



„Machen uns soziale Medien krank?“

s_innzeit Staffel 2 Episode 8

21.02.2022

Moderator_innen: Jens Koller, Dr.'in Marina-Rafaella Buch

Gäst_innen: Jana Wagner, Phillip Ozimek

Jens (JK): Hallo an alle da draußen. Schön, dass ihr wieder eingeschaltet habt bzw. uns angeklickt habt, zu einer neuen Folge s_innzeit, dem Wissenschaftspodcast zur Sozialen Arbeit vom Transfernetzwerk soziale Innovation. Mein Name ist Jens Koller, und ich bin hier wieder digital verbunden mit meiner Kollegin -

Marina (M): Marina Buch. Hallo an alle da draußen.

JK: Heute wollen wir mit einem neuen Themenblock starten. Wir haben ja in unserem letzten Themenblock über Klimawandel und Soziale Arbeit gesprochen und heute wollen wir uns einem neuen Thema widmen. Und wir möchten uns in diesem Themenblock über mehrere Folgen mit der Frage auseinandersetzen "Psychische Erkrankungen im Alltag - die andere Normalität?" Also wir beschäftigen uns in diesen Folgen mit verschiedenen Facetten psychischer Erkrankungen. Den Auftakt machen wir heute mit folgender Folge. Wir haben in Deutschland, das ist Stand Januar 2021 66000000 Menschen, die in den sozialen Medien aktiv sind, das ist ungefähr 78% der Bevölkerung. Weltweit sind es sogar nach Prognosen von 2019 zufolge nahezu 2,8 Milliarden Menschen, die sich in sozialen Medien bewegen. Deswegen haben wir gesagt, wir wollen dies in der Folge aufgreifen. Und die Folge trägt den Titel: "Machen uns soziale Medien krank?" Liebe Marina, was verbirgt sich hinter dieser Frage, hinter dieser Folge? Warum beschäftigen wir uns heute damit?

M: Das ist natürlich eine sehr starke These, die auch vor allen Dingen unterstreicht, was in den öffentlichen Diskussionen zunehmend Einklang findet. Und das ist, dass soziale Medien tendenziell sehr kritisch angesehen werden. Also Foren oder Plattformen, die für die Verbreitung und Verstärkung von Fake News, Hate Speech oder Schönheitsnormen stehen, das heißt soziale Medien sind tendenziell eher negativ konnotiert sind. Dabei gibt es eben auch positive Dinge, die aus sozialen Medien resultieren und das fand ich jetzt hier sehr schön. Ich habe ein kleines Zitat mitgebracht, das selbst Margarete Stokowski, die als feministische Autorin und Kolumnistin regelmäßig Hasskommentare im Netz bekommt, diesen einseitigen negativen Blick aufgegriffen hat am 11. Januar, in der Kolumne "Soziale Medien - Twitter ist nicht nur ein Rattenloch". Ich zitiere jetzt hiermit: "Wenn ich keinen Account in den sozialen Medien hätte und mich nur übers Feuilleton darüber informieren würde, was auf Twitter, Instagram und den anderen Plattformen so los ist, würde ich denken, das muss die absolute Hölle sein. Außerdem eine perfide Likemaschine, die Frauen zwingt sich die Lippen aufspritzen zu lassen, sich beim Schminken zu filmen. Auf jeden Fall nichts, wo man intellektuelle Herausforderungen erlebt oder einfach nur Spaß haben kann. Aber mal ganz ehrlich, wenn soziale Medien so seien, wie man im Feuilleton lesen kann, dann würde sich niemand mehr einloggen." Und ja, wir wollen eben heute vor allem die einseitig überspitzte These näher betrachten, dass soziale Medien - oder Social Media, wie man auch sagt - oder

zumindest die Nutzung von sozialen Medien, die psychische Gesundheit gefährden kann. Und ja, wir starten nämlich heute eben mit diesem neuen Themenblock, das hast du ja schon eingangs erwähnt. Und um diese These kritisch hinterfragen und vor allen Dingen auch differenziert zu betrachten, haben wir uns wie immer zwei Gäst_innen eingeladen, die aufgrund ihrer wissenschaftlichen Beschäftigung mit den Mechanismen und Folgen von sozialen Medien uns einen näheren Einblick geben können. Und ich starte hier einfach mal mit Jana Wagner. Hallo liebe Jana. Schön, dass du da bist. Wer bist du, woher kommst du und wie kommt es, dass du dich mit sozialen Medien beschäftigst?

Jana (JW): Hallo, vielen herzlichen Dank für die Einladung natürlich auch. Ich freue mich sehr heute hier zu sein. Mein Name ist Jana Wagner, wie bereits gesagt, und ich bin aktuell wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Hohenheim. Sowohl in meinem Studium als auch jetzt in meiner Arbeit setze ich mich hauptsächlich mit den Mechanismen und den Wirkungen von Internet, von Onlinewelten und hauptsächlich eben von sozialen Medien auseinander. Dazu zählt eben auch das große Thema mentale Gesundheit, aber auch Wohlbefinden und psychische Erkrankungen, und wie dieses Thema verhandelt wird. Und ja, deswegen freue ich mich sehr heute hier zu sein und hoffentlich einen guten Beitrag liefern zu können.

JK: Ja, davon bin ich überzeugt, liebe Jana. Vielen Dank für deine kurze Vorstellung. Als zweiten Gast haben wir in unserer Runde hier - auch digital natürlich - sitzen: Phillip Ozimek. Phillip, vielleicht kannst du dich kurz vorstellen. Wer bist du, was machst du, warum sitzt du hier?

Phillip Ozimek: Ja, auch von meiner Seite, vielen Dank, dass ich dabei sein darf. Ich freue mich auf die Runde. Wie ihr gerade auch schon gesagt habt: Mein Name ist Phillip Ozimek. Ich bin derzeit an der Fernuniversität in Hagen tätig als wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Fakultät für Psychologie und beschäftige mich - ähnlich wie Jana, das gerade auch schon berichtet hat – seit Beginn meines Studiums an schon mit sozialen Medien. Ich habe damals angefangen erst die Frage zu stellen: Warum nutzen Menschen überhaupt soziale Medien? Was ist daran so attraktiv? Und komme jetzt über die Jahre immer mehr von dieser Frage weg, weil die schon relativ gut zu beantworten ist. Und beschäftige mich jetzt mehr mit der Frage: Was machen soziale Medien eigentlich mit uns? Und dann natürlich aufgrund des psychologischen Backgrounds mit dem Schwerpunkt: Was machen soziale Medien mit unserer psychischen Gesundheit und mit unserem Wohlbefinden?

