen herrschte für die Digital Natives in der Gegenwart stärker vor als für die anderen Generationen, dieses Ergebnis war deutlich mit einem auch für Cohen starken Effekt von  $f = 0.45$  (Cohen, 1988).

Diese Ergebnisse zeigen, dass ein Pauschalurteil über einen Anstieg an Individualisierung über Generationen hinweg nicht möglich ist. Im Folgenden werden daher die Aktivitäten der drei Generationen im Internet im Hinblick auf Individualisierung innerhalb jeder Generation zusammengetragen und reflektiert.

#### 5.1.1 Individualisierung und Internetnutzung der Baby Boomer

Die Generation der Baby Boomer stellte sich in den Fokusgruppen und Interviews als aufgeschlossen, aber kritisch in Bezug auf ihre Nutzung des Internets und der sozialen Medien dar. Viele von ihnen nutzen das Internet als papierlose Zeitung, das sie über das tagesaktuelle Zeitgeschehen informiert. Sie schätzten außerdem die Möglichkeit, unkompliziert mit ihren Kindern und Enkeln in Verbindung zu bleiben, äußerten aber Gefühle von Vereinnahmung und unternahmen viele Versuche sich zu distanzieren, indem beispielsweise die Geräte nur zu bestimmten Tageszeiten angeschaltet wurden. Zugleich äußerten sie Gefühle von Misstrauen beispielsweise hinsichtlich Zweifel an der Informationsqualität von Online-Quellen, Ängsten vor Überwachung oder Überforderung mit für sie schwer durchschaubaren Funktionen der

vielfältigen neuen Plattformen. Die Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken, die sie bei den jüngeren Verwandten oder Kollegen beobachteten, stieß bei ihnen auf Befremden. In den Selbstbeobachtungsprotokollen gaben sie an, 290 Minuten täglich online aktiv zu sein. Das bevorzugte Gerät war das Handy, gefolgt vom PC und dem Notebook. Das Internet und soziale Medien wurde in erster Linie für Aktivitäten genutzt, die in Verbindung mit Kommunikation, der Organisation des Alltags und der Informationssuche standen, was auf einen eher pragmatischen Umgang mit der Technologie hinweist. Damit einher geht auch die Beobachtung, dass Technikbereitschaft in der vorliegenden Stichprobe nicht mit dem Alter abnahm, im Gegenteil sogar im Bereich Technikkompetenzüberzeugungen zwar nicht signifikant aber doch leicht positiv mit steigendem Alter korrelierte. Mehr als 70 % der Baby Boomer nutzte WhatsApp, 33 % Facebook und 27 % Informationsdienste wie Twitter, wobei die Nutzung von Facebook darauf fokussierte mit der Familie in Kontakt bleiben zu können. Diese wurde als Hauptanlass oder Motivation auch in anderen Kontexten genannt, begleitet waren diese Aktivitäten von überwiegend positiven Gefühlen wie Gelassenheit oder Akzeptanz. Wenn negative Gefühle berichtet wurden, bezogen diese sich in Form von Gereiztheit oder Verärgerung auf Funktionen der Alltagsorganisation, die sich als unpraktisch oder fehlerhaft erwiesen hatten, wie beispielsweise eine gescheiterte Installation oder eine irreführende Navigation.

Die Ergebnisse gehen mit der Literatur weitgehend einher. Dort zuweilen als "digital immigrants" bezeichnet, waren die besonderen Bedürfnisse der Baby Boomer-Generation hinsichtlich sozialer Medien bereits mehrfach Gegenstand von Vergleichsstudien. Darin werden sie als eine Generation beschrieben, die in sozialen Medien ein starkes Bedürfnis nach Kompetenz ("desire for mastery") und Effektivität verfolgen (Krishen et al., 2016, S. 2). Unterhaltung finden die Baby Boomer besonders durch intellektuellen Austausch in Foren oder Blogs (Leung, 2013). Zu Beginn der Entwicklung von sozialen Medien, Anfang der 2000er, galten sie noch als eher unbeholfen im Gebrauch beispielsweise von Emoticons (Krohn, 2004). Dies konnte in der vorliegenden Arbeit nicht bestätigt werden, allerdings äußerten die Digital Natives, im Kontakt mit ihrer Elterngeneration würden diese starken Wert auf korrekte Rechtschreibung legen, was in sozialen Medien nicht mehr üblich sei. In der Arbeitswelt sind sie durch die rasante Entwicklung der Digitalisierung einem besonderen Konkurrenzdruck jüngeren Kollegen gegenüber ausgesetzt, was zu psychosomatischen Belastungen führen kann (Tophoven et al., 2015).

### 5.1.2 Individualisierung und Internetnutzung der Generation X

Mitglieder der Generation X äußerten in den Fokusgruppendifkussionen und den Interviews ein breites Spektrum an Verhaltens- und Erlebensweisen, das von hoher Technikaffinität und

Begeisterung bis hin zu besorgten und ablehnenden Haltungen reichte. In den Nutzungsanlässen berichteten die Probanden von den vielfältigen Erleichterungen des Alltags durch Funktionen, die vormals umständlich erinnert wurden (Navigation, Musik-Downloads, Nutzung von Bibliotheken usw.). Auch Wearable Devices wurden genutzt, um persönliche Fitnessparameter zu tracken, allerdings berichteten die Probanden dies vermehrt aus Neugierde zu tun und weniger, um sich zu optimieren. Auch diese Generation fühlte sich oft von der Verpflichtung vereinnahmt ständig erreichbar sein zu müssen und sprach über Sorgen hinsichtlich des Datenschutzes, dies wurde allerdings als unvermeidliches Übel eher hingenommen. Eine kleinere Gruppe der Generation X lehnte das Internet und soziale Medien kategorisch ab und beschränkte die eigene Nutzung auf ein Minimum, dessen Ausmaß von den Kollegen oder Familienmitgliedern bestimmt wurde. Auch die Erziehung der Kinder zu einem verantwortungsbewussten Medienumgang war in der Generation X Thema. Berichtet wurde einerseits das Bedürfnis, die Mediennutzung der Kinder kontrollieren zu können, andererseits erwarteten einige Eltern von ihren Kindern ständig online zu sein und waren besorgt, wenn dies einmal nicht der Fall war.

Diese Generation besaß in der vorliegenden Stichprobe die größte Anzahl von Geräten pro Person und war damit etwa 300 Minuten am Tag aktiv. Sie bevorzugte das Handy, gefolgt vom Notebook und dem PC. In WhatsApp waren fast 79 % der Probanden der Generation X, in Facebook 43 % und im beruflichen Netzwerk XING 21 %, dagegen nutzte niemand Twitter. In den Protokollen gaben auch sie am häufigsten Aktivitäten der Kategorien Kommunikation, Alltag und Informationssuche an, allerdings spielte auch Unterhaltung und Musikhören eine wachsende Bedeutung. Explizit wurden Medien zu Zwecken des Abschaltens, Spielens oder der Entspannung genutzt. Das emotionale Erleben im Anschluss an die Aktivitäten im Internet und in sozialen Medien war im Vergleich zu den anderen Generationen am deutlichsten positiv ausgerichtet. Es war oft von Gelassenheit geprägt, aber auch stärkere Gefühle wie Begeisterung oder im Falle von Angst Besorgnis wurden etwas mehr als bei den anderen Altersgruppen berichtet, dagegen etwas weniger Gereiztheit, was mit den Ergebnissen der Interviews übereinstimmt, in denen positive Gefühle wie Neugierde und Faszination häufig im Gespräch geäußert wurden.

In ihrem Streben nach Autonomie und Selbstbestimmung ähneln sich Vertreter der Generation X denen der o.g. Studie von Krishen et al. Dort wurde die Generation X in ihren Bedürfnissen gegenüber Social Media ebenfalls als besonders geprägt von Autonomie und Selbst-Ausdruck charakterisiert (Krishen et al., 2016). Andere Studienergebnisse gehen nicht mit den vorliegenden konform: In einer Studie aus Hong Kong, deren Population zur vorliegenden nur bedingt vergleichbar ist, wurde die Nutzung verschiedener Social Media-Kanäle in den Generationen

daraufhin untersucht, welcher Art die Bedürfnisse sind, die dort befriedigt werden. Unterhaltung spielte für die Generation X dort keine Rolle im Vergleich zu den Baby Boomern und der dort so bezeichneten "NetGeneration". Die Autoren begründen es mit der Berufstätigkeit dieser Generation X, die kaum die Zeit für Unterhaltung findet. In einer weiteren, medienwissenschaftlichen Studie wurden deutsche, japanische und US-amerikanische Vertreter dieser Altersgruppe im Hinblick auf ihre Identität untersucht und die Generation X erwies sich in allen Ländern als stark bemüht, eine eigene Identität aufzubauen, auch im kollektivistisch geprägten Japan. Die deutsche Gruppe dieser Studie vertraute im Vergleich zu den amerikanischen und japanischen Alterskollegen weniger auf online Medien (Hachtmann, 2008), was in der vorliegenden Arbeit, die allerdings mehr als ein Jahrzehnt später durchgeführt wurde, ebenfalls nicht bestätigt werden konnte. Im Gegenteil äußerten viele Interviewpartner der Generation X das Smartphone besonders intensiv zur Alltagsorganisation zu nutzen.

### 5.1.3 Individualisierung und Internetnutzung der Digital Natives

Die jüngste Generation, die der Digital Natives, berichtete in den Fokusgruppen und Interviews von vielfältigen Nutzungsanlässen und Wirkungen ihrer Nutzung von Internet und sozialen Medien, die fester Bestandteil ihres Alltags ist. Häufigster Anlass der Nutzung war die Kommunikation, die mittels verschiedenster Kanäle praktiziert wurde wie Instagram, WhatsApp oder Telegram, auch unbekanntere Dienste wie Signal oder Spieleplattformen wurden als Austauschmedium genannt sowie Datingapps. Diese Generation äußerte in ihrem Erleben viele positive Seiten dieser Kommunikation, etwa Gefühle von besonderer Verbundenheit untereinander und unterstützende Funktionen wie die Sharing-Kultur. Andererseits fühlte sie sich stark vereinnahmt, Versuche sich zu distanzieren wurden als gescheitert berichtet und die Präsenz in online Netzwerken galt als soziale Norm. Auch von der Elterngeneration erlebten sie den Druck, online sein zu müssen, um für die Mutter erreichbar zu sein. Die Nutzung sozialer Netzwerke, etwa das Betrachten eines Facebook-Profiles, wurde als fester Bestandteil im Kommunikationsprozess berichtet, etwa, wenn eine neue Bekanntschaft geknüpft wurde. Selbstoptimierung und Self-Tracking wurde von den Digital Natives intensiv genutzt von der Nutzung von Sport-Apps bis hin zum von der Probandin selbst als zwanghaft beschriebenen Verhalten, das eigene Essen fotografieren zu müssen. Das Gefühl, gerade bei Instagram, ständig das "Leben der Anderen" (siehe Zitat S. 62) vor Augen zu haben, wurde als Druck ausübend erlebt.

Diese Generation besaß pro Kopf am wenigsten Geräte, häufig ein Smartphone und ein Notebook, ersteres war das Medium der Wahl. Damit waren sie mit rund 395 Minuten täglich die aktivste Generation im Hinblick auf Internetzeit. Beinahe 89 % aller Digital Natives nutzten

WhatsApp, Facebook und Instagram wurde jeweils von 56 % regelmäßig aufgesucht, weiter spielten Telegram, Snapchat und weitere Plattformen eine Rolle. XING wurde nicht genutzt und Twitter selten. Diese Ergebnisse zeigen die starke Orientierung der Digital Natives hinsichtlich verschiedener Möglichkeiten der Vernetzung und Selbstdarstellung, Nachrichten wie Twitter spielen dabei eine untergeordnete Rolle und das berufliche Netzwerk XING (noch) keine, da es sich bei den meisten Probanden um Studierende handelte.

In den Protokollen fokussierten auch die Digital Natives auf Kommunikation, gefolgt von Unterhaltung, die in der Nutzung eine starke Rolle spielte. Erst dann folgten Alltag und Informationssuche, die bei den älteren Generationen einen stärkeren Stellenwert einnahmen. Die erlebten Gefühle waren breit gefächert. Im Vergleich zu den anderen Generationen ist das Verhältnis von positiven zu negativen oder neutralen Gefühlen zwar ebenso derart, dass positive Gefühle überwiegen, aber negative Gefühle nehmen mehr Raum ein. So werden häufiger als bei den anderen Altersgruppen auch Gereiztheit, Langeweile oder Nachdenklichkeit berichtet. Im Anschluss an Kommunikation war das Gefühlsspektrum groß, es reichte von Gelassenheit über Gereiztheit, hin zu Freude, Verwirrung oder Langeweile. Nach Unterhaltung herrschte Gelassenheit vor, aber auch hier wurde Langeweile und Gereiztheit beschrieben und immer wieder auch Müdigkeit. Die Kategorie "Sehen, was die anderen machen" (SWAM) war in dieser Generation stärker vertreten als in den anderen. Dabei handelte es sich um Aktivitäten, die sich auf den Besuch von Profilen in sozialen Netzwerken anderer beziehen, ohne direkt mit diesen in Kontakt zu treten. Die Gefühle, die auf diesen Spezialfall von Online-Aktivität folgten waren überwiegend Langeweile oder Gereiztheit.

Im Kontext der Literatur lässt sich zusammenfassen, dass die Digital Natives sich in der vorliegenden Arbeit nicht so selbst-zentriert und "egotaktisch" gaben, wie von Klaus Hurrelmann beschrieben (Hurrelmann and Albrecht, 2014). Vielmehr suchten sie durch das starke Ausmaß von Kommunikationstätigkeiten ein Gefühl von Zugehörigkeit und Anerkennung, gerade in ihrer Nutzung von sozialen Medien wie Facebook und Foren, wie auch in Studien aus dem asiatischen Raum herausgearbeitet wurde (Leung, 2013, Hartijasti, 2013). Gerade die Nutzung von Netzwerken wird dann von jungen Menschen als positiv erlebt, sofern sie auf das Teilen von Erfahrungen und Bildern fokussierte (Brailovskaia and Margraf, 2018). Allerdings verraten die vermehrt berichteten negativen oder neutralen Gefühle wie Langeweile, Gereiztheit oder Müdigkeit, dass die starke Mediennutzung auch einen Stressor für diese Generation darstellt. Nimmt die Nutzung von sozialen Medien überhand, wie in der so genannten "Facebook Addiction Disorder" beschrieben, besteht bei jungen Menschen ein signifikanter Zusammenhang zu extremer Selbst-Fixierung bzw. Narzissmus. Ebenfalls bestehen dann auch Zusammenhänge zu psychischen Belastungen (Brailovskaia and Margraf, 2017).

Psychische Belastungen im Kontext von übersteigerter Individualisierung und dem Wunsch sich selbst zu optimieren, war ein weiterer Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit und deren Ergebnisse sind Gegenstand des folgenden Abschnittes.

## 5.2 Internetnutzung und psychische Belastung in den Generationen

Wird Individualisierung zur gesellschaftlich vermittelten Erwartung, der es gerecht zu werden gilt, kann sie zu einem anhaltenden Gefühl von Unzulänglichkeit und Überforderung führen (King et al., 2018). Selbstoptimierung und Methoden des Enhancement stellen das eigene, als verbesserungswürdig erlebte Selbst in den Vordergrund, sei es hinsichtlich Ernährung und Fitness bis hin zur Qualität des Schlafs (Balandis and Straub, 2018). Der Wunsch nach Selbstoptimierung wird hier zur extremen Form von Individualisierungsbemühung, die weit über Selbstfürsorge hinausgeht und psychischen Druck ausüben kann.