M: Ja, vielen Dank Philipp für deine kurze Einordnung Du hast auch direkt zwei Fragen gestellt, die wir auch in der heutigen Podcastfolge aufgreifen werden. Ihr beschäftigt euch ja beide aus wissenschaftlicher Perspektive mit sozialen Medien. Mich würde jetzt hier tatsächlich auch interessieren was hattet ihr denn eingangs für ein Bild von sozialen Medien? Du hast jetzt, Philipp, auch kurz die Neugier, das Interesse erläutert, aber was war euer Bild, das ihr hattet, bevor ihr euch in den Forschungsprojekten inhaltlich damit beschäftigt habt? Also war das eher neutral ambivalent oder vielleicht positiv konnotiert? Und wart ihr zu dem Zeitpunkt auch selbst Social Media-Nutzer_innen oder hat sich das daraus entwickelt?

P: Wenn ich vielleicht den Anfang mache, war es bei mir so: Ich glaube, ich habe alle sozialen Medien mitgenommen, die es so gab. Also ich habe angefangen mit SchülerVz, das fand ich super. Dann kamen irgendwann StudiVz und MySpace. Und wie das dann immer so ist, dann sind die Sachen irgendwann nicht mehr aktuell. Also damals war das sehr, sehr schnell. Also SchülerVz war super, dann hatte keiner mehr SchülerVz. StudiVz war auch drüber. Ich finde

immer noch, dass MySpace das beste Netzwerk war, was es gab und, dass Facebook auch nur eine Kopie davon ist. Aber letzten Endes kam dann Facebook und alle waren da und das habe ich dann genauso mitgenommen und war immer viel aktiv. Also wird es nicht in Richtung Influencer-Dasein in irgendeiner Art und Weise, aber ich war da auch immer regelmäßig aktiv. Ich fand das eine nette Nebenbeschäftigung, wie auch immer, weil es ja irgendwie dazu gehört. Und ich fand das Thema einfach superspannend und wollten einfach auch mehr wissen, weil man dann auch gemerkt hat: Es sind immer mehr Leute da und irgendwie ist jeder da. Und im Studium hat man relativ schnell gemerkt, ohne Facebook geht nichts, weil man da auch darüber redet, was könnte in der Klausur drankommen? Was müssen wir noch lernen? Was hat der Prof. in der letzten Vorlesung gesagt, wo ich vielleicht nicht da war? Und deswegen fand ich das Thema so superspannend und bin von dem Thema auch nicht mehr losgekommen.

JW: Ja, dann zu meiner Einordnung: Ich bin tatsächlich immer noch keine sehr aktive Social Media-Nutzerin. Ich beobachte und ich bin sehr viel passiv unterwegs und schaue mir die ganzen neuen Umgebungen, die aus dem Boden ploppen, so Schritt für Schritt, immer gerne an. Ich war mit bei TikTok, dem neuesten Trend und Hype. Damals wars dann noch Instagram, das ganz neu, irgendwie bekannt und berühmt geworden ist, genauso als Twitter den deutschsprachigen Raum dann erobert hat. Als Snapchat den deutschsprachigen Raum erobert hat. Das war eher aber immer aus eigenem Interesse, nie aber aus eigenem Antrieb irgendwann selbst aktiv zu werden. Ich schließ mich da Philip vollkommen an, es ist wahnsinnig spannend, es geht schnell, es ist dynamisch, das macht irgendwie diese ganzen Umgebungen auch so spannend für mich als Beobachterin. Als eine Beobachterin habe ich alles mitbekommen aber bin tatsächlich selbst nie aktiv geworden. Das ist eigentlich eine gute Frage, warum? Ich habe mich, glaube ich, dann immer schnell auf die objektive Beobachterrolle bezogen und habe mich dann lieber in der Forschung damit beschäftigt.

JK: Ja, jeder hat ja seine Berührungspunkte mit sozialen Netzwerken zwangsweise irgendwie gehabt. Es sei denn, man lebt vielleicht einsam auf einem Berg ohne Internet. Also irgendwo hat das uns alle berührt. Ich würde jetzt mal versuchen das mal so ein bisschen aufzudröseln. Wenn wir von sozialen Medien oder Social Media sprechen, was meinen wir eigentlich damit? Also kann und sollte man jetzt zwischen verschiedenen Plattformen hier differenzieren, also wo hört Social Media vielleicht auf und wo fängt der Messenger-Dienst an? Oder ist vielleicht das schon Social Media? Könnt ihr vielleicht da so ein bisschen Klarheit reinbringen? Vielleicht Jana, du vielleicht mal zuerst: Wo siehst du da Unterschiede?

JW: Also tatsächlich ist das sozusagen kein Problem, aber es ist auf jeden Fall eine Herausforderung, das trennscharf zu gestalten. Es wird auch in der Forschung nicht wirklich trennscharf behandelt, es gibt unterschiedliche Ebenen, mit denen man sich beschäftigt, das auf jeden Fall. Also grob kann man, würde ich sagen, jetzt soziale Netzwerke – wenn wir in klassischer Weise davon sprechen, abtrennen. Also das wäre beispielsweise Facebook, immer noch eines der stärksten Plattformen, zumindest von der passiven Zahl der Facebooknutzer_innen. Dann eben, wie gerade schon angesprochen, Instant Messenger, die eben sehr stark auf die interpersonale Kommunikation dann fokussiert sind, also Chats dann. Da kennt man klassischer Weise noch Microblogging, das wäre beispielsweise Twitter. Das sind dann einfach sehr schnelllebige, auf Zeichenzahl begrenzte Plattformen, bei denen es hauptsächlich auch um die textuelle Komponente geht. Und dann gibt es eben noch Content-Plattformen, so kann man das als Überbegriff nennen. Das wär dann klassischerweise Youtube, das ja auch soziale Komponenten hat. Deswegen zählt es halt auch zu den sozialen

Medien, auch da ist eine Community vertreten, auch da ist die soziale Interaktion da. Aber die sind halt mehr fokussiert eben auf den multimedialen Inhalt. Auch TikTok gehört da hauptsächlich mit dazu. Aber genau trennscharf ist es nicht, denn wenn man jetzt mal beispielsweise Instagram anschaut: Es geht viel um die Bilder, die auf Instagram gepostet werden. Es gibt aber auch eine Direct Message Funktion, die diese interpersonale Kommunikation aufrechterhält. Also die sind schon mittlerweile auch von den Features her, sehr differenziert und haben teilweise viele Elemente, auch von den anderen sozialen Netzwerken. Wenn wir aber klassischer Weise von sozialen Medien sprechen, dann sprechen wir meist von den Big Playern und das ist eben Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Tiktok, Whatsapp, also diese großen Plattformen. Und so wird es dann auch meist behandelt.