Für diese Annahme spricht das Ergebnis, dass die jüngste Generation, die Digital Natives einerseits häufiger als die älteren Generationen über Versuche von Selbstoptimierung und Self-Tracking berichteten. Zugleich machten sie, wie oben bereits dargelegt, häufig die Erfahrung sozialen Vergleichen und Erwartungsdruck ausgesetzt zu sein. Beispielsweise beobachteten sie sehr genau, was andere im Augenblick über ihre Studienerfolge posteten oder wie sie sich in Instagram präsentierten und nahmen an sich selbst wahr, dass ihnen dies nicht immer guttat. Allerdings galt dies für alle Teilnehmer, auch für jene, die keine Diagnose im psychosomatischen Behandlungsspektrum aufwiesen. Auch gaben alle Digital Natives häufiger als die älteren Generationen an, sich selbst verbessern zu wollen, dieser Unterschied wurde besonders im Vergleich mit den Baby Boomern statistisch bedeutsam, wenngleich er über alle Generationen hinweg leicht anstieg. Der Wunsch nach Selbstverbesserung aber stand in einem positiven Zusammenhang zu erlebter Einsamkeit.

Andererseits lösten die Einträge in den Selbstbeobachtungsprotokollen, die sich auf den Bereich "Körper" beziehen und damit einen Hinweis auf Self-Tracking bieten, in allen Generationen und Gruppen eher positive Gefühle aus. Die Aussage, dass der Wunsch nach Selbstoptimierung mit psychischen Belastungen einhergeht, kann daher nur bedingt stehen bleiben. Der Gebrauch von Tracking-Technologie muss nicht zwingend auf Gefühle von Unzulänglichkeit hinweisen. Hier wäre eine differenzierte Herangehensweise nötig, um herauszuarbeiten, aus welchen Gründen die jeweiligen Techniken benutzt werden. So zeigen auch Studien, dass besonders psychisch belastete Studierende Self-Tracking nutzen, um Stressoren vorzubeugen und Verhalten zu vermeiden, das ihre Depressionen verstärken könnte (Kelley et al., 2017).



Ältere Probanden nutzen Self-Tracking für den Erhalt der Gesundheit und weniger aus Gründen der Fitnesssteigerung. Dies taten sie durchaus auch offline, also durch handschriftlich geführte Listen (Paré et al., 2018). Dies war in der vorliegenden Stichprobe für alle Generationen der Fall, etwa die Hälfte der Aussagen im Bereich Self-Tracking bezogen sich auf "offline-tracking" wie beispielsweise das Führen eines Tagebuchs oder einer Liste.

Die Frage, ob psychische Belastungen im Allgemeinen über die Generationen hinweg ansteigen, war nicht Ziel des Untersuchungsdesigns, vielmehr wurden Probanden mit einer Diagnose im psychosomatischen Behandlungsspektrum zu gleichen Teilen in allen Altersgruppen hinzugezogen. Allerdings galt es eventuelle Unterschiede in den Altersgruppen zwischen den Probanden mit einer Diagnose herauszuarbeiten. Hier wurde deutlich, dass in der Generation der Baby Boomer (MD) jeweils höhere Werte im Bereich Depressivität und niedrigere im Bereich Ängstlichkeit vorlagen als in den anderen Generationen. Die Generation X dagegen zeigte in der Gruppe MD etwas höhere Werte im Bereich Ängstlichkeit als die Baby Boomer, allerdings war Ängstlichkeit bei den Digital Natives mit einer Diagnose am deutlichsten vorhanden. Dagegen waren letztere am wenigsten depressiv. In der Gruppe derer ohne Diagnose waren wiederum die Vertreter der Generation X am stärksten mit depressiven Stimmungen belastet, die Digital Natives ebenso mit Ängstlichkeit. Befragt nach persönlicher Selbstfürsorge (über das Item "Ich Sorge für mich selbst") wurde deutlich, dass ein negativer Zusammenhang zu Ängstlichkeit bestand. Über alle Generationen hinweg bestand zwar kein Unterschied hinsichtlich der wahrgenommenen Selbstfürsorge. Dennoch scheint ein Mangel daran mit vermehrter Ängstlichkeit einherzugehen bzw. starke Ängstlichkeit mit wenig vorhandener Selbstfürsorge.

Die Studienlage zur Prävalenz psychischer Erkrankungen im Altersvergleich zeigt, dass diese über die Lebensspanne hinweg konstant sind und in jedem Alter auftreten können. Allerdings sind die Hälfte aller Patienten mit einer Depression in Deutschland bereits vor dem 31. Lebensjahr erstmalig an einer Depression erkrankt (DGPPN et al., 2015). Eine Studie mit 2.500 deutschen Frauen zeigte, dass Depressivität in höherem Lebensalter erhöht war, Ängstlichkeit aber konstant über die Lebensspanne hinweg war (Beutel et al., 2009). Allerdings scheinen Angsterkrankungen im hohen Alter abzunehmen (Canuto et al., 2018). Diese sind oft durch einen besonders frühen Erkrankungsbeginn charakterisiert. Der mittlere Erkrankungsbeginn liegt bei 21,3 Jahren, wobei spezifische Phobien und soziale Phobien häufig bereits vor dem 15. Lebensjahr einsetzen (Lijster et al., 2017).

Andererseits war es in der vorliegenden Arbeit gerade die jüngste Generation, die Digital Natives, die am stärksten den Wunsch äußerten sich selbst verbessern zu wollen. Dies könnte in einem Zusammenhang zu erhöhter Ängstlichkeit gerade im Hinblick auf sozialen Vergleich

gesehen werden. So war es auffällig, dass einige jüngere Patientinnen, ihre Internetnutzung, z.B. das ständige Abrufen von Instagram-Neuigkeiten, stark einschränkten, weil sie den Eindruck hatten, dass diese ihnen schaden würden:

"Ich habe gemerkt, dass es mir überhaupt nicht gut getan hat, was auch so meine Krankheiten hier verstärkt hat dann. Ja, weil das halt dieses vorgegaukelte Leben eigentlich immer ist." (Digital Native, weiblich, 21 Jahre, MD)

Dies könnte ein Erklärungsansatz sein, warum gerade in der Gruppe der Digital Natives die Probanden mit einer Diagnose fast eine Stunde weniger im Internet aktiv waren als die Probanden ohne eine Diagnose. Dieses Verhältnis war bei den Baby Boomern umgekehrt, bei der Generation X war es fast ausgewogen. Wenn Mediennutzung für die älteren Probanden stärker bedeutet mit anderen in Kontakt zu sein, wird dieser u.U. während einer psychischen Erkrankung eher gesucht. Wenn es für die jüngeren mit stärkerem Druck verbunden ist und zugleich mit erhöhter Ängstlichkeit, wird die Aktivität im Internet und in sozialen Medien in Zeiten psychischer Belastung etwas reduziert. Dies spiegelt sich auch darin wieder, dass die Aktivitäten der Digital Natives MD weniger mit Alltagsorganisation und Informationssuche zu tun hatten denn mit Unterhaltung und Musikhören.

Studien zum möglichen Zusammenhang von psychischen Erkrankungen und dem Gebrauch sozialer Medien zeigen, dass eine Allgemeinaussage dazu nicht möglich ist und die Aktivität in sozialen Netzwerken bei jungen Menschen nicht zu verstärkter Einsamkeit oder Depressivität führt. Allein Menschen, die bereits suizidal sind, finden in sozialen Medien eine Plattform, in denen sie oftmals Andeutungen über Suizidgedanken machen, im Englischen als "vaguebooking" bezeichnet (Berryman et al., 2018). Der übersteigerte Gebrauch sozialer Medien dagegen, gerade mit einer starken emotionalen Involvierung, die sich beispielsweise in einer "fear of missing out" zeigt, also der Angst außen vor zu bleiben, wurde in einem Zusammenhang zu Depressivität und Ängstlichkeit bei Probanden bis 32 Jahren gesehen (Shensa et al., 2018, S. 10). Insgesamt spiegeln viele weitere Studien dies wieder: Sobald der Gebrauch von sozialen Medien stark um sich selbst kreist (beispielsweise bei Twitter) und weniger mit Kommunikation im Sinne von Austausch zu tun hat, können Belastungen auftreten (Brailovskaia and Margraf, 2018). Ein pathologischer Gebrauch sozialer Medien kann daher mehr als Anzeichen denn als Ursache von Belastung gesehen werden und sollte vermehrt in der psychosomatischen Anamnese miterfasst werden.

Allerdings konzentrieren sich fast alle Studien in diesem Kontext auf jüngere Probanden. Studien, die explizit Mitglieder der Generation Baby Boomer und Generation X aufgenommen haben, stammen entweder aus dem asiatischen Raum und sind auf unseren Kulturkreis nur

bedingt übertragbar (Leung, 2013, Hartijasti, 2013), oder sie fokussieren auf allgemeine Belastungen im Kontext von Arbeit und beruflichen Anforderungen für ältere Arbeitnehmer (Tophoven et al., 2015, hier nur Baby Boomer) oder analysieren die Bedürfnisse der Generationen hinsichtlich Marketingaspekten (Hachtmann, 2008, hier nur Generation X).

Weitere Forschungsansätze könnten hier einen Schwerpunkt auf Belastungsprofile verschiedener Altersgruppen im Kontext von Mediennutzung setzen.

### 5.3 Individualisierung und angrenzende Konzepte

Die Frage, ob Individualisierung über mehrere Generationen hinweg beobachtbar ist und welcher Rolle dabei der Nutzung von Internet und sozialen Medien zugemessen werden kann, berührte angrenzende Konzepte aus den Sozialwissenschaften, die erklärend hinzugezogen wurden. Zunächst wurde untersucht, ob die allgemeine Bereitschaft Technologien zu nutzen in einem Zusammenhang zu Selbstoptimierungswünschen steht, da diese oft mit dem Tracking körperbezogener Werte anhand eines Fitnessarmbandes oder mit Sensoren im Smartphone einhergehen. Dieser Zusammenhang konnte durch die Ergebnisse aber nicht bestätigt werden. Zwar bestanden bei der jüngsten Generation, den Digital Natives, signifikant höhere Wünsche, sich selbst zu verbessern als bei den Baby Boomern. Andererseits gab hier es keinen Zusammenhang zur Technikbereitschaft, gemessen durch die Subscores Technikakzeptanz, Technikkompetenzüberzeugungen und Technikkontrollüberzeugungen. Allein für den Bereich der Technikkompetenzüberzeugungen bestand ein Zusammenhang zum Alter, allerdings umgekehrt zur formulierten Erwartung. In der vorliegenden Stichprobe waren höhere Technikkompetenzüberzeugungen vorhanden, je älter die Probanden waren. Entsprechend konnte auch rechnerisch kein Zusammenhang zum Wunsch sich zu verbessern hergestellt werden.

Auch in der Literatur wurde deutlich, dass noch mehr Faktoren als Technikbereitschaft die Akzeptanz von Tracking-Technologie erklären, wie etwa die persönliche Bedienfreude oder der empfundene Nutzen für das persönliche Wohlbefinden (Pfeiffer et al., 2016). Die reine Reduktion auf die Bereitschaft, Technologie zu nutzen und die Überzeugungen, diese bedienen zu können, scheinen dabei weniger Erklärungswert zu haben.

Das Konzept der Selbstwirksamkeitserwartung dagegen kann in einem differenzierten Zusammenhang zu Individualisierung betrachtet werden. Zwar war sie bereits von dem Autor des Begriffs und der zugehörigen Primärliteratur von Individualisierung abgegrenzt worden (Bandura, 2008), ihr Zusammenhang war für diese Arbeit dennoch erwartet worden, da Bandura sich über Self-Tracking-Technologie nicht geäußert hatte. Allerdings kam der Begriff über

die von den beiden Journalisten Kelly und Wolfe gestartete Webseite *quantifiedself.com* zu diesem Zeitpunkt gerade erst auf (vgl. Kapitel 2.1.5), sodass sich die Veröffentlichungen hier überschneiden haben. Entgegen der Erwartung von Bandura wurde in der vorliegenden Stichprobe ein positiver Zusammenhang zum Bereich Selbstfürsorge gefunden, der hier als positives Ende des Kontinuums von Individualisierung interpretiert wird. Zum Wunsch nach Selbstoptimierung dagegen bestand ein nicht signifikanter, aber leicht negativer Zusammenhang. Dieses Ergebnis kann im Zusammenhang mit den vorher dargelegten Ergebnissen zur psychischen Belastung gerade der jüngeren Generation gesehen werden. Gerade Menschen mit hohem Ehrgeiz sich selbst verbessern zu wollen, setzen sich negativen Gefühlen aus. Sie haben u.U. keine positive Erwartung, an einem Gefühl von Unzulänglichkeit etwas verändern zu können, was mit vermehrter Ängstlichkeit einhergeht. Es überrascht daher nicht, dass in den vorliegenden Ergebnissen generalisierte SWE in einem negativen Zusammenhang zu Depressivität bzw. Ängstlichkeit stand. Ob es sich deswegen bei GSWE um einen möglichen "Schutzfaktor" handeln könnte, kann aufgrund des Untersuchungsdesigns nicht kausal beantwortet werden. Selbstwirksamkeitserwartung wurde vielerorts als erfolgreiche Coping-Strategie bei körperlichen Erkrankungen beschrieben (Wilski et al., 2019, Zhang et al., 2015, Kobylańska et al., 2018). Dies kann auch für die Probanden mit einer Diagnose im psychosomatischen Behandlungsspektrum vermutet werden und bietet Raum für Folgeuntersuchungen gerade im Kontext der Nutzung von online-Medien und Fitness-Trackern.

#### 5.4 Limitationen

Die vorgelegten Ergebnisse bieten an einigen Stellen Anlass für Verbesserungsvorschläge, sollte eine ähnliche Erhebung erneut durchgeführt werden. Die wesentliche Limitation ist in der Wahl des Studiendesigns zu sehen. Mixed-Methods-Ansätze bieten Einschränkungen, die zugleich auch Stärken darstellen. Sie vereinen die Vorzüge der qualitativen Ansätze, die in ihrer besonderen inhaltlichen Tiefe liegen, mit der Präzision quantitativer Berechnungen. Zugleich gehen sie aber oft durch die relativ hohe Probandenzahl nicht detailliert genug auf Einzelfälle ein, wie es beispielsweise in narrativen Interviews möglich wäre. Die quantitativen Rechenwege dagegen leiden unter der geringen Probandenzahl, die einen Kompromiss mit dem Aufwand der qualitativen Erhebung darstellt. Daher waren durchaus vorhandene Signifikanzen für den Stichprobenumfang zu gering, um nach Cohen als ausreichend großer Effekt zu gelten (Cohen, 1988). Auch wurden auf umfassende multivariate Analysen mit Mehr-Ebenen-Vergleichen nach Generation und Gruppe OD vs. MD verzichtet, da dies die Belastbarkeit der Daten überstiegen hätte.

Eine weitere Einschränkung besteht in der Wahl des Konzepts "Generation", um Unterschiede im Bereich Individualisierung auszumachen. Zusammengefasst scheint jede der beschriebenen Generationen individualistisch oder in irgendeiner Weise selbstbezogen zu sein. Die Generation Y wurden als "Egotaktiker" charakterisiert, Generation X als hedonistisch und auch die Baby Boomer erhielten den Stempel, Narzissten zu sein (vgl. Kapitel 2.3, Hurrelmann and Albrecht, 2014). Um derartigen Zuschreibungen auf den Grund zu gehen, unternahm der Marburger Soziologe Martin Schröder den Versuch, Daten aus dem sozioökonomischen Panel (SOEP) der Jahre 1982 bis 1998 von mehr als 76.000 Individuen auf Persönlichkeitszuschreibungen hin zu untersuchen, wobei er Alters- und Periodeneffekte kontrollierte. Die Charakterisierungen der Generationen, die er bereits im Vorfeld nach Durchsicht der Literatur als uneinheitlich vorfand, erwiesen sich als empirisch nicht haltbar (Schröder, 2018). Möglicherweise sind alle Generationen in ihrer Jugend an ihrer persönlichen Weiterentwicklung interessiert und können zu diesem Zeitpunkt immer als "individualisiert" beschrieben werden. Da es aber im Jahr 1970 nur eine Gruppe an 20jährigen gab, nämlich die, die 1950 geboren worden waren, lässt sich die Frage nicht beantworten, ob ihre Einstellung als 20jährige von ihrer gemeinsamen Prägung als Geburtskohorte abhängt oder schlicht von ihrem Alter.

Das gewählte Querschnittsdesign erlaubte es nicht, Kohorten- von Alterseffekten zu trennen. Einige der vorliegenden Ergebnisse deuten dies an. So waren die Baby Boomer in ihrer Vergangenheit stärker als die anderen Generationen um Selbstfürsorge bemüht. Für die Digital Natives ließ sich diese Frage nicht gültig beantworten, da diese nach dem "damals" befragt, noch minderjährig gewesen waren und die Erinnerung somit eher verzerrt gewesen sein dürfte.

Eine weitere Einschränkung des Generationenkonzepts besteht darin, dass die Altersgrenzen der unterschiedlichen Studien stark voneinander abweichen. Für die Vertreter der Shell-Jugendstudie beispielsweise verlaufen die Grenzen der Generationen in 15-Jahres-Rhythmen (Hurrelmann and Albrecht, 2014). Für Hurrelmann setzt die Generation X 1970 ein. Andere sehen die Generation X als Kohorte der zwischen 1965 und 1982 Geborenen (Haller, 2015), zwischen 1965 und 1978 (Hachtmann, 2008) oder 1965 und 1976 (Leung, 2013).

Außerdem handelt es sich bei der Studienpopulation um eine im Wesentlichen durch ein akademisches Umfeld geprägte Stichprobe. Gerade unter den Digital Natives befanden sich viele Studierende, auch unter denen der Gruppe mit einer Diagnose. Dies ist auf die Rekrutierung im Umfeld des Universitätsklinikums Heidelberg zurückzuführen. Ein weniger akademisch geprägter Hintergrund würde an Aktivitäten im Internet und in sozialen Medien vermutlich zu anderen Ergebnissen führen. Insofern bestehen Einschränkungen hinsichtlich der Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse auf andere Bildungshintergründe.

Weiter bietet die Wahl des Mediums Selbstbeobachtungsprotokoll Möglichkeiten der Kritik: Die Genauigkeit der Ergebnisse hängt in einem hohen Maße vom Fleiß und der Gewissenhaftigkeit der einzelnen Teilnehmer ab, die das papierbasierte Protokoll mit sich führen mussten. Eine Lösungsmöglichkeit wäre eine Tracking-App, die auf dem mobilen Endgerät das Verhalten der Nutzer direkt beobachten würde. Allerdings würde ein derartiges Vorgehen einen hohen technischen Aufwand bedeuten und die Grenzen des Datenschutzes berühren. Auch wäre nur die Messung von Aktivitäten auf einem einzelnen Gerät damit möglich. Insofern stellte das papierbasierte Protokoll den bestmöglichen Kompromiss dar.

Als letzte Einschränkung gilt die Wahl der Voraussetzung zu Studienteilnahme: Hier war ein Minimum an Nutzung von Internet und sozialen Medien gefordert, da ansonsten das Selbstbeobachtungsprotokoll nicht auswertbar gewesen wäre. Es ist anzunehmen, dass gerade unter den Baby Boomern einige Menschen das Internet noch seltener nutzen und auch eine abwehrende Haltung dagegen einnehmen, als es in der Studienpopulation der Fall gewesen ist.

## 6 Schlussfolgerungen

Das Internet und seine Möglichkeiten der Vernetzung über soziale Medien haben unsere Beziehungen zu anderen und zu uns selbst verändert. Dabei kann sich keine Generation völlig den Anforderungen und Erwartungen der Online-Kommunikation, dem Gebot der Erreichbarkeit und der Beförderung von Selbstinszenierungen entziehen. Wenn soziale Beziehungen prägender Bestandteil unserer Identität sind, verändert die Vernetzung unserer Beziehungen durch online-Medien das Verhältnis zu uns selbst. Eine verstärkte Hinwendung auf persönliche Entscheidungen sowie eine Fokussierung auf Autonomie, Selbstdarstellung oder das Streben nach Selbstoptimierung sind dabei in allen Generationen beobachtbar, bei den jüngeren aber in den meisten Facetten. Ältere Generationen wissen die Einfachheit der Verbindung zu Familienmitgliedern und Freunden zu schätzen und nutzen das Internet und soziale Medien am ehesten als Kommunikationsmedium, das auf ein Gegenüber ausgerichtet ist. Jüngere Generationen wie die Generation X und die Digital Natives verbringen mehr Zeit damit, über Kommunikation hinaus selbstbezogene Tätigkeiten zu verfolgen. Sie nutzen Tracking-Funktionen, Möglichkeiten der Unterhaltung, Spiel oder Musik. Gerade die jüngste Generation, die der so genannten Digital Natives, ist mit digitaler Technologie groß geworden und steht in einem beständigen sozialen Vergleich durch online vermittelte Normen und Erwartungen.

Weder Individualisierung noch die Nutzung des Internets führen zwangsläufig zu verstärkten psychischen Belastungen. Menschen mit bereits diagnostizierter psychischer Belastung sollten sich aber vor online vermittelten überhöhten Anforderungen an die eigene Weiterentwicklung zu schützen lernen. Dies könnte Teil eines psychotherapeutischen Prozesses sein. Ältere Menschen mit Belastungen sind eher in Gefahr depressive Stimmungen zu entwickeln, bei jüngeren psychisch belasteten Menschen steht Ängstlichkeit im Vordergrund, die mit Einsamkeit einhergehen kann. Wesentliche Schutzfaktoren sind Selbstfürsorge und Selbst-Wirksamkeit, die es zu stärken gilt. Self-Tracking, sofern es nicht der reinen Selbstoptimierung begleitet von überhöhter Ängstlichkeit, sondern der bewussten Hinwendung zum eigenen Körper und zur Gesundheit dient, kann dabei einen positiven Beitrag leisten.

## 7 Zusammenfassung

Individualisierung wird als tiefgreifender gesellschaftlicher Wandel beschrieben, der spätestens im 20. Jahrhundert dazu geführt habe, dass Menschen persönliche Entscheidungen hinsichtlich ihrer Lebensgestaltung losgelöst von Traditionen und Normen treffen. Diese Freiheit wird zugleich als Erwartungsdruck gesehen, da die Forderung ein möglichst einzigartiges Leben zu führen schon mit Einsetzen der Adoleszenz verinnerlicht wird und einen hohen Druck ausüben kann, der potenziell zu psychischen Belastungen führt. Die Digitalisierung, insbesondere der zunehmende personalisierbare Gebrauch des Internets und sozialer Medien, gilt in diesem Zusammenhang als weiterer Faktor, der die Individualisierung vorangetrieben hat. Einerseits bietet das Internet nie zuvor dagewesene Möglichkeiten, zu jedem Zeitpunkt und an jedem Ort soziale Vergleiche vorzunehmen und sich damit sozial zu positionieren, andererseits ist Selbstdarstellung über Profile in sozialen Medien Teil der Technologie.

Die vorliegende Studie hat zum Ziel zu untersuchen, ob eine fortschreitende Individualisierung über mehrere Generationen hinweg beobachtbar ist und ob das Internet und soziale Medien dazu beitragen. Außerdem soll der Frage nachgegangen werden, ob mit dieser Entwicklung psychische Belastungen einhergehen.

Es handelt sich um eine Querschnittsstudie im Mixed-Methods-Design, bei der zunächst sechs Fokusgruppen mit insgesamt 36 Probanden der Generationen *Baby Boomer* (1950-1965), *Generation X* (1965-1980) und *Digital Natives* (1981-2000) durchgeführt worden sind. Im zweiten Schritt wurden 47 Einzelinterviews mit Probanden der genannten Generationen durchgeführt, die zu gleichen Teilen aus Probanden ohne und mit einer Diagnose im psychosomatischen Behandlungsspektrum bestanden. Diese führten im Anschluss über zwei Tage hinweg ein Selbstbeobachtungsprotokoll über ihre Mediennutzung und füllten Fragebögen zu den psychometrischen Skalen Depressivität/Ängstlichkeit, Technikbereitschaft und Generalisierte Selbstwirksamkeitserwartung aus.

Das Handy war das von allen am häufigsten verwendete Gerät, um im Internet und sozialen Medien aktiv zu sein. Die Digital Natives griffen auf das Internet und soziale Medien mit der größten täglichen Nutzungsdauer zu, die Generation X etwas mehr als die Baby Boomer. Die Mehrheit der Probanden nutzte zwei bis sieben soziale Netzwerke. Insgesamt wurden etwa 15 Aktivitäten täglich protokolliert.

Ein Anstieg an Individualisierung über die Generationen hinweg und ein möglicher Beitrag des Internets und sozialer Medien zu dieser Entwicklung konnte in mehrfacher Hinsicht aufgezeigt werden. Die jüngste Generation äußerte die meisten Facetten an Selbstbezogenheit in den



Fokusgruppen und Interviews. Auch war die Beziehungsrichtung ihrer Aktivitäten und die der Generation X in den Selbstbeobachtungsprotokollen häufiger als bei den Baby Boomern auf die eigene Person bezogen als auf ein virtuelles Gegenüber. Die Generation der Baby Boomer setzte das Internet und soziale Medien in einer pragmatischen Weise für Kommunikation, Informationssuche und die Anforderungen des Alltags ein, die beiden jüngeren Generationen dagegen suchten neben Kommunikation auch vielfältige Möglichkeiten im Umgang mit sich selbst beispielsweise Unterhaltung, Spiel und Musik. Das emotionale Erleben im Anschluss an die Aktivitäten war in allen Altersgruppen überwiegend positiv, allerdings äußerten die Digital Natives im Verhältnis zu den anderen am stärksten auch negative Gefühle wie Gereiztheit oder Langeweile. Sie berichteten von durch Peer Group und Elterngeneration transportierte Erwartungen, stets online erreichbar sein zu müssen. Auch standen sie in einem starken sozialen Vergleich durch online vermittelte Inhalte. Schließlich äußerten sie am stärksten den Wunsch nach Selbstverbesserung. Dies stand in einem positiven Zusammenhang zu erlebter Einsamkeit. Self-Tracking-Technologien wurden von ihnen am intensivsten genutzt. Diese wurden überwiegend positiv erlebt.

Kein Unterschied dagegen bestand in den Generationen hinsichtlich Selbstfürsorge und dem Erleben von Einsamkeit in der Gegenwart. Das Erleben von Selbstfürsorge war indes für die Baby Boomer in deren Vergangenheit stärker als in den anderen Generationen.

Die Aktivitäten in den Selbstbeobachtungsprotokollen wurden bei Probanden ohne eine Diagnose im psychosomatischen Behandlungsspektrum häufiger von positiven Gefühlen gefolgt als von negativen oder neutralen Gefühlen. Probanden dieser Gruppe nutzten Aktivitäten wie Kommunikation, Alltag und Informationssuche am häufigsten, bei Probanden mit einer Diagnose stand Unterhaltung nach Kommunikation an zweiter Stelle. Bei Probanden mit einer derartigen Diagnose überwogen positive Gefühle nur in geringem Maß. Besonders online-Kommunikation und die Bewältigung des Alltags lösten häufiger auch negative Gefühle wie Gereiztheit, Nachdenklichkeit oder Trauer aus.

Die Generationen unterschieden sich in ihren Belastungen dahingehend, dass die Baby Boomer höhere Werte im Bereich Depressivität aufwiesen als die anderen Generationen, dagegen zeigten die Digital Natives, wenn sie belastet waren, ein erhöhtes Maß an Ängstlichkeit. Es wurden keine Zusammenhänge zwischen Ausprägungen von Individualisierung und Technikbereitschaft ermittelt. Ein Zusammenhang zur generalisierten Selbstwirksamkeitserwartung bestand für den Bereich der Selbstfürsorge, jedoch nicht für den Wunsch nach Selbstverbesserung.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass in den jüngeren Generationen eine stärkere Selbst-Bezogenheit beobachtbar war als in den älteren und dass das Internet und soziale Medien bei

dieser Entwicklung eine prägende Rolle spielen. Insbesondere soziale Vergleichsprozesse und die Vermittlung von Normen und Erwartungen werden durch die Kommunikation über soziale Netzwerke befördert. Davon können sich ältere Generationen leichter abgrenzen, für die jüngste Generation scheitern Distanzierungsversuche oft, was als psychisch belastend erlebt werden kann. Andere Aspekte der Technologie, wie beispielsweise Self-Tracking, können unterstützende Wege der Selbstfürsorge und Selbst-Wirksamkeit bieten.

Ob es sich bei den genannten Ergebnissen um Generations- oder um Alterseffekte handelt, kann mittels des vorliegenden Untersuchungsdesigns nicht beantwortet werden. Weitere methodische Ansätze sind nötig, um besondere Belastungsprofile für die einzelnen Altersgruppen herauszuarbeiten und in Zeiten fortschreitender Individualisierung besonders die positiven Möglichkeiten von Selbstfürsorge zu stärken.

## 8 Abkürzungsverzeichnis

BB	Baby Boomer (definiert in Kap. 3.1)
Bca-95%-KI	Bias-corrected and accelerated Bootstrapping 95%-Konfidenzintervall
DN	Digital Native (definiert in Kap. 3.1)
Gen X	Generation X (definiert in Kap. 3.1)
GSWE	Generalisierte Selbstwirksamkeitserwartung (Kap. 2.2.2)
HADS-D	Hospital Anxiety and Depression Scale (Kap. 3.3.6)
KI	Konfidenzintervall
M	Mittelwert
MD	Mit Diagnose aus dem psychosomatischen Behandlungsspektrum (Kap. 3.3.2)
OD	Ohne Diagnose aus dem psychosomatischen Behandlungsspektrum (Kap. 3.3.2)
SD	Standard Deviation bzw. Standardabweichung
SWAM	Sehen, was die anderen machen (Art von Aktivität, erstmals definiert in Kap. 4.2.4.3)
SWE	Selbstwirksamkeitserwartung (Kap. 2.2.2)
VAS	Visuelle Analogskala (Kap. 3.3.4)

## 9 Verzeichnis der Abbildungen, Diagramme und Tabellen

### 9.1 Abbildungen

Abbildung 1: Schematische Darstellung der Studienphasen .....	27
Quelle: eigene	
Abbildung 2: Bildmaterial für die Fokusgruppen-Diskussionen .....	29
Quelle: eigene Zusammenstellung aus lizenzfreien Bildern (z.B. <a href="https://www.iconfinder.com">iconfinder.com</a> )	
Abbildung 3: Visuelle Analogskala (VAS) .....	34
Quelle: eigene	
Abbildung 4: Emotionsrad nach Plutchik .....	38
Quelle: <a href="https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Plutchik-wheel_de.svg">https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Plutchik-wheel_de.svg</a> ; Version vom 21.06.2016; Lizenz gemeinfrei; Autor: Machine Elf 1735, Metoaster	

### 9.2 Diagramme

Diagramm 1: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Aktivitäten der drei Generationen der Kategorie "ICH" und "DU" .....	70
Diagramm 2: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Aktivitäten der Gruppen OD vs. MD der Kategorie "ICH" und "DU" .....	81
Diagramm 3: Ergebnisse Interviews: Mittelwerte der VAS 1 <sub>damals</sub> in den Generationen .....	86
Diagramm 4: Ergebnisse Interviews: Mittelwerte der VAS 1 <sub>heute</sub> in den Generationen.....	86
Diagramm 5: Ergebnisse Interviews: Mittelwerte der VAS 2 <sub>damals</sub> in den Generationen .....	87
Diagramm 6: Ergebnisse Interviews: Mittelwerte der VAS 2 <sub>heute</sub> in den Generationen.....	88
Diagramm 7: Ergebnisse Interviews: Mittelwerte der VAS 3 <sub>damals</sub> in den Generationen .....	89
Diagramm 8: Ergebnisse Interviews: Mittelwerte der VAS 3 <sub>heute</sub> in den Generationen.....	90