M: Also in all deinen Ausführungen, die du jetzt gerade dargelegt hast, Jana, musste ich ad hoc an eine Situation denken, die ich in einem Café erlebt habe, wo ich mit einer Freundin hingegangen bin. Wir wollten was brunchen, und dann wurden wir des Platzes verscheucht, weil man eine bekannte Instagrammerin darin dahin platzieren wollte, die dann eben Fotos von ihrem Essen gemacht hat und quasi dann auch Werbung für dieses Café gemacht hat. Das war sehr spannend zu betrachten. Sie war anscheinend sehr bekannt, ich kannte sie nicht, kann auch nicht wiedergeben, wer das war. Nichtsdestotrotz waren alle sehr andächtig, also das war ein sehr wichtiger Moment für dieses Café. Und hier, um diese kleine Anekdote einzubringen, würde ich trotzdem gerne die Frage stellen, warum denn so viele verschiedene Menschen über alle Generationen hinweg - wir sprechen oft von Jugendlichen, aber das geht ja weit darüber hinaus - eben soziale Medien so wichtig und spannend finden? Warum hat das so einen wichtigen Platz bei uns eingenommen? Vielleicht auch pandemiebedingt noch mal stärker? Was kann man hier für Faktoren vielleicht aufschlüsseln?

P: So aus Forschungssicht kann man sagen, dass sich viele verschiedene Motive ableiten lassen, die letzten Endes dazu führen, dass soziale Medien so attraktiv sind. Was man vielleicht übergeordnet sagen kann - und das ist ein bisschen losgelöst von der Wissenschaft: Sie haben es geschafft, sich über die Jahre in unseren sozialen Alltag zu etablieren, nämlich als fester Bestandteil unseres Alltags und das ist, glaube ich, sehr entscheidend. Und soziale Medien wissen sehr geschickt verschiedene Personengruppen abzuholen, das heißt genauer auf ihre Bedürfnisse einzugehen. Wenn wir uns jetzt mal die großen Motive anschauen, die so in der Forschung zusammengefasst wurden, haben wir einmal das Bedürfnis nach Zugehörigkeit: Jeder Mensch hat das Bedürfnis sich irgendwie Gruppen zuordnen zu können, das Gefühl zu haben, Teil von etwas zu sein. Es gibt ja auch so eine Gegenkomponente, die sich auch durch soziale Medien abgezeichnet hat: Die Fear of Missing out. Also auch die Angst, etwas zu verpassen. Und genau das ist eine der Hauptkomponenten, bei sozialen Medien, dass wir das Gefühl bekommen: Wenn ich nicht dabei bin, dann verpasse ich etwas, dann krieg ich nicht all das mit. So wie ich das vorhin ja auch so ein bisschen erzählt habe, in der Studienwelt zum Beispiel. In der Uniwelt oder in der Schule ist das wahrscheinlich auch inzwischen so, wenn ich nicht täglich unterwegs bin, dann krieg ich noch nicht mal mit, was im Schulalltag oder im Studienalltag so alles passiert. Neben diesem Motiv hätten wir da noch das Bedürfnis sich darzustellen, und zwar natürlich sich positiv darzustellen. Wir haben alle das Bedürfnis, dass andere uns möglichst positiv wahrnehmen, das schmeichelt unserem Selbstwert. Und das gelingt uns im Offline-Alltag, sag ich jetzt mal, natürlich nicht so, denn wir haben auch schlechte Tage. Wir sind auch mal schlecht drauf, wir reagieren auch nicht immer perfekt innerhalb von Gesprächen. Soziale Medien bieten uns aber die Chance, uns möglichst perfekt darzustellen. Das heißt, wir können

Fotos austauschen. Wir können auch, wenn wir Urlaubsfotos posten noch überlegen, nehme ich jetzt wirklich das Bild oder das? Kann ich nochmal ein paar Filter drüberlegen, damit der Sonnenuntergang noch krasser aussieht als er eigentlich sowieso schon war. Das heißt diesem Bedürfnis kommt das besonders nach. Und, das wäre das letzte große Motiv, rein evolutionspsychologisch liegt in uns das Bedürfnis nach sozialem Vergleich. Das heißt, wann immer wir sozialen Informationen begegnen, vergleichen wir uns, das passiert ganz, ganz automatisch. Das hat etwas damit zu tun, dass wir als Menschen noch immer so ein bisschen abchecken wollen: Wie gut sind wir im Vergleich zu unseren Peers? Wie gut sind wir im Vergleich zu anderen? Und das geht auch nirgendwo so schnell und so einfach wie in sozialen Medien, denn nirgendwo auf der Straße können wir fremde Menschen ansprechen und sagen: "Hey, sag mir mal kurz, wo bist du zur Schule gegangen? Wie alt bist du, welche Freunde hast du, welches Essen isst du gerne und wer war deine letzten drei Partner? Und kann ich mir von denen auch nochmal Informationen einholen, was die gerne essen?" Da würde jeder auf der Straße sagen: "Wer sind sie und warum sprechen sie mich überhaupt an?" Aber im Internet können wir uns überall superschön durchklicken und können quasi diesem inneren Bedürfnis, diesem Stalking-Bedürfnis, sag ich jetzt mal, total gut nachkommen.

JK: Ist ja vielleicht auch so ein Grund, warum auch vieles viel leichter fällt, gewisse Hemmungen fallen zu lassen und ausfälliger zu werden ja, weil man eben so einen geschützten Rahmen hat im Zuge des Internets. Nochmal eine kurze Nachfrage dazu: Du hast ja jetzt diese Bedürfnisse genannt. Das war Zugehörigkeit, ich glaube Fear of missing out gehörte da so ein bisschen mit zu, dann also sich darzustellen und eben diese sozialen Vergleiche. Stehen die gleichberechtigt nebeneinander oder sind die unterschiedlich gewichtet? Gibt es Motive, die stärker ausgeprägt sind?

P: Ich würde eher sagen, es gibt Forschergruppen, die sich lieber mit dem einen als mit dem anderen Thema beschäftigen. Deswegen finde ich, kann man das immer nicht so sagen. Es gibt dann die Gruppe, die sich vor allem mit sozialen Vergleichen beschäftigt. Das habe ich zum Beispiel viel gemacht. Dann gibt es aber auch die Forschergruppen, die sich vor allem Richtung Selbstdarstellung irgendwie sich auseinandergesetzt haben. Was ich dann aber in meinen Arbeiten versucht hab, ist irgendwie etwas zu finden, was darüber geht, also was vielleicht alle Motive zusammenfasst. Da bin ich auf ein älteres sozialpsychologisches Konstrukt, auf eine ältere Theorie gestoßen. Nämlich Selbstregulation, die man sehr gut darauf übertragen kann. Selbstregulation ist nichts anderes als eine Darstellung von Mittel-Ziel-Relationen, das heißt sämtliches menschliches Verhalten wird in der Selbstrelations Theorie eingeteilt in: Welche Motive haben Menschen? Welche Ziele sind damit verknüpft, werden dadurch getriggert? Und mit welchen Mitteln kann man diese Ziele erreichen? Und letzten Endes besagt Selbstregulation das, was ganz übergeordnet ist als Ziel, ist geworden und das Ziel ist unser Glück, unser Wohlbefinden. Und ich bin dann her gegangen und habe gesagt: "Letzten Endes passen soziale Medien super in diese Selbstregulationstheorie, in diesen Selbstregulationsansatz rein, denn soziale Medien stellen letzten Endes Mittel dar, um viele verschiedene Bedürfnisse - möglicherweise, sag ich extra - zu befriedigen. Und dementsprechend, um sich selbst zu regulieren." Da kann man dann alles sozusagen drunter subsumieren.

JK: Jana, vielleicht noch kurz die Anschlussfrage da direkt. Dieses Konstrukt der Selbstregulation, dass Phillip grad beschrieben hat, kannst du das aus deinen Forschungen bestätigen? Also auch nur im Hinblick auf die Frage, was ist die große Motivation dahinter,

sich mit sozialen Medien auseinanderzusetzen? Oder mal zugespitzt gefragt: Steigern soziale Medien unser Wohlbefinden? Ist es vielleicht das, was wir da suchen und auch finden?

JW: Also man kann jetzt nicht zwangsweise sagen, dass soziale Medien das eigene Wohlbefinden steigern, und man kann auch nicht pauschal sagen, dass sie Wohlbefinden verringern. Dafür sind die Effekte, die Kontexte, die Inhalte, die Zielgruppen, all das, was so unterschiedliche Faktoren aufzeigt oder so unterschiedlich beforscht werden kann, sind einfach viel zu divers. Deswegen, ein Pauschalurteil ist vor allem bei sozialen Medien - die, wie zu Beginn schon gesagt, so wahnsinnig dynamisch und kleinteilig sind - ist da nicht zu fällen. Aber man sieht schon in Ausschnitten, dass bei bestimmten Plattformen zu bestimmten Themen und bei bestimmten Zielgruppen, Effekte in die positive oder negative Richtung gefunden werden können. Aber wie gesagt, das ist immer sehr kontextabhängig. Und auf jeden Fall ist es faszinierend, soziale Medien sind faszinierend, denn sie bestehen ja quasi aus einzelnen Personen, die ja das Netzwerk bilden. Also soziale Medien wären im Prinzip nichts ohne die einzelnen Nutzer und Nutzerinnen, die da drauf agieren. Das ist sehr dynamisch, ist nur einfach ein anderes Umfeld, in das es transferiert wurde mit sehr viel mehr Reichweite, das sehr viel erleichtert hat und das sehr viel auch beschleunigt hat. Also es ist eher so von einer verstärkenden oder abschwächenden Rolle der Medien auszugehen, bei solchen Zusammenhängen, aber weniger, als dass man jetzt sagen könnte: "Okay, es gibt eine Ursache und soziale Medien sind gut oder böse." Das nicht.

M: Ich würde hier tatsächlich nochmal auf zwei Aspekte zu sprechen kommen. Einen Aspekt, Jana, hattest du genannt. Du hast dich als passive Nutzerin bezeichnet und hier fände ich die Unterscheidung interessant. Was ist denn eine passive Nutzung von Social Media, was ist eine aktive Nutzung von Social Media? Und welche Auswirkungen gibt es hinsichtlich dieser beiden Nutzungstypen? Und dann würde mich jetzt die Frage auch noch mal interessieren, gerade im Zuge der aktiven Nutzung: Wenn ich jetzt aktiv über meine Krankheit poste oder meine Erkrankung darlege und aktiv versuche, das jetzt auf Social Media nicht zu bewerben, sondern dazulegen. Kann man hier nicht auch davon sprechen, dass Social Media dann auch ein Bereich ist, wo solche Dinge, die eigentlich eher im versteckten Haushalt stattfinden, also beziehungsweise die man eben nicht so offen darlegen kann, dass Social Media eben ermöglicht, solche Dinge öffentlicher darzulegen? Also dahingehend dann auch einen positiven Effekt haben, weil man eben sieht: Es gibt auch andere Menschen, die diese Erkrankung haben. Es gibt noch andere Menschen, die mit psychischen Erkrankungen zu kämpfen haben.

JW: Ja, das passt auch sehr gut zum Thema davor. Also man unterscheidet tatsächlich zwischen aktiver und passiver Nutzung. Es zeigen sich auch unterschiedliche Effekte in der Forschung. Die aktive Nutzung bedeutet, ich kreierte selbstständig Content, ich poste vielleicht sogar etwas, ich trete in soziale Interaktion, die kann klein sein im Sinne von "ich drücke den Like Button". Die kann aber auch grösser als ein "ich komme ins Gespräch mit anderen über soziale Medien". Und die passive Nutzung würde man beschreiben als das, was man klassischerweise abends auf dem Sofa neben dem Fernsehschauen oder so macht, dass man einfach nur durchscrollt und quasi passiv diese ganzen Inhalte, die die sozialen Medien bieten, auf sich einprasseln lässt, ohne tatsächlich zu interagieren. Und da zeigten sich in den Studienergebnissen recht eindrücklich teilweise auch, dass aktive Social Media Nutzer und Nutzerinnen zufriedener sind. Also, dass es denen besser geht, dass es eher positive Effekte auf die Stimmung und auch das Wohlbefinden haben kann. Wohingegen bei diesem passiven Konsum, bei dem man und immer nicht selbst aktiv wird, dass der eher gegenteilige Effekte