### 9.3 Tabellen (Text und Anhang)

Tabelle 1: Motive für das Self-Tracking (Choe, E.K. et al. (2014) zt. n. Neff and Nafus, 2016, S. 22, eigene Übersetzung) .....	14
Tabelle 2: Schritte und eingesetzte Instrumente für die Prüfung der Annahmen im Mixed-Methods-Design; für qualitative Daten sind Datenbasis und Methode angegeben, für quantitative Daten die jeweiligen Variablen und das Testverfahren; qualitative Verfahren sind grau hinterlegt .....	43

Tabelle 3: Demografische Daten der Fokusgruppen-Teilnehmer: Alter in Mittelwert (M) und Standardabweichung (SD) sowie Range und Median (MD) der Geburtsjahre; Häufigkeiten und Prozentwerte für Geschlecht innerhalb der Generationen .....	45
Tabelle 4: Ergebnisse Fokusgruppen: Antworten auf die Frage "Welche der folgenden Geräte besitzen Sie?"; Angaben in Häufigkeiten und Prozent pro Generation (bei Summe: alle). 46	
Tabelle 5: Demografische Daten der Interview-Teilnehmer: Alter in Mittelwert (M) und Standardabweichung (SD) sowie Range des Geburtsjahres und dessen Median; Häufigkeiten und Prozentwerte für Geschlecht und Gruppe innerhalb der Generationen	53
Tabelle 6: Ergebnisse Interviews: Antworten auf die Frage "Welche der folgenden Geräte besitzen Sie?"; Angaben in Häufigkeiten und Prozent pro Generation (bei Summe: alle). 63	
Tabelle 7: Ergebnisse Interviews: Antworten auf die Frage "Was glauben Sie, wie viel Zeit sie jeweils mit dem Gerät online sind?"; Angaben in Mittelwerten und Standardabweichungen (M, SD) nach Generation und über alle Gruppen .....	64
Tabelle 8: Ergebnisse Interviews: Teilnahme in sozialen Netzwerken nach Generation; Angaben in Häufigkeiten und Prozent pro Generation (bei Summe: alle).....	65
Tabelle 9: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Nutzungsdauer, Anzahl und subjektiv empfundener Grad der Aktivitäten pro Tag und Gerät der Generationen (Mittelwerte, Standardabweichungen, SD) .....	66
Tabelle 10: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Bevorzugte Geräte nach Generation (Häufigkeiten).....	67
Tabelle 11: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Durchschnittliche Anzahl der Gerätenutzung pro Tag und Person nach Generation (Mittelwerte, Standardabweichungen) .....	67
Tabelle 12: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Geclusterte Aktivitäten nach Generation (Häufigkeiten).....	68
Tabelle 13: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Angaben in der Tabellenspalte "Wie ging es mir danach" geclustert nach dem Emotionsrad nach Plutchik nach Generation (Häufigkeiten).....	71
Tabelle 14: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Aktivitäten und die jeweils folgenden Gefühle der Generationen mit mindestens 4 Gefühlen pro Aktivität .....	72
Tabelle 15: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Nutzungsdauer, Anzahl und subjektiv empfundener Grad der Aktivitäten pro Tag und Gerät Gruppen OD vs. MD (Mittelwerte, Standardabweichungen, SD) .....	78
Tabelle 16: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Bevorzugte Geräte nach Gruppe OD vs. MD (Häufigkeiten).....	79

Tabelle 17: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Durchschnittliche Anzahl der Gerätenutzung pro Tag und Person nach Gruppe MD vs OD (Mittelwerte, Standardabweichungen) .....	79
Tabelle 18: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Geclusterte Aktivitäten nach Gruppe Ohne-Diagnose vs. Mit-Diagnose (OD vs. MD) (Häufigkeiten).....	80
Tabelle 19: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Angaben in der Tabellenspalte "Wie ging es mir danach" geclustert nach dem Emotionsrad nach Plutchik nach Gruppe Ohne- Diagnose vs. Mit-Diagnose (OD vs. MD) (Häufigkeiten).....	82
Tabelle 20: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Aktivitäten und die jeweils folgenden Gefühle der Gruppe OD vs. MD mit mindestens 5 Gefühlen pro Aktivität.....	83
Tabelle 21: Subscores Depressivität und Ängstlichkeit der Probanden in den Generationen gruppiert nach diagnostischer Relevanz (Häufigkeiten) .....	84
Tabelle 22: Ergebnisse der HADS-Subskalen Depressivität und Ängstlichkeit für <b>alle</b> : Summenscores in Mittelwerten (M), Standardabweichung (SD), Standardfehler des Mittelwertes (SE) und 95%iges Konfidenzintervall nach Gruppe Ohne-Diagnose vs. Mit- Diagnose (OD vs. MD).....	85
Tabelle 23: Korrelationen der VAS <sub>heute</sub> und der Scores des HADS-D nach Pearson ( $r$ ) bzw. Spearman ( $r_s$ ) mit Angabe des zwei-seitigen Signifikanzniveaus ( $p$ ), Probandenzahl (N) und Konfidenzintervall nach Bootstrapping (Bca 95%-KI <sup>a</sup> ).....	91
Tabelle 24: Ergebnisse der Skalen zur Technikbereitschaft für <b>alle</b> in Mittelwerten (M), Standardabweichung (SD), Standardfehler des Mittelwertes (SE) und 95%- Konfidenzintervall (Wertebereich je 1-5).....	92
Tabelle 25: Korrelationen von Alter und den Scores der Kurzsкала zur Erfassung von Technikbereitschaft nach Pearson ( $r$ ) mit Angabe des zwei-seitigen Signifikanzniveaus ( $p$ ), Probandenzahl (N) und 95%-Konfidenzintervall nach Bootstrapping (Bca 95%-KI <sup>a</sup> ) .....	95
Tabelle 26: Korrelationen der Fragebogenscores des HADS-D und GSWE nach Pearson ( $r$ ) bzw. Spearman ( $r_s$ ) mit Angabe des zwei-seitigen Signifikanzniveaus ( $p$ ), Probandenzahl (N) und 95%-Konfidenzintervall nach Bootstrapping (Bca 95%-KI <sup>a</sup> ) .....	96
Tabelle 27: Gemeinsame Darstellung der qualitativen und quantitativen Ergebnisse.....	97
Tabelle 28: Auswertungsleitfaden der qualitativen Kategorien für Fokusgruppen und Interviews .....	132
Tabelle 29: Ergebnisse Fokusgruppen: Codes und Subcodes der induktiven Kategorien mit Häufigkeiten .....	135
Tabelle 30: Ergebnisse Interviews: Codes und Subcodes der induktiven Kategorien mit Häufigkeiten nach Generation .....	137

Tabelle 31: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Art der Beziehungsrichtung der Aktivitäten in den Generationen aufgeschlüsselt nach MD und OD (Häufigkeiten, Spalten-% in Klammern) .....	140
Tabelle 32: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Gefühle nach Plutchik im Anschluss an die Aktivitäten in den Generationen aufgeschlüsselt nach MD und OD, Teil 1 (Häufigkeiten).....	141
Tabelle 33: Ergebnisse der HADS-Subskalen Depressivität und Ängstlichkeit nach Generationen: Summenscores in Mittelwerten (M), Standardabweichung (SD), Standardfehler des Mittelwertes (SE) und 95%iges Konfidenzintervall nach Gruppe Ohne-Diagnose vs. Mit-Diagnose (OD vs. MD) .....	147

## 10 Literaturverzeichnis

- BALANDIS, O. & STRAUB, J. 2018. Selbstoptimierung und Enhancement. *Journal für Psychologie*, 26, 131-155.
- BANDURA, A. 1977. Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84, 191.
- BANDURA, A. 2000. Exercise of human agency through collective efficacy. *Current directions in psychological science*, 9, 75-78.
- BANDURA, A. 2008. Toward an agentic theory of the self. *Advances in self research*, 3, 15-49.
- BECK, U. 2016. *Risikogesellschaft: auf dem Weg in eine andere Moderne*, Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- BECK, U. & BECK-GERNSHEIM, E. 2009. Losing the traditional: Individualization and 'precarious freedoms'. *Identity in question*, 13-36.
- BERRYMAN, C., FERGUSON, C. J. & NEGY, C. 2018. Social Media Use and Mental Health among Young Adults. *Psychiatr Q*, 89, 307-314.
- BEUTEL, M. E., GLAESMER, H., DECKER, O., FISCHBECK, S. & BRÄHLER, E. 2009. Life satisfaction, distress, and resiliency across the life span of women. *Menopause*, 16, 1132-8.
- BRAILOVSKAIA, J. & BIERHOFF, H.-W. 2019. Generation Me: Soziale Medien und Narzissmus. *PiD-Psychotherapie im Dialog*, 20, 26-30.
- BRAILOVSKAIA, J. & MARGRAF, J. 2017. Facebook addiction disorder (FAD) among German students—a longitudinal approach. *PLoS One*, 12.
- BRAILOVSKAIA, J. & MARGRAF, J. 2018. What does media use reveal about personality and mental health? An exploratory investigation among German students. *PLoS One*, 13, e0191810.
- CANUTO, A., WEBER, K., BAERTSCHI, M., ANDREAS, S., VOLKERT, J., DEHOUST, M. C., SEHNER, S., SULING, A., WEGSCHEIDER, K., AUSÍN, B., CRAWFORD, M. J., DA RONCH, C., GRASSI, L., HERSHKOVITZ, Y., MUÑOZ, M., QUIRK, A., ROTENSTEIN, O., SANTOS-OLMO, A. B., SHALEV, A., STREHLE, J., WITTCHEN, H. U., SCHULZ, H. & HÄRTER, M. 2018. Anxiety Disorders in Old Age: Psychiatric Comorbidities, Quality of Life, and Prevalence According to Age, Gender, and Country. *Am J Geriatr Psychiatry*, 26, 174-185.
- COHEN, J. 1988. *Statistical power analysis for the behavioral sciences*, Hillsdale, NJ [u.a.], Erlbaum.
- COSTA, R. M., PATRAO, I. & MACHADO, M. 2019. Problematic internet use and feelings of loneliness. *Int J Psychiatry Clin Pract*, 23, 160-162.
- COTE, J. E. & SCHWARTZ, S. J. 2002. Comparing psychological and sociological approaches to identity: identity status, identity capital, and the individualization process. *J Adolesc*, 25, 571-86.
- CÔTÉ, J. E. & SCHWARTZ, S. J. 2002. Comparing psychological and sociological approaches to identity: identity status, identity capital, and the individualization process. *Journal of Adolescence*, 25, 16 S.
- COUPLAND, D. 1994. *Generation X: Geschichten für eine immer schneller werdende Kultur ; Roman*, Berlin ; Weimar, Aufbau-Verl.
- CRESWELL, J. W. 2015. *A concise introduction to mixed methods research*, SAGE publications.
- DAVIS, F. D. 1985. *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results*. Massachusetts Institute of Technology.
- DGPPN, B., KBV, A., AKDÄ, B., BAPK, D., DEGAM, D. & DGPS, D. 2015. S3-Leitlinie/Nationale Versorgungsleitlinie Unipolare Depression—Langfassung, 2. Auflage. Version 5.
- DRÖSSER, C. 2011. "Macht mal Pause!". *Die Zeit*.
- DUTTWEILER, S. 2016. Körperbilder und Zahlenkörper. Zur Verschränkung von Medien- und Selbsttechnologien in Fitness-Apps. In: DUTTWEILER, S., GUGUTZER, R., PASSOTH, J.-H. & STRÜBING, J. (eds.) *Leben nach Zahlen. Self-Tracking als Optimierungsprojekt*. Bielefeld: transcript.
- EHRENBERG, A. 2015. *Das erschöpfte Selbst: Depression und Gesellschaft in der Gegenwart*, Frankfurt am Main [u.a.], Campus Verl.
- ELIAS, N. 2003. *Die Gesellschaft der Individuen*, Frankfurt (Main), Suhrkamp.
- FAUL, F., ERDFELDER, E., LANG, A.-G. & BUCHNER, A. 2007. G\* Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior research methods*, 39, 175-191.



- FETTERS, M. D. & FRESHWATER, D. 2015. Publishing a Methodological Mixed Methods Research Article. *Journal of Mixed Methods Research*, 9, 203-213.
- FIELD, A. 2013. *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*, sage.
- FISCHER, C. 2018. *Ein bedeutsames Leben muss nicht „außergewöhnlich“ sein* [Online]. Available: <https://mymonk.de/nicht-aussergewoehnlich/> [Accessed 02.08. 2019].
- FUCHS-HEINRITZ, W., LAUTMANN, R., RAMMSTEDT, O. & WIENOLD, H. 2013. *Lexikon zur Soziologie*, Springer-Verlag.
- GIDDENS, A. 1991. *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*, Stanford university press.
- GLICKMAN, M. E., RAO, S. R. & SCHULTZ, M. R. 2014. False discovery rate control is a recommended alternative to Bonferroni-type adjustments in health studies. *Journal of Clinical Epidemiology*, 67, 850-857.
- GOFFMAN, E. 2010a. *Stigma: über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität*, Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- GOFFMAN, E. 2010b. *Wir alle spielen Theater: die Selbstdarstellung im Alltag*, München ; Zürich, Piper.
- GUETTERMAN, T. C., FETTERS, M. D. & CRESWELL, J. W. 2015. Integrating quantitative and qualitative results in health science mixed methods research through joint displays. *The Annals of Family Medicine*, 13, 554-561.
- HACHTMANN, F. Generation X revisited: An exploratory cross-cultural case study. American Academy of Advertising. Conference. Proceedings (Online), 2008. American Academy of Advertising, 13.
- HALLER, M. 2015. Was wollt ihr eigentlich?: Die schöne neue Welt der Generation Y. In: GMBH, M. P. (ed.). Hamburg: Murmann Publishers GmbH.
- HANDERER, J., THOM, J. & JACOBI, F. 2018. Die vermeintliche Zunahme der Depression auf dem Prüfstand. In: FUCHS, T., IWER, L. & MICALI, S. (eds.) *Das überforderte Subjekt: Zeitdiagnosen einer beschleunigten Gesellschaft*. Erste Auflage ed. Berlin: Suhrkamp.
- HANDYSIDE, S. & RINGROSE, J. 2017. Snapchat memory and youth digital sexual cultures: mediated temporality, duration and affect. *Journal of Gender Studies*, 26, 347-360.
- HARTIJASTI, Y. 2013. Exploring the motivation in using Facebook: A comparative study between Generation X and Y in Indonesia. *Journal of Information Technology Applications & Management*, 20, 53-66.
- HECKING, C. 2018. *Gretas Aufstand* [Online]. Spiegel online. Available: <https://www.spiegel.de/wissenschaft/natur/greta-thunberg-das-gesicht-der-globalen-klimabewegung-a-1241185.html> [Accessed 12.09.2020].
- HERRMANN, C. 1997. International experiences with the Hospital Anxiety and Depression Scale--a review of validation data and clinical results. *J Psychosom Res*, 42, 17-41.
- HILTY, D. M., CHAN, S., HWANG, T., WONG, A. & BAUER, A. M. 2017. Advances in mobile mental health: opportunities and implications for the spectrum of e-mental health services. *mHealth*, 3, 34-34.
- HINZ, A. & BRÄHLER, E. 2011. Normative values for the Hospital Anxiety and Depression Scale (HADS) in the general German population. *Journal of Psychosomatic Research*, 71, 74-78.
- HOFF, K. A. & BASHIR, M. 2015. Trust in automation: integrating empirical evidence on factors that influence trust. *Hum Factors*, 57, 407-34.
- HOFFMAN, R. R., JOHNSON, M., BRADSHAW, J. M. & UNDERBRINK, A. 2013. Trust in Automation. *IEEE Intelligent Systems*, 28, 84-88.
- HOFMEISTER, H. 2013. Individualisation of the life course. *International Social Science Journal*, 64, 12 S.
- HOYER, J. & MARGRAF, J. 2013. *Angstdiagnostik: Grundlagen und Testverfahren*, Springer-Verlag.
- HUBERT, M., CARUGATI, A., BROCK, C. & OBEL, B. Take it Personally--The Role of Consumers' Perceived Value of Personalization on Cross-Category Use in a Smart Home Ecosystem. 2020.
- HURRELMANN, K. & ALBRECHT, E. 2014. *Die heimlichen Revolutionäre: Wie die Generation Y unsere Welt verändert*, Weinheim, Beltz.
- IBM CORP. 2019. IBM SPSS Statistics for Windows, Version 26.0. Armonk, NY: IBM Corp. .
- ILLIES, F. 2000. *Generation Golf : eine Inspektion*, Berlin, Argon-Verl.