zeigt. Auch wenn ich da gleich mit anführen will, dass diese Effekte meist sehr klein sind, aber diese Unterscheidung lässt sich hier auf jeden Fall treffen. Also im Prinzip bin ich jemand, der unzufrieden sein sollte mit sozialen Medien, weil ich selbst passive Nutzerin bin, ich befinde mich aber natürlich dann auch immer noch in der Beobachterrolle. Aber tatsächlich sieht man das in den Ergebnissen auf jeden Fall ja und das ist spannend, aber das geht auch einfach einher mit den ja mit den Motiven beispielsweise, die Phillip gerade auch vorher schon angesprochen hatte. Wenn man sich selbst präsentieren will, wenn einem das ein großes Bedürfnis ist, dann muss man aktiv auf den Plattformen auch teilnehmen, also muss selbst vielleicht Bilder von sich posten oder etwas von sich preisgeben und das tun sehr viele auch sehr bereitwillig und sehr gerne und es macht ihnen Spaß. Und dann kann das natürlich auch positiv dazu verwendet werden, um eben wie vorher auch schon angesprochen, den Selbstwert zu steigern. Und ein ähnlicher positiver Aspekt ist daneben die zweite Frage, wie du gerade meinst: Die Reichweite, die uns Social Media bietet, ist irrsinnig groß und auch Leute, die vielleicht schon Vorprägungen haben, dadurch, dass sie selbst von einer mentalen Krankheit betroffen sind, dass die dann auf die Plattform gehen können, vielleicht sogar Erfahrungsberichte von ebenfalls Betroffenen sehen. Dass Entstigmatisierung stattfinden kann einfach, weil Informationen über das Thema bereitgestellt werden. All das kann natürlich positiv sein an dieser Reichweite, dass man einfach Informationen bietet, Erfahrungen, Zugang bietet, man den Krankheiten natürlich auch Gesichter verleihen kann. Das ist natürlich eine positive Seite von sozialen Medien in Bezug auf mentale Gesundheit, was aber auch nicht heißt, dass alles Gold ist, was glänzt. Also es hat beides, beide Aspekte.

JK: Also wir bewegen uns natürlich immer in so einem Möglichkeitsraum, da drückt ihr euch natürlich auch immer ganz bewusst so aus, dass das mögliche Effekte nach sich ziehen kann. Und man unsere provokante Frage im Titel "Macht uns Social Media krank?" natürlich mit einem Jein vielleicht beantwortet werden kann. Phillip, ich würde dann auch dieses Überspitzte nochmal so ein bisschen rundrehen. Wenn wir da jetzt mal das aufnehmen, was Jana gesagt hat, also ich fasse jetzt nochmal platt zusammen: Wer aktiv Dinge gepostet fühlt sich wohler und wer passiv durchscrollt hat möglicherweise nachteilige Effekte, in dem ja gewisse Symptome vielleicht verstärkt werden, indem ich mich weiterhin in so einer Spirale nach unten drehe. Kann man sagen, dass aus dieser Aussage heraus: "Die, die viel posten haben, auch eine höhere Resilienz ganz grundsätzlich vor negativen Folgen für psychische Gesundheit, ganz im Allgemeinen"?

P: Wir bewegen uns ja auch immer in der Forschung und in der Forschung ist natürlich schön, dass man wunderbar aktive und passive Nutzung voneinander trennen kann, indem man beispielsweise einen Fragebogen nimmt, da kommen erst 10, 15 Fragen zu aktiven Bereichen, also "inwiefern machen sie Folgendes" von "nie" bis "zehnmal am Tag". Und da kommen Aussagen, wie "ich poste Fotos", "Ich kommentiere Fotos." Dass sind alles nur Beispiele für die aktive Nutzung oder "Ich schau mir die Kommentare anderer Nutzer an" ist ein Beispiel für die passive Nutzung. Das heißt, in der in der Forschung kann man das wunderbar trennen, was aktiv und was passiv passiert, aber im Alltag funktioniert das natürlich nicht. Denn, wenn ich etwas poste, melde ich mich bei Instagram an und dann bei Facebook an und dann ist die Seite ja schon auf. Und wie ich anfangs schon mal sagte, das mit den sozialen Vergleichen, dass immer dann, wenn wir mit sozialen Informationen irgendwie konfrontiert werden - und das ist ja schon sobald wir Instagram quasi öffnen - dann passiert etwas in uns und dann passieren diese sozialen Vergleiche in uns. Man darf diese passive Nutzung auch nicht unbedingt so verstehen- Oder, die Effekte, die daraus entstehen, entstehen nicht unbedingt,

weil wir bewusst irgendwie durch Instagram scrollen und uns verschiedene Profile angucken und uns dann immer bewusst mit diesen Personen vergleichen. Sondern das Ganze ist mehr so ein unbewusster Effekt. Also was wir alle hier machen – also meiner Meinung nach machen das alle - dieses aus Langeweile durchscrollen und gucken was gerade so in den sozialen Medien passiert. Und da passiert auch dieser unbewusste Effekt des sozialen Vergleichs, weil wenn man ein paar Influencern beispielsweise folgt, passiert es schnell, dass man beim Durchscrollen das Gefühl bekommt - ob Pandemie oder nicht und ob Restaurants geschlossen oder nicht - irgendwie machen immer mehrere Leute auf Instagram gerade Urlaub, haben immer den schönsten Urlaub, sind immer in den besten Restaurants unterwegs und haben immer mega gutes Essen. Und dieses Gefühl muss nicht immer bewusst sein, also man muss das noch nicht mal kommunizieren, sondern das ist ein Eindruck, der entsteht, wenn man immer wieder auf sozialen Medien unterwegs ist. Lange Rede, kurzer Sinn: In der Forschung kann man die aktive und die passive Nutzung von sozialen Medien superschön trennen und man kann sagen: "Das Passive führt dazu, das Aktive dazu", aber wenn wir Alltag soziale Medien nutzen, dann läuft beides zusammen. Und dementsprechend ist es wirklich, um jetzt eine Konsequenz daraus zu ziehen für den Alltag und für die reale Nutzung, superschwer zu sagen, was soziale Medien jetzt eigentlich machen. Das, was da einen großen Einfluss darauf hat, wie ihr es gerade auch schon angesprochen habt, ist auch die Persönlichkeit. Das sind Vorbelastungen, kritische Lebensereignisse, das ist vielleicht generell so eine Vulnerabilität, also so eine Neigung psychische Erkrankungen entwickeln zu können. Also, wenn wir jetzt die negative Seite nehmen. Und genau so muss man auch, wenn man jetzt die positive Seite nimmt, dann muss man auch irgendwie anfällig dafür sein, positiv auf Dinge, die in sozialen Medien passieren, zu reagieren.