- KELLEY, C., LEE, B. & WILCOX, L. 2017. Self-tracking for Mental Wellness: Understanding Expert Perspectives and Student Experiences. *Proc SIGCHI Conf Hum Factor Comput Syst*, 2017, 629-641.
- KIM, J. 2014. Analysis of health consumers' behavior using self-tracker for activity, sleep, and diet. *Telemed J E Health*, 20, 552-8.
- KING, V., GERISCH, B., ROSA, H., SCHREIBER, J. & SALFELD, B. 2018. Überforderung als neue Normalität. In: FUCHS, T., IWER, L. & MICALI, S. (eds.) *Das überforderte Subjekt: Zeitdiagnosen einer beschleunigten Gesellschaft*. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- KIRCABURUN, K. & GRIFFITHS, M. D. 2018. Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *J Behav Addict*, 7, 158-170.
- KOBYLAŃSKA, M., KOWALSKA, J., NEUSTEIN, J., MAZUREK, J., WÓJCIK, B., BEŁZA, M., CICHOSZ, M. & SZCZEPAŃSKA-GIERACHA, J. 2018. The role of biopsychosocial factors in the rehabilitation process of individuals with a stroke. *Work*, 61, 523-535.
- KÖHLER, K. & FROMMER, J. 2011. Kriterien der Samplerekrutierung in der qualitativen Forschung. *Psychother Psych Med*, 61, e34-e35.
- KRAPPMANN, L. 1978. *Soziologische Dimensionen der Identität : strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen*, Stuttgart, Klett-Cotta.
- KRISHEN, A. S., BEREZAN, O., AGARWAL, S. & KACHROO, P. 2016. The generation of virtual needs: Recipes for satisfaction in social media networking. *Journal of Business Research*, 69, 5248-5254.
- KROHN, F. B. 2004. A generational approach to using emoticons as nonverbal communication. *Journal of technical writing and communication*, 34, 321-328.
- KRUEGER, R. A. & CASEY, M. A. 2014. *Focus groups: A practical guide for applied research*, Sage publications.
- KRUSE, J. 2018. Focus interview. In: WIRTZ, M. A. (ed.) *Dorsch – Lexikon der Psychologie*.
- LEE, S. & LEE, D. K. 2018. What is the proper way to apply the multiple comparison test? *Korean journal of anesthesiology*, 71, 353-360.
- LEHMKUHL, G. 2018. [Self-optimization - a topic for child and adolescent psychiatry?]. *Z Kinder Jugendpsychiatr Psychother*, 46, 93-95.
- LENER, T. *Tugend und Wissenschaft* [Online]. Epoch Times. Available: <http://www.epochtimes.de/wissen/tugend-und-wissenschaft-a573365.html> [Accessed 27.12.2018].
- LEUNG, L. 2013. Generational differences in content generation in social media: The roles of the gratifications sought and of narcissism. *Computers in Human Behavior*, 29, 997-1006.
- LIJSTER, J. M., DIERCKX, B., UTENS, E. M., VERHULST, F. C., ZIELDORFF, C., DIELEMAN, G. C. & LEGERSTEE, J. S. 2017. The Age of Onset of Anxiety Disorders. *Can J Psychiatry*, 62, 237-246.
- LIM, G. Y., TAM, W. W., LU, Y., HO, C. S., ZHANG, M. W. & HO, R. C. 2018. Prevalence of Depression in the Community from 30 Countries between 1994 and 2014. *Scientific Reports*, 8, 2861.
- MANGOLD, T. 2017. *Dankbarkeitstagebuch – der Produktivitäts- und Glücks-Booster* [Online]. Available: <https://www.selbst-management.biz/dankbarkeitstagebuch-der-produktivitaets-und-gluecklichkeits-booster/> [Accessed 02.08. 2019].
- MAYRING, P. 2015. *Qualitative Inhaltsanalyse : Grundlagen und Techniken*, Weinheim ; Basel, Beltz.
- MAYRING, P. 2016. *Einführung in die qualitative Sozialforschung : eine Anleitung zu qualitativem Denken*, Weinheim ; Basel, Beltz.
- MEAD, G. H. 2013. *Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus*, Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- MICROSOFT CORPORATION 2010. Microsoft Excel.
- MÜNTE-GOUSSAR, S. 2010. Ich ist viele. In: JÖRISSEN, B. & ZIRFAS, J. (eds.) *Schlüsselwerke der Identitätsforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- NEFF, G. & NAFUS, D. 2016. *Self-tracking*, Cambridge, Massachusetts, The MIT Press.
- NEYER, F., FELBER, J. & GEBHARDT, C. Kurzsкала zur Erfassung von Technikbereitschaft (technology commitment). Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen, 2016.
- NEYER, F. J., FELBER, J. & GEBHARDT, C. 2012. Entwicklung und Validierung einer Kurzsкала zur Erfassung von Technikbereitschaft. *Diagnostica*, 58, 87-99.

- NOACK, J. 2010. Erik H. Erikson: Identität und Lebenszyklus. *Schlüsselwerke der Identitätsforschung*. Springer.
- OLIVE, D. J. 2017. MANOVA. In: OLIVE, D. J. (ed.) *Robust Multivariate Analysis*. Cham: Springer International Publishing AG.
- OSWALD, B. 2019. *Instagram-Stories: Die kreative Art des Geschichtenerzählens* [Online]. Available: <https://www.fachjournalist.de/instagram-stories-die-kreative-art-des-geschichtenerzaehlens/> [Accessed 03.07.2019].
- OTT, A. 2016. *Selbstoptimierung 2.0 - "Entspannt schneller, höher und weiter kommen"* [Online]. Available: <https://www.extremnews.com/berichte/vermishtes/daf615e7d1c131d> [Accessed 02.08. 2019].
- PALFREY, J. G. & GASSER, U. 2011. *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*, ReadHowYouWant. com.
- PARÉ, G., LEAVER, C. & BOURGET, C. 2018. Diffusion of the Digital Health Self-Tracking Movement in Canada: Results of a National Survey. *J Med Internet Res*, 20, e177.
- PFEIFFER, J., VON ENTRESS-FUERSTENECK, M., URBACH, N. & BUCHWALD, A. 2016. Quantify-me: consumer acceptance of wearable self-tracking devices.
- PLUTCHIK, R. 2003. *Emotions and life: Perspectives from psychology, biology, and evolution*, American Psychological Association.
- PRZYBORSKI, A. & RIEGLER, J. 2010. Gruppendiskussion und Fokusgruppe. *Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie*. Springer.
- RAUNIAR, R., RAWSKI, G., YANG, J. & JOHNSON, B. 2014. Technology acceptance model (TAM) and social media usage: an empirical study on Facebook. *Journal of Enterprise Information Management*.
- REMPEL, E., DONELLE, L., HALL, J. & RODGER, S. 2019. Intimate partner violence: a review of online interventions. *Inform Health Soc Care*, 44, 204-219.
- REYCHAV, I., BEERI, R., BALAPOUR, A., RABAN, D. R., SABHERWAL, R. & AZURI, J. 2019. How reliable are self-assessments using mobile technology in healthcare? The effects of technology identity and self-efficacy. *Computers in Human Behavior*, 91, 52-61.
- ROBINSON, L. 2007. The cyberself: the self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. *New Media & Society*, 9, 93-110.
- ROSA, H. 2005. *Beschleunigung: die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne*, Frankfurt/Main, Suhrkamp.
- ROSA, H. 2013. *Beschleunigung und Entfremdung : Entwurf einer kritischen Theorie spätmoderner Zeitlichkeit*, Berlin, Suhrkamp.
- ROSA, H. 2016. *Resonanz: eine Soziologie der Weltbeziehung*, Berlin, Suhrkamp.
- ROSA, H., STRECKER, D. & KOTTMANN, A. 2018. *Soziologische Theorien*, UTB.
- SAVOLAINEN, I., OKSANEN, A., KAAKINEN, M., SIROLA, A. & PAEK, H. J. 2020. The Role of Perceived Loneliness in Youth Addictive Behaviors: Cross-National Survey Study. *JMIR Ment Health*, 7, e14035.
- SCHMITT, M. & ALTSTÖTTER-GLEICH, C. 2010. *Differentielle Psychologie und Persönlichkeitspsychologie kompakt*, Weinheim [u.a.], Beltz.
- SCHRÖDER, M. 2018. Der Generationenmythos. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 70, 469-494.
- SCHULZ, M. 2012. Quick and easy!? Fokusgruppen in der angewandten Sozialwissenschaft. *Fokusgruppen in der empirischen Wissenschaft. Von der Konzeption bis zur Auswertung*, 9-22.
- SCHWARZER, R. & JERUSALEM, M. 2002. Das Konzept der Selbstwirksamkeit. *ZEITSCHRIFT FÜR PÄDAGOGIK BEIHEFT*, 44, 28-53.
- SEDGWICK, R., EPSTEIN, S., DUTTA, R. & OUGRIN, D. 2019. Social media, internet use and suicide attempts in adolescents. *Curr Opin Psychiatry*, 32, 534-541.
- SEEBER, L. D. & REPANTIS, D. 2012. Die Wirksamkeit und Sicherheit potenzieller Neuro-Enhancer. In: BORKENHAGEN, A. & BRÄHLER, E. (eds.) *Die Selbstverbesserung des Menschen: Wunschmedizin und Enhancement aus medizinpsychologischer Perspektive*. Gießen: Psychosozial-Verlag.
- SEEBERGER, K. 2019. *L-TYROSIN – DOSIERUNG, EINNAHME UND WIRKUNG* [Online]. Available: <https://fitnessbeast.de/l-tyrosin/> [Accessed 02.08.2019].
- SELKE, S. (ed.) 2016. *Lifelogging : Digitale Selbstvermessung und Lebensprotokollierung zwischen disruptiver Technologie und kulturellem Wandel*, Wiesbaden: Springer VS.

- SHENSA, A., SIDANI, J. E., DEW, M. A., ESCOBAR-VIERA, C. G. & PRIMACK, B. A. 2018. Social Media Use and Depression and Anxiety Symptoms: A Cluster Analysis. *Am J Health Behav*, 42, 116-128.
- SHERER, M., MADDUX, J. E., MERCANDANTE, B., PRENTICE-DUNN, S., JACOBS, B. & ROGERS, R. W. 1982. The Self-Efficacy Scale: Construction and Validation. *Psychological Reports*, 51, 663-671.
- SIDANI, J. E., SHENSA, A., HOFFMAN, B., HANMER, J. & PRIMACK, B. A. 2016. The Association between Social Media Use and Eating Concerns among US Young Adults. *J Acad Nutr Diet*, 116, 1465-1472.
- SIEGRIST, J. 2018. Überforderung in der Arbeitswelt: Macht sie krank? In: FUCHS, T., IWER, L. & MICALI, S. (eds.) *Das überforderte Subjekt: Zeitdiagnosen einer beschleunigten Gesellschaft*. Erste Auflage ed. Berlin: Suhrkamp.
- SNAITH, R. P. & ZIGMONT, A. 1995. *HADS-D-Hospital anxiety and depression scale: deutsche Version; ein Fragebogen zur Erfassung von Angst und Depressivität in der somatischen Medizin; Testdokumentation und Handanweisung*, Huber.
- STAWARZ, K., PREIST, C. & COYLE, D. 2019. Use of Smartphone Apps, Social Media, and Web-Based Resources to Support Mental Health and Well-Being: Online Survey. *JMIR Ment Health*, 6, e12546.
- STEINBACH, A. 2018. Generation. In: KOPP, J. & STEINBACH, A. (eds.) *Grundbegriffe der Soziologie*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- TAUSCH, A. & MENOLD, N. 2015. Methodische Aspekte der Durchführung von Fokusgruppen in der Gesundheitsforschung: welche Anforderungen ergeben sich aufgrund der besonderen Zielgruppen und Fragestellungen?
- TAYLOR, B. & SILVER, L. 2019. *Smartphone Ownership Is Growing Rapidly Around the World, but Not Always Equally* [Online]. Pew Research Center. Available: URL: <https://www.pewresearch.org/global/2019/02/05/smartphone-ownership-is-growing-rapidly-around-the-world-but-not-always-equally> [Accessed 25.04.2020].
- THOM, J., BRETSCHEIDER, J., KRAUS, N., HANDERER, J. & JACOBI, F. 2019. [Healthcare epidemiology of mental disorders : Why is the prevalence not declining despite growing provision of care?]. *Bundesgesundheitsblatt Gesundheitsforschung Gesundheitsschutz*, 62, 128-139.
- TISSOT, S. 2017. *Hochsensibilität – 10 Tipps, die Dich im Alltag vor Reizüberflutung schützen* [Online]. Available: <http://www.hochsensiblepersonen.com/hochsensibilitaet-10-tipps-die-dich-im-alltag-vor-reizueberflutung-schuetzen/> [Accessed 02.08. 2019].
- TOPHOVEN, S., TISCH, A., RAUCH, A. & BURGHARDT, A. 2015. Psychosoziale Arbeitsbedingungen und mentale Gesundheit der Babyboomer-Generation. *Gesundheitswesen*, 16, e63-e69.
- TURKLE, S. 1998. *Leben im Netz: Identität in Zeiten des Internet*, Reinbek bei Hamburg, Rowohlt.
- TURKLE, S. 2012a. *Connected, but alone?* [Online]. TED Ideas Worth Spreading. Available: [https://www.ted.com/talks/sherry\\_turkle\\_alone\\_together?language=de](https://www.ted.com/talks/sherry_turkle_alone_together?language=de) [Accessed 28.12.2018].
- TURKLE, S. 2012b. *Verloren unter 100 Freunden: wie wir in der digitalen Welt seelisch verkümmern*, München, Riemann.
- TURNER, P. G. & LEFEVRE, C. E. 2017. Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eat Weight Disord*, 22, 277-284.
- VAMOS, S. & KLEIN, K. 2018. Our self-tracking movement and health literacy: are we really making every moment count? *Glob Health Promot*, 25, 85-89.
- VANNUCCI, A. & MCCAULEY OHANNESSIAN, C. 2019. Social Media Use Subgroups Differentially Predict Psychosocial Well-Being During Early Adolescence. *J Youth Adolesc*, 48, 1469-1493.
- VERBI 2016. MAXQDA, Software für qualitative Datenanalyse. 12.1.3 ed. Berlin: VERBI Software. Consult. Sozialforschung GmbH.
- VICTOR, A., ELSÄßER, A., HOMMEL, G. & BLETNER, M. 2010. Wie bewertet man die p-Wert-Flut. *Deutsches Ärzteblatt*, 107, 50-56.
- VON COLLANI, G. S., B. . 2014. Generalisierte Selbstwirksamkeitserwartung. Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen. Available: <http://zis.gesis.org/skala/von%20Collani-Schyns-Generalisierte-Selbstwirksamkeitserwartung> [Accessed 02.08.2019].