JK: Jetzt sind wir schon in diesem Komplex mentale Gesundheit, psychische Erkrankungen. Jana, welche Gefahren bestehen denn ganz konkret durch Nutzungsverhalten in sozialen Medien oder welche Gefahren gehen von den sozialen Medien aus für unsere mentale Gesundheit?

JW: Ja. Also, was man häufig auch genießt ist eben: Wir sind irgendwann dazu übergegangen, sehr viele Medien parallel zu nutzen. Also wir haben sehr viele Medien in unserem Umfeld und wir nutzen sie auch teilweise gleichzeitig. Und man könnte beispielsweise in diesem Strudel landen, zu sagen: "Mir fehlt es sogar." Also auch soziale Medien selbst können Suchtverhalten auslösen, indem man sagt: "Ich brauch es aber, es fehlt mir in meinem Alltag." Da sind wir wieder bei diesem ganzen Thema Fomo (Fear of missing out), ich kann meinen Konsum nicht mehr ganz kontrollieren, denn in mir kommt ständig das Bedürfnis auf, dass ich checke "hat mir jemand eine neue Freundschaftsanfrage gemacht?", "Hat Person XY etwas Neues gepostet?", "Wie viele Likes habe ich auf meinen Post bekommen?" So etwas kann stattfinden, das ist dann eine sehr unkontrollierte Nutzung, die natürlich immer mal wieder auftauchen kann und zu Stress führen kann. Dann dieser soziale Vergleich, wenn der sehr auf den Selbstwert geht, dann könnte man depressive Tendenzen entwickeln. Genauso sieht man vielleicht unter den Bewegungen, #Inspiration - auch sehr prominent auf Instagram - negative Schönheitsideale, die geprägt werden oder unrealistische Schönheitsideale, die geprägt werden, die natürlich bei dieser positiven Verzerrung, von der wir schon die ganze Zeit sprechen, dass man natürlich lieber das teilt, was schön ist im eigenen Leben und was super aussieht. Das führt dazu, dass Personen sich selbst einfach schlecht reden und einen schlechten Selbstwert aufbauen, ein schlechtes eigenes Körperbild aufbauen, weil sie eben diesem ständigen Vergleich ausgesetzt sind und denken: "Sie verpassen etwas, sie sind nicht



so schön, sie sind nicht so toll, sie haben nicht so viele Erlebnisse“. Also generell gibt es ja viele unterschiedliche Arten, wie sich soziale Medien auch auf die eigene mentale Gesundheit auswirken können. Das kann die unterschiedlichsten Formen annehmen. Und die mentale Gesundheit ist ja auch so ein Kontinuum, wenn man es so betrachten will: Also es gibt halt die negative Seite und es gibt auch die positive Seite. Dass man sagt, das macht glücklicher, zufriedener, also man muss das als so einen sehr graduellen Prozess betrachten. Es gibt nicht schwarz/weiß, krank/nicht krank, diese Krankheit trifft jetzt gerade zu oder eben nicht zu. Sondern man kann auch einzelne Symptome von unterschiedlichen Krankheiten aufweisen, ohne tatsächlich damit diagnostiziert zu werden. Einfach, weil es dann komplexere Krankheiten sind. Genauso gibt es einzelne Aspekte, die einen glücklich machen können und auf der anderen Seite eben auch Aspekte, die einen belasten können. Das ist alles sehr graduell, würde ich sagen.

M: Das heißt, so weit wir das beurteilen können: Wir bewegen uns immer in einer Art Spannungsfeld - das ist ja auch das Wort, was wir hier immer benutzen - es gibt gute Faktoren, schlechte Faktoren. Stichwort Medienkompetenz: Mediennutzung ist sehr wichtig, wie nutze ich Medien? Wie reflektiert nutze ich Medien? Ein Gedanke, der mir hierbei in euren Ausführungen einfach immer wieder aufgekommen ist, ist natürlich auch – ich nenne das jetzt die Verantwortung oder diese von Social Media bzw. auch diese Algorithmen, die es auf Social Media gibt, da dadurch ja auch gewisse Herangehensweisen oder Denkmuster ja auch befördert werden können. Sei es, wenn wir jetzt zum Thema Essstörungen gehen, man hat eine Person, die eine gewisse Affinität dazu hat oder auch unzufrieden mit ihrem Körper ist. Sie wird dann gegebenenfalls Videos anschauen, von Models oder von Personen, die sie als schöne erachtet. Und diesen Algorithmus, den es ja nun mal gibt bei Facebook und Instagram, bei den anderen kenne ich mich tatsächlich nicht so aus, würde sie ja immer wieder auf diese Bilder auch stoßen und dann würde dieses Selbstbild, was sie von sich hat, ja auch befördert werden, weil sie das Gefühl hat, die sehen alle schön aus und sie kriegt dann immer wieder diese gleichen Videos. Phillip, wie würdest du so einen Mechanismus benennen und was könnte hier denn auch ein Lösungsansatz sein? Diesbezüglich zu dem Stichwort Verantwortung von Social Media?

P: Man darf natürlich nicht vergessen, dass soziale Medien nicht aus einem sozialen Beweggrund her entwickelt wurden, vielleicht mal ganz am Anfang. Aber die sind ja fast alle von einem Wirtschaftsunternehmen von Meta und dadurch, dass die verschiedenen Netzwerke und die Mitgliedschaften kein Geld kosten, muss man sich immer fragen: “Woran liegt das eigentlich, dass wir Facebook und Instagram so viel nutzen können, wie wir wollen, ohne dafür eben ein Abonnement oder sonst was abschließen zu müssen?” Und das ist letzten Endes, weil dahinter Geld verdient wird und zwar mit unseren Daten und vor allem mit Werbung und dementsprechend basieren diese Algorithmen auch auf nichts Anderem. Es geht darum, uns werden auch Dinge vorgeschlagen, vielleicht von Seiten, denen wir gar nicht folgen, aber hauptsächlich geht es darum, dass die Beiträge von allen Seiten folgen, denen wir folgen, dass die sortiert werden. Und zwar nach der Wahrscheinlichkeit danach, ob wir den Beitrag liken oder kommentieren. Da geht es natürlich vor allem darum, wenn wir anderen Firmen folgen, dass diese Beiträge geliked und kommentiert werden und zum drauf blicken, weil genau dafür kriegt Facebook halt auch Geld. Und das selber passiert auch nicht in Kommentaren. In der Forschung spricht man bei dem, was dadurch entsteht von sogenannten Echokammern. Das ist eigentlich ein sehr, sehr schönes Bild, denn das, wovon man selber überzeugt ist, das halt quasi wieder zurück. Der Algorithmus merkt sich sehr schnell – nehmen