- VORMBUSCH, U. 2016. Taxonomien des Selbst. Zur Hervorbringung subjektbezogener Bewertungsordnungen im Kontext ökonomischer und kultureller Unsicherheit. In: DUTTWEILER, S., GUGUTZER, R., PASSOTH, J.-H. & STRÜBING, J. (eds.) *Leben nach Zahlen : Self-Tracking als Optimierungsprojekt?* Bielefeld: transcript.
- WANG, Y., MA, H.-S., YANG, J.-H. & WANG, K.-S. 2017. Industry 4.0: a way from mass customization to mass personalization production. *Advances in Manufacturing*, 5, 311-320.
- WHO. 2019. Z73: Probleme mit Bezug auf Schwierigkeiten bei der Lebensbewältigung [Online]. Queensland. Available: <https://www.icd-code.de/suche/icd/code/Z73.html?sp=SZ73> [Accessed 12.09.2020].
- WHO. o.D. *Physical Activity and Adults* [Online]. WHO. Available: [https://www.who.int/dietphysicalactivity/factsheet\\_adults/en/](https://www.who.int/dietphysicalactivity/factsheet_adults/en/) [Accessed 28.12.2018].
- WILSKI, M., KOCUR, P., GÓRNY, M., KOPER, M., NADOLSKA, A., CHMIELEWSKI, B. & TOMCZAK, M. 2019. Perception of Multiple Sclerosis Impact and Treatment Efficacy Beliefs: Mediating Effect of Patient's Illness and Self-Appraisals. *J Pain Symptom Manage*, 58, 437-444.
- WIRTZ, B. W. & GÖTTEL, V. 2016. Technology acceptance in social media: Review, synthesis and directions for future empirical research. *Journal of Electronic Commerce Research*, 17, 97.
- WOOD, M. 2005. Bootstrapped Confidence Intervals as an Approach to Statistical Inference. *Organizational Research Methods*, 8, 454-470.
- WU, C.-H. 2009. Factor analysis of the general self-efficacy scale and its relationship with individualism/collectivism among twenty-five countries: Application of multilevel confirmatory factor analysis. *Personality and individual differences*, 46, 699-703.
- YETISEN, A. K., MARTINEZ-HURTADO, J. L., UNAL, B., KHADEMHOSEINI, A. & BUTT, H. 2018. Wearables in Medicine. *Adv Mater*, e1706910.
- ZHANG, Y., KWEKKEBOOM, K. & PETRINI, M. 2015. Uncertainty, Self-efficacy, and Self-care Behavior in Patients With Breast Cancer Undergoing Chemotherapy in China. *Cancer Nurs*, 38, E19-26.
- ZHAO, Y., ZHANG, J. & WU, M. 2019. Finding Users' Voice on Social Media: An Investigation of Online Support Groups for Autism-Affected Users on Facebook. *Int J Environ Res Public Health*, 16.
- ZWICK, M. M. & SCHRÖTER, R. 2012. Konzeption und Durchführung von Fokusgruppen am Beispiel des BMBF-Projekts „Übergewicht und Adipositas bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen als systemisches Risiko“. *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft*. Springer.

## 11 Eigenanteil an Datenerhebung und -auswertung und eigene Veröffentlichungen

Diese Arbeit wurde als unabhängiges Begleitforschungsprojekt im BMBF-Projekt SELFPASS (Self-administered Psycho-Therapy Systems) durchgeführt (Förderkennzeichen FKZ 13GW0157 B, [www.selfpass.org](http://www.selfpass.org)). Die Probanden- und Patientendaten wurden ausschließlich von mir selbst erhoben. Bei der Transkription des qualitativen Materials und der Eingabe der quantitativen Daten wurde ich von wissenschaftlichen Hilfskräften unterstützt. Die Auswertung der Daten und das schriftliche Abfassen der Arbeit erfolgten ausschließlich durch mich selbst.

Teilergebnisse dieser Arbeit wurden vorab publiziert:

MAYER, G., ALVAREZ, S., GRONEWOLD, N. & SCHULTZ, J.-H. 2020. Expressions of individualization concerning the internet and social media usage: a focus group study among generations. *Journal of Medical Internet Research* (in press).

Dabei handelt es sich um den ersten Teil dieser Arbeit, die Fokusgruppen mit 36 Probanden aus Phase I. Mein Eigenanteil an der Publikation erstreckt sich auf die Organisation und Durchführung der Fokusgruppen, der qualitativen Auswertung sowie das schriftliche Abfassen von Theorieteil, Methoden, Ergebnissen und Diskussion. Die beteiligten Co-Autorinnen Frau Dr. Alvarez und Frau Gronewold waren beratend an der Methodik beteiligt. Herr PD Dr. Jobst-Hendrik Schultz hat dieses Projekt betreut.

Weitere eigene Veröffentlichungen (in zeitlicher Abfolge):

MAYER, G., ALVAREZ, S. & SCHULTZ, J.-H. 2018. Ärztliche Gesprächsführung. In: SCHULTZ, J.-H., ALVAREZ, S. & NIKENDEI, C. (eds.) *Heidelberger Standardgespräche: Handlungsanweisungen zur ärztlichen Gesprächsführung*. Heidelberg: HeiCuMed.

MAYER, G., ALVAREZ, S. & SCHULTZ, J.-H. 2018. Modelle der Gesprächsführung. In: SCHULTZ, J.-H., ALVAREZ, S. & NIKENDEI, C. (eds.) *Heidelberger Standardgespräche: Handlungsanweisungen zur ärztlichen Gesprächsführung*. Heidelberg: HeiCuMed.

MAYER, G., GRONEWOLD, N., ALVAREZ, S., BRUNS, B., HILBEL, T. & SCHULTZ, J. H. 2019. Acceptance and Expectations of Medical Experts, Students, and Patients Toward Electronic Mental Health Apps: Cross-Sectional Quantitative and Qualitative Survey Study. *JMIR Ment Health*, 6, e14018.

THEILIG, M.-M., KORBEL, J. J., MAYER, G., HOFFMANN, C. & ZARNEKOW, R. 2019. Employing environmental data and machine learning to improve mobile health receptivity. *IEEE Access*, 7, 179823-179841.

BUBOLZ, S., MAYER, G., GRONEWOLD, N., HILBEL, T. & SCHULTZ, J. H. 2020. Adherence to Established Treatment Guidelines Among Unguided Digital Interventions for Depression: Quality Evaluation of 28 Web-Based Programs and Mobile Apps. *J Med Internet Res*, 22, e16136.

DU, J., MAYER, G., HUMMEL, S., OETJEN, N., GRONEWOLD, N., ZAFAR, A. & SCHULTZ, J.-H. 2020. Identifying post-COVID vulnerable groups: A cross-sectional survey among different professions in China during the final stage of lockdown *JMIR Preprints*. (in review)

Eigenanteil an Datenerhebung und -auswertung und eigene Veröffentlichungen

HADJAR, H., LANGE, J., VU, B., ENGEL, F., MAYER, G., MCKEVITT, P. & HEMMJE, M. Video-Based Automated Emotional Monitoring In Mental Health Care supported by a Generic Patient Data Management System. *PsychoBit2020: Second Symposium on Psychology-Based Technologies*. Naples. 28.-29.09.2020.

Teilergebnisse der Arbeit wurden darüber hinaus auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Medizinische Soziologie in Düsseldorf 2019 von der Autorin als Poster präsentiert:

MAYER, G., ALVAREZ, S., GRONWOLD, N. & SCHULTZ, J.-H. 2019. Nutzungsprofile von Internet und sozialen Medien der Generationen Baby Boomer, Generation X und Digital Natives: Ergebnisse aus Fokusgruppen. *Neue Ideen für mehr Gesundheit. Jahrestagung DGMS, Deutsche Gesellschaft für Medizinische Soziologie*. Düsseldorf. 16.-18.09.2019.

## 12 Anhang

### 12.1 Anhang Methoden

#### 12.1.1 Muster Selbstbeobachtungsprotokoll

Studie: Zur Wirkung von Internet und sozialen Medien

### Selbstbeobachtungsbogen

Bitte beobachten Sie möglichst genau, wann und aus welchen Gründen Sie heute Ihre Geräte genutzt haben.

Dabei interessiert uns, warum Sie das Gerät benutzt haben und wie es im weiteren Verlauf genutzt wurde.

Bitte schätzen Sie auch ein, wie aktiv Sie dabei waren und wie es Ihnen im Anschluss ging.

Wichtig: Niemand wird Sie beurteilen. Alles bleibt anonym. Auch scheinbar banale Aktivitäten sind für uns interessant.

Bitte wählen Sie zwei typische Tage aus ihrem privaten Alltag. Auch während der Berufstätigkeit oder des Studiums haben wir alle oft ein Handy an und/oder sind morgens oder abends noch online. Arbeitszeiten können Sie in der Tabelle leicht markieren. Gerne können Sie auch das Wochenende nehmen.

Die Tage müssen nicht aufeinander folgen.

Hier einige Beispiele mit Hinweisen:



Auch wenn man beim Joggen sehr aktiv ist, ist das Überprüfen auf dem Armband eher passiv; hier geht es nur um die Aktivität mit dem Armband.

Gerät	Uhrzeit	Dauer	Aktivität	Grad der Aktivität (0 = rein passiv, 10 = sehr aktiv)	Wie ging es mir danach?
Armband	7:00 Uhr	1 min	beim Joggen Herzrate überprüft	1	nervös, Herzrate wieder zu hoch
Handy	8:45 Uhr	3 min	mit Freundin geschattet, Fotos ausgetauscht	7	gut
Handy	8:50 Uhr	5 min	Kartenspiel, an Bushaltestelle gewartet	2	so lala, Zeit totgeschlagen
PC	9:00	8 Std.	Job	–	–
Tablet	11:30	6 min	Bahnkarte gebucht für Wochenende	6	genervt, App ist blöd
Tablet	11:45	2 min	Kantinenplan nachgesehen	3	wieder nix Passendes
Notebook	17:00 Uhr	5 min	auch Facebook Bilder hochgeladen	8	Zeitdruck, aber o.k.
Notebook	17:05 Uhr	2 Std.	Hausarbeit schreiben, Text korrigieren, zwischendurch im Netz recherchiert	9	müde, gelangweilt



Je spontaner Sie hier die Stimmung beschreiben, desto besser!

Uns ist bewusst, wie viel Aufwand das im Alltag bedeutet. Haben Sie vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Rückfragen? Gerne können Sie sich per E-Mail an mich wenden: [gwendolyn.mayer@med.uni-heidelberg.de](mailto:gwendolyn.mayer@med.uni-heidelberg.de)



Probanden ID: \_\_\_\_\_

Tag 1 Datum:

Gerät	Uhrzeit	Dauer	Aktivität	Grad der Aktivität (0 = rein passiv, 10 = sehr aktiv)	Wie ging es mir danach?

## 12.1.2 Auswertungsleitfaden qualitative Interviews

Anmerkung: Der folgende Leitfaden wurde für Fokusgruppen und Interviews getrennt erstellt. Da sich beide aber nur minimal unterscheiden, wird er hier zusammengefasst. Subkategorien, die in den Interviews hinzugekommen sind, wurden mit einem \* gekennzeichnet.

Tabelle 28: Auswertungsleitfaden der qualitativen Kategorien für Fokusgruppen und Interviews

<b>Hauptkategorie: Nutzungsanlässe von Internet und sozialen Medien</b>		
<b>Definition</b>	<b>Subkategorie</b>	<b>Ankerbeispiele</b>
Geäußerte individuelle Gründe und Anlässe das Internet und soziale Medien zu nutzen	Alltagsorganisation	<p>"... was ich auch noch gerne mache im Internet, das ist Youtube-Videos angucken. Verschiedene Fail-Videos ab und zu Mal, wo dann Leute hinfallen und so, das ist ab und zu ganz lustig. Keine lustigen Katzen-Videos, die gucke ich nicht an." (Generation X, männlich, 47, Gruppe X1)</p> <p>"Also ich nutze auch Instagram, aber mehr wenn mir langweilig ist oder wenn ich denke: Ich habe jetzt noch eine Viertelstunde, bis ich aus dem Haus muss und das lohnt sich nicht mehr, was anzufangen, dass man dann da einfach mal runterscrollt." (Digital Native, weiblich, 20, Gruppe Y1)</p>
	Arbeit/Studium	
	Informationsbeschaffung	
	Kommunikation als Anlass	
	Kreativität	
	Unterhaltung	
	Zeitvertreib	
<b>Hauptkategorie: Auswirkungen der Nutzung von Internet und sozialen Medien</b>		
<b>Definition</b>	<b>Subkategorie</b>	<b>Ankerbeispiele</b>
Äußerungen, die sich auf beobachtete oder erwartete Auswirkungen der Nutzung von Internet und sozialen Medien beziehen. Ausgenommen sind persönliche erlebte Auswirkungen, diese werden unter "Erleben" gefasst.	Briefe, Karten	<p>" Also ich denke, wenn man überlegt, was wir in Deutschland für ein riesen Trara hatten, als die Volkszählung war damals, wir Älteren erinnern uns daran, da hatten wir gedacht: Die Welt geht unter und weiß der Himmel was alles. Ob berechtigt oder nicht, könnte ich nicht mal sagen. Aber heute diese ganzen Dinge sind okay." (Baby Boomer, männlich, 62, Gruppe BB1)</p> <p>"Gerade was du sagst mit Eltern, das ist auch ein ganz anderer Schreibstil, finde ich, also wie wir miteinander schreiben und wie ich mit meinen Eltern schreibe. Also meine Mutter schreibt einfach mit Punkt und Großschreibung und sowas und das gibt es halt bei uns eigentlich gar nicht mehr." (Digital Native, weiblich, 20, Gruppe Y1)</p>
	Finanzielles	
	Generationsvergleich	
	Gesellschaftlicher Wandel	
	Gesundheit	
	Kommunikation	
	Sprache	
	Telefonieren	
	Überholte Technik	
	Umwelt	
	Unterstützung, Sharing	
	Vereinfachung	
Verlust von Fähigkeiten		

<b>Hauptkategorie: Erleben</b>		
<b>Definition</b>	<b>Subkategorie</b>	<b>Ankerbeispiele</b>
Geäußerte persönliche Gefühle und Emotionen hinsichtlich der Nutzung von Internet und sozialen Medien. Auch: Persönliche Erfahrungen im Allgemeinen.	Anforderungen (Einsamkeit, Erreichbarkeit, Normen und Erwartungen, Unzufriedenheit, Vereinnahmung, Zeitdruck/ Beschleunigung)	<p>"Man kann Stunden dran verbringen, ohne ein Ergebnis zu finden, weil manchmal gar nicht so gezielt, oder weil man auch auf Seiten geleitet wird, die machst du dann natürlich auf, aber dann merkst du: 'Mit der komme ich gar nicht weiter.'" (Baby Boomer, weiblich, 56, Gruppe B1)</p> <p>"Mir ist auch aufgefallen: Ich bin viel ungeduldiger geworden. Also dadurch, dass man im Prinzip die Möglichkeit hat, innerhalb von Sekunden schnell Informationen auszutauschen, passiert es mir dann auch oft, dass ich dann nochmal eine Nachricht schreibe, oder anstatt dass ich bis abends bis zum Telefonat mit der Mama warte, wird dann nochmal schnell eine WhatsApp geschrieben." (Digital Native, weiblich, 22, Gruppe Y1)</p>
	Ängste (Angst vor kommerziellen Interessen, Angst vor Überwachung, Misstrauen/Unsicherheit, Überforderung)	
	Indifferenz (Ablenkung*, Akzeptanz von Überwachung)	
	Positive Gefühle (unterstützend*, Verbundenheit*, Entspannung*, Anonymität, niemals ohne, offline genießen, Neugierde/Faszination)	
	Risiken (Verlust von Beziehungen*, Kontrollzwang*, Realitätsverlust, Sucht)	
	Zwiespalt*	
<b>Hauptkategorie: Selbstbezogenheit</b>		
<b>Definition</b>	<b>Subkategorie</b>	<b>Ankerbeispiele</b>
Äußerungen, die auf eine individuelle, auf die eigene Person bezogene Handlungsorientierung schließen lassen. Diese kann das eigene Fortkommen (z.B. Selbstoptimierung) umfassen, Selbstdarstellung z.B. in sozialen Netzwerken oder technologiegestützte Erfassung von persönlichen Daten. Diese Kategorie wird auch vergeben, wenn von Selbst-Bezogenheit anderer berichtet wird.	Autonomie, Selbstbestimmung	<p>"Mein gutes Gefühl halt war es für den Tag, dass ich so gesagt habe: 'Das mache ich nicht mit!'" (Anm.: Facebook) (Baby Boomer, männlich, 64, Gruppe B2)</p> <p>"Also ich habe einen Fitness-Tracker und stehe da auch total drauf. Also nicht, dass ich mich von Kopf bis Fuß immer scanne, aber die Schritte sind interessant, wie ich schlafe finde ich total spannend, weil man kann das oft ganz nicht selber einschätzen...hast du jetzt wirklich gut geschlafen? Oder warum bin ich jetzt müde? Das finde ich total cool." (Generation X, weiblich, 51, Gruppe X1)</p>
	Distanzierung	
	Selbstdarstellung	
	Selbstkontrolle	
	Selbstoptimierung	
	Selbstreflexion	
	Self-Tracking (online tracking*, offline tracking*)	
	Ich-Bezogenheit bei anderen	

		<i>"Mir fällt oft auf, dass ich so relativ unbewusst einfach das so greife und irgendwas anschau, so wenn man jetzt allein durch die Stadt läuft, oder nicht irgendwie...ja unbeschäftigt aussehen...es rausholt und so tut, als ob man sich weiterbildet oder so (lachen). Das ist ... ein bisschen beängstigend." (Digital Native, männlich, 21, Gruppe Y2)</i>
<b>Hauptkategorie: Soziale Beziehungen</b>		
<b>Definition</b>	<b>Subkategorie</b>	<b>Ankerbeispiele</b>
Äußerungen, die die Beziehungen zu anderen charakterisieren	Partner/Freunde (Kunden*, Freund/Freundin*, Bekannte*, Kollegen*, Freunde*, Verein/Engagement)	<i>"... bin in einer WhatsApp-Gruppe drin, die nur meine...also die Kernfamilie betrifft. Und da meine beiden erwachsenen Kinder ja mittlerweile ausgezogen sind, ist das halt auch wichtig, ein bisschen sozialen Kontakt aufrecht zu erhalten." (Baby Boomer, männlich, 62, Gruppe BB1)</i>
	Familie (Großeltern*, Geschwister*, Ehepartner*, Verwandte allgemein*, Eltern*, Kinder*)	<i>"Soziale Vergleiche finde ich jetzt für mich persönlich viel schwieriger wenn das Leute sind, die ich kenne und von denen ich quasi die Lebensumstände weiß und ob bzw. die Kommilitonen meinetwegen oder Freunde, die ich aus dem Studium kenne, wenn die dann jeden Tag ein Bild posten und ich aber in der Bib abhängen, denke ich mir so: 'Okay, warum kriegen die das geschmissen und ich nicht?'" (Digital Native, männlich, 28, Gruppe Y2)</i>
	Spielarten von Beziehungen (Ausgeschlossen sein*, Geschlechtsstereotype, Konflikte, mobbing, soziale Ungleichheit, sozialer Vergleich)	

## 12.2 Anhang Ergebnisse der Fokusgruppen

Tabelle 29: Ergebnisse Fokusgruppen: Codes und Subcodes der induktiven Kategorien mit Häufigkeiten

Codes	Subcodes	Häufigkeiten			
		Baby Boomer (n=11)	Generation X (n=10)	Digital Natives (n=15)	Summe (N=36)
<b>Nutzungsanlässe von Internet und sozialen Medien</b>					
	Alltagsorganisation	6	33	16	55
	Arbeit/Studium	19	15	11	45
	Informationsbeschaffung	18	21	14	53
	Kommunikation als Anlass	31	31	60	122
	Kreativität	1	5	3	9
	Unterhaltung	6	12	23	41
	Zeitvertreib	0	1	3	4
	<b>Summe</b>	<b>81</b>	<b>118</b>	<b>130</b>	<b>329</b>
<b>Auswirkungen der Nutzung von Internet und sozialen Medien</b>					
	Briefe, Karten	11	12	2	25
	Finanzielles	1	11	11	23
	Generationsvergleich	39	37	24	100
	Gesellschaftlicher Wandel	29	23	25	77
	Gesundheit	0	4	8	12
	Kommunikation	25	36	31	92
	Sprache	13	12	2	27
	Telefonieren	4	8	8	20
	Überholte Technik	22	19	2	43
	Umwelt	0	4	0	4
	Unterstützung, Sharing	1	7	1	9
	Vereinfachung	6	41	7	54
	Verlust von Fähigkeiten	2	12	1	15
	<b>Summe</b>	<b>153</b>	<b>226</b>	<b>122</b>	<b>501</b>
<b>Erleben</b>					
	<b>Anforderungen</b>				
	Einsamkeit	2	0	0	2
	Erreichbarkeit	11	2	9	22
	Normen und Erwartungen	4	13	37	54
	Unzufriedenheit	2	9	6	17
	Vereinnahmung	18	8	34	60
	Zeitdruck/Beschleunigung	7	3	8	18
	<b>Ängste</b>				
	Angst vor kommerziellen Interessen	7	7	7	21
	Angst vor Überwachung	18	27	16	61
	Misstrauen/Unsicherheit	21	10	1	32
	Überforderung	7	2	0	9
	<b>Indifferenz</b>				
	Akzeptanz von Überwachung	0	1	6	7

Codes	Subcodes	Häufigkeiten			Summe (N=36)
		Baby Boomer (n=11)	Generation X (n=10)	Digital Natives (n=15)	
	<b><i>Positive Gefühle</i></b>				
	Anonymität	2	0	0	2
	niemals ohne	0	1	2	3
	offline genießen	1	2	3	6
	Neugierde/Faszination	8	23	5	36
	<b><i>Risiken</i></b>				
	Realitätsverlust	5	6	8	19
	Sucht	4	2	6	12
	<b>Summe</b>	<b>117</b>	<b>116</b>	<b>148</b>	<b>381</b>
<b>Ich-Bezogenheit</b>					
	Autonomie, Selbstbestimmung	5	5	1	11
	Distanzierung	43	48	23	114
	Selbstdarstellung	2	2	5	9
	Selbstkontrolle	17	13	9	39
	Selbstoptimierung	0	2	20	22
	Selbstreflexion	8	18	18	44
	Self-tracking	9	26	27	62
	Ich-Bezogenheit bei anderen	0	7	22	29
	<b>Summe</b>	<b>84</b>	<b>121</b>	<b>125</b>	<b>330</b>
<b>Soziale Beziehungen</b>					
	Partner/Freunde	12	26	30	68
	Familie	23	10	20	53
	Geschlechtsstereotype	0	0	6	6
	Konflikte	1	3	4	8
	Soziale Ungleichheit	0	0	4	4
	Sozialer Vergleich	3	24	43	70
	Verein/Engagement	3	2	0	5
	<b>Summe</b>	<b>42</b>	<b>65</b>	<b>107</b>	<b>214</b>
<b>Gesamtsumme</b>		<b>477</b>	<b>646</b>	<b>632</b>	<b>1755</b>

### 12.3 Anhang Ergebnisse der Interviews

Tabelle 30: Ergebnisse Interviews: Codes und Subcodes der induktiven Kategorien mit Häufigkeiten nach Generation

Codes	Subcodes	Häufigkeiten			Summe (N = 47)
		Baby Boomer (n = 15)	Generation X (n = 14)	Digital Natives (n = 18)	
<b>Nutzungsanlässe von Internet und sozialen Medien</b>					
	Alltagsorganisation	25	21	22	68
	Arbeit/Studium	4	12	15	31
	Informationsbeschaffung	50	35	23	108
	Kommunikation als Anlass	38	40	57	135
	Kreativität	0	6	4	10
	Unterhaltung	11	18	26	55
	Zeitvertreib	2	8	7	17
	<b>Summe</b>	<b>130</b>	<b>140</b>	<b>154</b>	<b>424</b>
<b>Auswirkungen der Nutzung von Internet und sozialen Medien</b>					
	Briefe/Karten	1	5	2	8
	Bücher	5	1	1	7
	Finanzielles	5	5	2	12
	Generationsvergleich	2	11	7	20
	Gesellschaftlicher Wandel	13	9	5	27
	Gesundheit	1	6	0	7
	Kindererziehung	1	8	0	9
	Kommunikation	12	3	7	22
	Sprache	1	0	0	1
	Telefonieren	5	6	4	15
	überholte Technik	5	7	2	14
	Umwelt	0	1	1	2
	Unterstützung/Sharing	1	0	0	1
	Vereinfachung	21	12	2	35
	Verlust von Fähigkeiten	2	6	2	10
	<b>Summe</b>	<b>75</b>	<b>80</b>	<b>35</b>	<b>190</b>
<b>Erleben</b>					
	<b>Anforderungen</b>				
	Einsamkeit	0	1	0	1
	Erreichbarkeit	4	6	7	17
	Normen/Erwartungen	4	10	27	41
	Unzufriedenheit	6	0	1	7
	Vereinnahmung	21	15	28	64
	Zeitdruck/Beschleunigung	1	1	3	5
	<b>Ängste</b>				
	Angst vor kommerz. Interessen	3	3	4	10
	Angst vor Überwachung	21	13	11	45
	Misstrauen/Unsicherheit	13	10	2	25
	Überforderung	8	13	0	21
	<b>Indifferenz</b>				

Codes	Subcodes	Häufigkeiten			
		Baby Boomer (n = 15)	Generation X (n = 14)	Digital Natives (n = 18)	Summe (N = 47)
	Ablenkung	1	1	1	3
	Akzeptanz von Überwachung	0	0	0	0
	<b>Positive Gefühle</b>				
	unterstützend	11	13	21	45
	Verbundenheit	8	5	12	25
	Entspannung	2	2	3	7
	Anonymität	0	0	0	0
	Niemals ohne	1	1	3	5
	Offline genießen	0	2	0	2
	Neugierde/Faszination	12	11	3	26
	<b>Risiken</b>				
	Verlust von Beziehungen	2	6	5	13
	Kontrollzwang	3	1	1	5
	Realitätsverlust	7	3	2	12
	Sucht	2	0	1	3
	<b>Zwiespalt</b>				
	Zwiespalt	3	6	15	24
	<b>Summe</b>	<b>133</b>	<b>123</b>	<b>150</b>	<b>406</b>
<b>Selbstbezogenheit</b>					
	Autonomie/Selbstbestimmung	10	15	12	37
	Distanzierung	49	52	59	160
	Selbstdarstellung	1	0	10	11
	Selbstkontrolle	5	3	12	20
	Selbstoptimierung	4	7	7	18
	Selbstreflexion	19	24	18	61
	Self-Tracking\online tracking	21	20	51	92
	Self-Tracking\offline tracking	13	12	24	49
	Selbstbezogenheit bei anderen	4	4	10	18
	<b>Summe</b>	<b>126</b>	<b>137</b>	<b>203</b>	<b>466</b>
<b>Soziale Beziehungen</b>					
	<b>Partner/Freunde</b>				
	Kunden	0	3	0	3
	Freund/Freundin	1	0	3	4
	Bekannte	7	5	6	18
	Kollegen	1	5	1	7
	Freunde	7	9	27	43
	Verein/Engagement	2	2	4	8
	<b>Familie</b>				
	Großeltern	0	0	5	5
	Geschwister	1	3	12	16
	Ehepartner	8	4	1	13
	Verwandte allgemein	4	4	1	9
	Eltern	2	6	14	22
	Kinder	25	12	0	37
	<b>Spielarten von Beziehungen</b>				



Codes	Subcodes	Häufigkeiten			Summe (N = 47)
		Baby Boomer (n = 15)	Generation X (n = 14)	Digital Natives (n = 18)	
	Ausgeschlossen sein	2	3	4	9
	Geschlechtsstereotype	0	0	0	0
	Konflikte	2	2	6	10
	Mobbing	0	0	2	2
	Soziale Ungleichheit	0	0	0	0
	Sozialer Vergleich	5	8	14	27
	<b>Summe</b>	<b>67</b>	<b>66</b>	<b>100</b>	<b>233</b>
<b>Gesamtsumme</b>		<b>558</b>	<b>573</b>	<b>707</b>	<b>1838</b>

## 12.4 Anhang Ergebnisse der Selbstbeobachtungsprotokolle

### 12.4.1 Zu Kapitel 4.2.4.4 Beziehungsebene in den Aktivitäten

Tabelle 31: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Art der Beziehungsrichtung der Aktivitäten in den Generationen aufgeschlüsselt nach MD und OD (Häufigkeiten, Spalten-% in Klammern)

	<b>Baby Boomer (n = 15)</b>	<b>Generation X (n = 14)</b>	<b>Digital Natives (n = 18)</b>	<b>Summe (N = 47)</b>
<b>"Ich"</b>				
MD (n = 23)	109	88	218	415 (60.1*)
OD (n = 24)	96	155	200	451 (59.7*)
Summe	205 (56.8)	243 (60.4)	418 (61.3)	866 (59.9)
<b>"Du"</b>				
MD (n = 23)	68	47	160	275 (39.9*)
OD (n = 24)	88	112	104	304 (40.3*)
Summe	156 (43.2)	159 (39.6)	264 (38.7)	579 (40.1)
<b>Alle</b>	<b>361 (100.0)</b>	<b>402 (100.0)</b>	<b>682 (100.0)</b>	<b>1.445 (100.0)</b>

\* Diese Prozentwerte beziehen sich auf alle Aktivitäten der Gruppe MD (690) und OD (755).