wir jetzt mal das Beispiel - "Oh, da ist jemand, der hat vielleicht einen Hang dazu, skeptisch an die aktuelle Corona-Impfung ranzugehen." Was liked der wahrscheinlich? Wahrscheinlich liked er Beiträge und Kommentare von anderen Menschen, die das genauso sehen. Dementsprechend schieben sich die Sachen nach oben. Auch innerhalb eines Beitrags. Sagen wir mal in einen Beitrag von der Tagesschau oder so sind 1500 Kommentaren zum Thema "Impfpflicht - Ja / Nein?". Und der Algorithmus weiß: Okay, der steht da eher skeptisch zu. Das heißt, all die Beiträge, die ich als sehr skeptisch einschätze, die schiebe ich nach oben. Und niemand liest sich wahrscheinlich diese Tausende von Kommentaren durch. Das führt aber jetzt noch dazu, dass die Person, von der ich gerade spreche, das Gefühl bekommt, dass alle das genauso sehen wie sie. Und das kann man –ob jetzt Impf-skeptizismus, aber das kann man auch übertragen auf Inspiration oder Sinnspiration, wie auch immer - diese Algorithmen vermitteln das Gefühl, dass da überhaupt keine diverse Community ist in dem im Sinne - bei Facebook, Instagram oder wie auch immer - sondern, dass alle relativ unisono in dieselbe Richtung gehen. Und ich habe jetzt so lange ausgeholt, um zu erklären, woran das liegt. Nämlich eigentlich aus diesem Beweggrund, dass der Algorithmus das nicht macht, damit man genau dieses Gefühl bekommt, sondern der Algorithmus macht das eigentlich damit die Like- und Kommentar-Wahrscheinlichkeit höher ist, damit man auf Werbeanzeigen beispielsweise eher eingeht. Und das ist dabei das Problem, dass das Ganze aus einem reinen marketing-technischen Grund läuft und entstanden ist. Und der zweite Teil deiner Frage war, wie man dagegen vorgehen könnte. Es ist schwierig, also eigentlich würde ich immer sagen: "Ein Zurück zum Anfang". Diese Algorithmen, die gab es noch nicht von vornherein, sondern ich erinnere mich noch an die ersten Jahre mit Facebook, da war das einfach chronologisch. Und man kriegt jetzt manchmal - und das nervt mich - Beiträge, ich folg einigen Tageszeitungen zum Beispiel, die sind drei Tage alt. Aber die sehe ich dann aber auch zehnmal und es sind immer dieselben Sachen, die ich dann sehe. Und früher gab es das nicht. Früher war das einfach chronologisch von oben nach unten. Da würde ich sagen, wenn man das ganz ungeordnet einfach nur wiedergibt, so wie es geschrieben wird, würde man dem beispielsweise schon aus dem Weg gehen. Einen weiteren Vorschlag, den ich machen würde, den viele vielleicht auch nicht gerne hören, wobei ich glaube, dass damit Facebook nicht genug Geld verdienen würde, wäre: Nehmt das Marketing und die Werbung raus und macht die Netzwerke kostenpflichtig, um das quasi auszugleichen. Aber ich denke, damit ist der Gewinn bei weitem nicht so groß, es sei denn, das kostet irgendwie 50€ im Monat pro Person, dann vielleicht. Aber ansonsten glaube ich, ist diese Spanne einfach nicht groß genug.

JK: Ich würde die Frage nochmal an Jana gerne weiterleiten, also gerade im Hinblick, was Regulierung angeht. Wir haben jetzt gerade über den Algorithmus gesprochen, der erstmal nicht normativ eingestellt ist, sondern ja im Prinzip auch verstärkend wirkt. Ich klick das Video an und krieg dann weitere Videos davon. Auf einmal bin ich dann vielleicht ganz unten im Kaninchenbau, wie man so schön sagt. Und das ist ja kein einfaches Thema. Wie nimmt man jetzt diese Wirtschaftsunternehmen in die Pflicht, vielleicht auch gewissen Dinge entgegenzuwirken. Jana, du hast dich ja auch mit so Themen beschäftigt, also Nudging haben wir im Vorgespräch besprochen -

Stephan (Voiceover): Hallo, hier ist Stephan vom s_innzeit-Team. Das Nudging eine Strategie der Verhaltensänderung, bei der man versucht, Menschen zu einer gewünschten Verhaltensweise zu bewegen, ohne dabei Verbote, Gebote oder starke ökonomische Anreize zu setzen. Sogenannte Nudges müssen dabei leicht und ohne großen Aufwand zu umgehen sein.

JK: Aber es sind ja auch andere, ich nenne es mal manipulative Mechanismen eingebaut, wie zum Beispiel die Erneuerung des Newsfeeds, was ähnliche Mechanismen wie der einarmige Bandit im Casino hervorruft: Was habe ich denn diesmal als nächstes oben? Welchen interessanten Beitrag kann ich mir anschauen? Jana, wo siehst du da Möglichkeiten, dass wir als Gesellschaft auch sagen: "Nee, so nicht. Bitte reguliert das." Oder müssen wir das vielleicht selbst regulieren? Was ist da dein Ansatz?