## 12.4.2 Zu Kapitel 4.2.4.5 Emotionales Erleben im Anschluss an die Aktivitäten

Tabelle 32: Ergebnisse Selbstbeobachtungsprotokolle: Gefühle nach Plutchik im Anschluss an die Aktivitäten in den Generationen aufgeschlüsselt nach MD und OD, Teil 1 (Häufigkeiten)

	Baby Boomer (n = 15)			Generation X (n = 14)			Digital Natives (n = 18)			Summe (N = 47)
	OD (n=9)	MD (n=6)	Alle	OD (n=9)	MD (n=6)	Alle	OD (n=7)	MD (n=11)	Alle	
<b>Alltag</b>										
akzeptierend	1		1	5		5	4	2	6	12
begeistert				1		1				1
bereit		1	1							1
besorgt	4	1	5		4	4	2		2	11
froh	4	5	9	4	1	5	2		2	16
gelangweilt	3		3							3
gelassen	9	3	12	9	6	15	12	7	19	46
gereizt	6	13	19	3	4	7	9	5	14	40
müde	3	6	9	3	1	4	7	5	12	25
nachdenklich				1		1	1	1	2	3
neugierig							4		4	4
neutral				3	1	4	2		2	6
traurig	1		1		1	1				2
verärgert	1		1	2		2	1		1	4
verwirrt	2		2				1	3	4	6
(missing)					1	1	1	3	4	5
<b>Summe Alltag</b>	<b>34</b>	<b>29</b>	<b>63</b>	<b>31</b>	<b>19</b>	<b>50</b>	<b>46</b>	<b>26</b>	<b>72</b>	<b>185</b>
<b>Entspannung</b>										
froh							1		1	1
gelassen					1	1	1		1	2
neutral					1	1				1
(missing)					1	1				1
<b>Summe Entspannung</b>					<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>		<b>2</b>	<b>5</b>
<b>Information</b>										
ablehnend				1		1				1
achtsam				2		2				2
akzeptierend	1		1	3		3	1	3	4	8
begeistert		1	1	2		2	1		1	4
bereit	3	1	4				3	1	4	8
besorgt	1		1	1	4	5		1	1	7
froh	1	3	4	1		1	3	2	5	10
gelangweilt				2		2	3	1	4	6
gelassen	11	4	15	6	6	12	14	4	18	45
gereizt	3	1	4	1	4	5	1	4	5	14
müde				1	4	5	3	1	4	9
nachdenklich	1	1	2					3	3	5
neugierig	1	2	3	1		1	5	1	6	10

	Baby Boomer (n = 15)			Generation X (n = 14)			Digital Natives (n = 18)			Summe (N = 47)
	OD (n=9)	MD (n=6)	Alle	OD (n=9)	MD (n=6)	Alle	OD (n=7)	MD (n=11)	Alle	
neutral				3	4	7	1		1	8
traurig		1	1					1	1	2
verärgert	1	2	3	2		2	1	1	2	7
verwirrt		2	2	1		1	4	3	7	10
(missing)					1	1				1
<b>Summe Information</b>	<b>23</b>	<b>18</b>	<b>41</b>	<b>27</b>	<b>23</b>	<b>50</b>	<b>40</b>	<b>26</b>	<b>66</b>	<b>157</b>
<b>Job</b>										
achtsam				1		1				1
akzeptierend				1		1				1
bereit	1		1	1		1	1		1	3
besorgt		1	1							1
bewundernd				1		1				1
froh	1		1							1
gelangweilt							3		3	3
gelassen	7		7	3	1	4		4	4	15
gereizt	3	1	4	2		2		1	1	7
müde	1	1	2				1		1	3
nachdenklich		1	1							1
neugierig							1		1	1
neutral		1	1					1	1	2
verärgert	1	2	3							3
verwirrt		1	1					1	1	2
(missing)		2	2		1	1	1	2	3	6
<b>Summe Job</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>24</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>51</b>
<b>Kommunikation</b>										
ablehnend							1	3	4	4
akzeptierend	7	2	9		1	1	1	5	6	16
ängstlich	1		1							1
begeistert		1	1	4		4				5
bereit				1		1	1	1	2	3
besorgt	2	1	3	2	4	6		2	2	11
bewundernd				1		1				1
froh	13	8	21	14	3	17	18	13	31	69
gelangweilt	4		4	3		3	2	11	13	20
gelassen	32	11	43	36	16	52	41	43	84	179
gereizt	4	19	23	6	10	16	22	29	51	90
müde	3	5	8		5	5	3	8	11	24
nachdenklich	2		2				1	4	5	7
neugierig				1		1		2	2	3
neutral	6		6	9	5	14	4	8	12	32
traurig		1	1	2		2		4	4	7
überrascht								1	1	1

	Baby Boomer (n = 15)			Generation X (n = 14)			Digital Natives (n = 18)			Summe (N = 47)
	OD (n=9)	MD (n=6)	Alle	OD (n=9)	MD (n=6)	Alle	OD (n=7)	MD (n=11)	Alle	
verärgert				5	2	7		5	5	12
verwirrt	2	1	3				6	7	13	16
(missing)		7	7	1		1	1	8	9	17
<b>Summe Kommunikation</b>	<b>76</b>	<b>56</b>	<b>132</b>	<b>85</b>	<b>46</b>	<b>131</b>	<b>101</b>	<b>154</b>	<b>255</b>	<b>518</b>
<b>Körper</b>										
akzeptierend				3		3	6		6	9
begeistert		1	1				1		1	2
besorgt	1		1				1		1	2
froh	2		2	2		2	5	1	6	10
gelangweilt								1	1	1
gelassen	1	10	11	3		3	2	2	4	18
gereizt	1		1				1	2	3	4
müde		2	2	1		1		1	1	4
neugierig							3		3	3
verärgert		1	1							1
vertrauend							1	1	2	2
verwirrt		1	1				1		1	2
<b>Summe Körper</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>20</b>	<b>9</b>		<b>9</b>	<b>21</b>	<b>8</b>	<b>29</b>	<b>58</b>
<b>Kreativität</b>										
begeistert				1		1				1
froh		3	3	1		1				4
gelassen					2	2				2
gereizt				1		1				1
nachdenklich				1		1				1
neugierig							1		1	1
neutral							1		1	1
verwirrt							1		1	1
<b>Summe Kreativität</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>3</b>		<b>3</b>	<b>12</b>
<b>Mobilität</b>										
ablehnend								1	1	1
akzeptierend								1	1	1
begeistert		1	1							1
bereit		1	1	2		2				3
froh				2		2		1	1	3
gelangweilt	1		1							1
gelassen				1		1	3		3	4
gereizt	1	2	3		1	1		2	2	6
neugierig							1		1	1
neutral								1	1	1
überrascht							1		1	1
<b>Summe Mobilität</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>23</b>

	Baby Boomer (n = 15)			Generation X (n = 14)			Digital Natives (n = 18)			Summe (N = 47)
	OD (n=9)	MD (n=6)	Alle	OD (n=9)	MD (n=6)	Alle	OD (n=7)	MD (n=11)	Alle	
<b>Musik</b>										
akzeptierend	1		1							1
bereit							2		2	2
bewundernd	1		1							1
froh	1	1	2		4	4	3	2	5	11
gelangweilt								3	3	3
gelassen	2	6	8	7	1	8	8	10	18	34
gereizt								2	2	2
müde								1	1	1
neugierig							1		1	1
neutral								4	4	4
(missing)							1		1	1
<b>Summe Musik</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>22</b>	<b>37</b>	<b>61</b>
<b>Shoppen</b>										
besorgt				1		1				1
froh		3	3	3		3				6
gelassen	2	2	4	4		4	3		3	11
gereizt	1		1	1		1	3	1	4	6
müde		1	1							1
nachdenklich				1		1				1
neutral							1		1	1
<b>Summe Shoppen</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>10</b>		<b>10</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>27</b>
<b>Spielen</b>										
akzeptierend								1	1	1
ängstlich					1	1				1
froh				1		1				1
gelangweilt								1	1	1
gelassen	3		3		6	6	1	2	3	12
gereizt		1	1		1	1				2
müde		1	1					3	3	4
neugierig							1		1	1
traurig								2	2	2
verärgert		1	1							1
vertrauend								1	1	1
verwirrt		1	1		1	1				2
(missing)					1	1				1
<b>Summe Spielen</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>30</b>
<b>Studium</b>										
ablehnend								1	1	1
akzeptierend								2	2	2
besorgt							1		1	1
bewundernd				1		1				1
froh							1		1	1

	Baby Boomer (n = 15)			Generation X (n = 14)			Digital Natives (n = 18)			Summe (N = 47)
	OD (n=9)	MD (n=6)	Alle	OD (n=9)	MD (n=6)	Alle	OD (n=7)	MD (n=11)	Alle	
gelangweilt							2	1	3	3
gelassen				4		4	2	2	4	8
gereizt							4	6	10	10
müde				4		4	2	1	3	7
neugierig								1	1	1
neutral				2		2				2
traurig								1	1	1
vertrauend							1	2	3	3
verwirrt							1		1	1
(missing)				1		1	2		2	3
<b>Summe Studium</b>				<b>12</b>		<b>12</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>33</b>	<b>45</b>
<b>SWAM*</b>										
akzeptierend	1		1							1
bereit							1		1	1
froh							1	1	2	2
gelangweilt							5	3	8	8
gelassen	1		1	3	1	4	4		4	9
gereizt							4	1	5	5
müde		1	1	2	1	3	2		2	6
neutral					2	2	1		1	3
verwirrt							1		1	1
<b>Summe SWAM*</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>19</b>	<b>5</b>	<b>24</b>	<b>36</b>
<b>Technik</b>										
ablehnend				1		1				1
besorgt				1	2	3				3
froh		1	1							1
gelangweilt					1	1				1
gelassen		3	3	1	2	3	1	1	2	8
gereizt	1	3	4	1	1	2		1	1	7
müde		2	2		1	1		1	1	4
neutral		1	1							1
(missing)		3	3							3
<b>Summe Technik</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>29</b>
<b>Telefonat</b>										
akzeptierend	3	1	4				3		3	7
besorgt	1		1							1
froh		3	3				3		3	6
gelangweilt				1		1				1
gelassen	2	3	5	2	1	3	4	1	5	13
gereizt	2	1	3	2		2				5
müde								2	2	2
nachdenklich	1		1							1
neugierig							1		1	1

	Baby Boomer (n = 15)			Generation X (n = 14)			Digital Natives (n = 18)			Summe (N = 47)
	OD (n=9)	MD (n=6)	Alle	OD (n=9)	MD (n=6)	Alle	OD (n=7)	MD (n=11)	Alle	
wütend							1		1	1
<b>Summe Telefonat</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>15</b>	<b>38</b>
<b>Unterhaltung</b>										
ablehnend								1	1	1
akzeptierend	1		1				1	2	3	4
begeistert				2		2		1	1	3
bereit		1	1	3		3		1	1	5
froh		1	1	3	4	7	7	7	14	22
gelangweilt					1	1	10	14	24	25
gelassen	4	1	5	3	3	6	16	22	38	49
gereizt							3	11	14	14
müde					2	2	3	7	10	12
nachdenklich								5	5	5
neugierig	1		1					2	2	3
neutral					1	1	1	3	4	5
traurig	1		1		1	1		1	1	3
überrascht								2	2	2
verärgert							1		1	1
verwirrt							3	3	6	6
(missing)							2	6	8	8
<b>Summe Unterhaltung</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>23</b>	<b>47</b>	<b>88</b>	<b>135</b>	<b>168</b>
<b>Gesamtsumme</b>	<b>184</b>	<b>177</b>	<b>361</b>	<b>225</b>	<b>135</b>	<b>360</b>	<b>344</b>	<b>378</b>	<b>722</b>	<b>1443</b>

\*SWAM = "Sehen, was die anderen machen"



## 12.5 Anhang Ergebnisse Fragebögen

Tabelle 33: Ergebnisse der HADS-Subskalen Depressivität und Ängstlichkeit nach Generationen: Summenscores in Mittelwerten (M), Standardabweichung (SD), Standardfehler des Mittelwertes (SE) und 95%iges Konfidenzintervall nach Gruppe Ohne-Diagnose vs. Mit-Diagnose (OD vs. MD)

	n	M	SD	SE	95%-KI
<b>Baby Boomer</b>					
Depressivität					
OD (n = 9)	9	2.22	3.11	1.05	0.44 - 4.45
MD (n = 6)	6	8.83	5.88	2.38b	4.60 - 13.89
<b>Alle (N = 15)</b>	<b>15</b>	<b>4.87</b>	<b>5.40</b>	<b>1.36</b>	<b>2.31 - 7.76</b>
Ängstlichkeit					
OD (n = 9)	9	4.44	3.54	1.17	2.40 - 7.00
MD (n = 6)	6	8.00	2.45	1.02b	6.29 - 10.00
<b>Alle (N = 15)</b>	<b>15</b>	<b>5.87</b>	<b>3.54</b>	<b>0.89</b>	<b>4.17 - 7.75</b>
<b>Generation X</b>					
Depressivität					
OD (n = 8)	8	3.13	3.04	1.04	1.25 - 5.29
MD (n = 6)	6	6.50	4.14	1.71b	3.25 - 10.25
<b>Alle (N = 14)</b>	<b>14</b>	<b>4.57</b>	<b>3.82</b>	<b>1.00</b>	<b>2.77 - 6.64</b>
Ängstlichkeit					
OD (n = 8)	8	4.50	3.07	1.06	2.63 - 6.67
MD (n = 6)	6	8.50	4.18	1.76b	5.00 - 11.67
<b>Alle (N = 14)</b>	<b>14</b>	<b>6.21</b>	<b>4.00</b>	<b>1.06</b>	<b>4.10 - 8.40</b>
<b>Digital Natives</b>					
Depressivität					
OD (n = 7)	6	1.00	2.00	.82b	0.00 - 3.00
MD (n = 11)	10	6.00	3.65	1.16	3.80 - 8.33
<b>Alle (N = 18)</b>	<b>16</b>	<b>4.13</b>	<b>3.95</b>	<b>0.98</b>	<b>2.36 - 6.25</b>
Ängstlichkeit					
OD (n = 7)	6	5.33	2.25	.94b	3.50 - 7.25
MD (n = 11)	10	9.70	2.87	0.89	8.00 - 11.37
<b>Alle (N = 18)</b>	<b>16</b>	<b>8.06</b>	<b>3.38</b>	<b>0.86</b>	<b>6.50 - 9.80</b>

## 13 Danksagung

Verschiedene Menschen haben zur Entstehung dieser Arbeit beigetragen. Besonders bedanken möchte ich mich bei Herrn PD Dr. Jobst-Hendrik Schultz, der die Idee und Ausrichtung der Arbeit von Anfang bis Ende begleitet und mitgetragen hat, für konstruktive Diskussionen immer zur Verfügung stand, mir aber jeden Freiraum gegeben hat, den ich gebraucht habe. Die Atmosphäre in seiner Arbeitsgruppe lebt von lebendigem Austausch und wechselseitiger Unterstützung. In diesem Sinne gilt ein weiterer Dank meinen Kolleginnen Dr. Simone Alvarez, Nadine Gronewold und Neele Oetjen, die mir mit ihrem Methodenwissen über einige Fallstricke hinweggeholfen haben. Auch möchte ich die Gelegenheit nutzen mich bei allen wissenschaftlichen Hilfskräften zu bedanken, die das Projekt unterstützt haben, insbesondere bei Frau Christiana Jung und Herrn Stefan Bubolz.

Die finanzielle Unterstützung für die Probandenhonorare, die nötig waren, um Menschen dafür zu gewinnen über zwei Tage hinweg mehr als 5 Stunden ihre täglichen Aktivitäten im Internet zu protokollieren, habe ich über das Projekt SELFPASS erhalten (siehe Kapitel 11). Hier gilt mein Dank dem BMBF, vertreten durch den Projektträger, VDI/VDE Innovation + Technik GmbH.

Fachliche Anregungen habe ich durch die Gesellschaft für medizinische Soziologie DGMS e.V. erhalten, insbesondere durch die Arbeitsgruppe Mixed Methods.

Ich danke außerdem allen Probandinnen und Probanden, die an Fokusgruppen und Interviews teilgenommen haben und bereit waren, ihren sehr persönlichen Alltag in Sachen Internet und soziale Medien mit mir zu teilen.

Meinem Freund Dr. Stefan Leibold, der meine Leidenschaft für die Chicagoer Schule und die Rollentheorie teilt, danke ich für kompetente Beratung in soziologisch-theoretischen Fragen.

Diese Doktorarbeit wäre aber niemals entstanden ohne die konstante Rückendeckung meines Mannes Peter Schönhöffer, ebenfalls Soziologe und Geisteswissenschaftler, von dem ich neben einem Stapel Fachliteratur all die emotionale Unterstützung erhalten habe, die nötig ist, um eine derartige Arbeit zu Ende zu bringen.

## 14 Eidesstattliche Versicherung

1. Bei der eingereichten Dissertation zu dem Thema "Zwischen Selbstfürsorge und Selbstoptimierung: Zur Wirkung von Internet und sozialen Medien auf die Identität psychisch unbelasteter und belasteter Menschen im Generationenvergleich" handelt es sich um meine eigenständig erbrachte Leistung.
2. Ich habe nur die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und mich keiner unzulässigen Hilfe Dritter bedient. Insbesondere habe ich wörtlich oder sinngemäß aus anderen Werken übernommene Inhalte als solche kenntlich gemacht.
3. Die Arbeit oder Teile davon habe ich bislang nicht an einer Hochschule des In- oder Auslands als Bestandteil einer Prüfungs- oder Qualifikationsleistung vorgelegt.
4. Die Richtigkeit der vorstehenden Erklärungen bestätige ich.
5. Die Bedeutung der eidesstattlichen Versicherung und die strafrechtlichen Folgen einer unrichtigen oder unvollständigen eidesstattlichen Versicherung sind mir bekannt. Ich versichere an Eides statt, dass ich nach bestem Wissen die reine Wahrheit erklärt und nichts verschwiegen habe.

Heidelberg, 29.09.2020



---

Ort und Datum

Unterschrift