JW: Ja, das ist spannend und ich bin da selbst in meiner Meinung zwiegespalten. Natürlich wäre es schön, wenn wir sagen könnten, diese ganzen negativen Aspekte, diese ganze Manipulation, die vielleicht Plattformen auch vornehmen, vielleicht auch aus kommerziellen Interessen, könnten wir kontrollieren. Aber damit schränken wir auch zum Teil die Erfahrungen auf den Plattformen wiederum ein. Es ist natürlich auch fraglich, inwiefern Plattformen für etwas zur Rechnung gezogen werden können, was eigentlich die Nutzer oder Nutzerinnen dieser Plattform posten. Also zum Beispiel schädliche Inhalte wäre da das Stichwort, natürlich kann die Plattform dafür per se Nichts, sondern die Inhalte werden ja von den Nutzern und Nutzerinnen gepostet. Deswegen ist es schwierig. Ich glaube, auf dieser Algorithmus-Ebene, was helfen könnte, wäre generell Transparenz, also sozusagen einzufordern - und das wäre dann regulierbar - dass Algorithmen öffentlich geteilt werden und damit auch jeder Öffentlichkeit zugänglich ist. Vielleicht ihr und ich können dann nicht aus den Algorithmen oder aus den Codes rauslesen was damit passiert, aber es gibt genug Leute, die das können und dann ist es einfach die Aufgabe der Gesellschaft, der Institution, den ganzen Prozess zu beobachten und zumindest zu sanktionieren. Also das wäre natürlich keine präventive Maßnahme, aber zumindest eine Maßnahme, die man kontrollierend einführen könnte. Ansonsten für die psychologischen Effekte, die stattfinden, bezogen auf das ganze Thema der Interaktion mit dem Content, da ist es immer wichtig auch Aufmerksamkeit darauf zu richten, dass natürlich die Nutzerinnen und Nutzer bestenfalls mal Auszeiten nehmen sollten. Dass Medienkompetenz und auch das Bewusstsein für "Was machen diese Plattformen mit uns? Was passiert auf diesen Plattformen" geschaffen wird, damit man auch bewusster konsumiert. So ich würde es zusammenfassen als: Es ist nicht eine Frage, ob wir diese sozialen Medien nutzen und wie lange wir diese sozialen Medien nutzen, sondern wie wir dann auch schlussendlich damit umgehen. Und da ist so etwas wie Aufmerksamkeit schaffen und eben beobachtend tätig sein und auch darüber reden und diese Themen hochhalten, ein sehr gutes Mittel dazu. Denn so kann auch jeder sich bewusstwerden, was passiert und gegebenenfalls darauf reagieren oder größerem Maße auch sanktionieren.

M: Wir haben ja heute verschiedene Aspekte auch durchleuchtet. Mediennutzung, Medienkompetenz, dass es eben zu einseitig ist zu sagen, dass Social Media als solches krank macht, sondern dass das sehr viel komplexer ist. Das haben wir heute ja auch nochmal durchleuchtet mit dem Nutzungsverhalten oder auch Prädispositionen von den Nutzer_innen. Und wir enden unsere Podcastfolgen immer mit einer Frage, die nicht unbedingt was mit dem Thema zu tun haben muss, aber kann. Und zwar ist das die Frage nach eurem Lieblingsmenschen, ob es eine Person in eurem Leben gibt - fiktiv, wissenschaftlich, privat, je nachdem oder auch künstlerisch - die euch geprägt hat und die ihr als Lieblingsmenschen bezeichnen würdet?

P: Mein Lieblingsmensch ist gerade drei Monate alt und hat mich noch nicht mein langes Leben geprägt, aber ich glaub er wird mich im künftigen Leben sehr prägen.



JK: Ich glaube, da gibt es auch gar nicht mehr zu sagen, sondern einfach: Herzlichen Glückwunsch Philipp dafür! Jana, wie schauts bei dir aus?

P: Danke.

JW: Wie soll ich denn da mithalten? Das ist ja absolut unfair. (lacht)

M: (lacht) Das ist kein Test.

JW: Ja, das ist natürlich eine sehr spannende Frage. Ich habe generell sehr das Glück, dass mich in meinem Leben sehr viele inspirierende Menschen begleitet haben, egal ob es in irgendeinem Arbeitsumfeld ist, egal ob es in meinem privaten Umfeld ist, ob es meine Eltern sind, ob es meine Schwester ist, ob es mein Partner ist oder ob es meine Freunde sind. Da habe ich sehr viele nette, liebe, aufmerksame, tolle Personen in meinem Umfeld. Aber vielleicht geh ich jetzt in die andere Richtung und nenne eine berühmte Person tatsächlich, die mich auch sehr inspiriert hat. Und die Geschichte begleitet mich seit sehr, sehr langer Zeit auch, und das ist lustigerweise Lady Gaga. Mag man gar nicht meinen, aber das ist mein Celebritycrush, so würde ich es sagen. Ich bewundere ihre Geschichte sehr, ich mag ihren Umgang, ich mag, dass sie soziale Normen aufbricht. Ich habe sehr viel Bewunderung für die künstlerischen Aspekte, die sie mitbringt. Und deswegen, damit man auch eine Person hat, die ein Gesicht hat, nehme ich Lady Gaga.

JK: Wunderbar, ich nehme an, du folgst ihr auch auf Instagram ja – also im Geiste der heutigen Folge.

JW: Natürlich.

JK: Ja, wir kommen zum Ende unserer Folge und ich hatte heute wieder das Gefühl, ich habe noch 10000 Nachfragen, die ich hätte stellen können und wollen. Aber ja, wir sind nun mal zeitlich begrenzt und das ist ja vielleicht auch gut so. Vielleicht noch ein persönlicher Eindruck von mir, auch im Zuge der ganzen Auseinandersetzung dieser Folge, ich fand das sehr Augen öffnend, weil ich schon ein klares Bild hatte, was ordentlich durcheinander gerüttelt wurde. Ich war auch eher auf diesem "Ja, es muss ja schlechte Auswirkungen haben." Ich hatte mich ja vorher viel mit kritischen Medien auseinandergesetzt und ich fand es schön, dass das mal so ein bisschen geradegerückt wurde – so nenne ich das mal - von euch beiden. Auch vielen Dank dafür. Vielen Dank für die Einblicke in eure Forschungen, in eurer Einsichten und Erkenntnisse. Und ja, wenn Ihr Interesse habt zu diesem Thema weiterzulesen, weiterzudenken, dann verlinken wir euch gerne alle relevanten Dinge, die hier gesagt wurden und auch die Seiten von Jana und Philipp, in der Podcastbeschreibung. Lasst uns gerne einen Kommentar da, besucht uns auf Transfernetzwerk-s_inn bei Instagram. Lass uns doch gerne Like da, dann verpasst ihr keine Neuigkeiten auch in Bezug auf den Podcast oder aber auch andere Veranstaltungen des Transfernetzwerks. In der nächsten Folge, die am 14.3. erscheinen wird, beschäftigen wir uns mit dem Krankheitskomplex Depressionen und all seinen Facetten und freuen uns auch schon sehr auf diese Folge. Und ja, nochmal vielen Dank an euch beide und in diesem Sinne -

M: Ja, du hast ja jetzt alles gesagt, also bleibt mir nur noch zu sagen: Nutzt eure Zeit s_innvoll, liebe Hörer_innen und tschüss, bis zum nächsten Mal.

JW: Liken, abonnieren und Kommentieren. (lacht) Tschüss!

P: Tschüss!



JK: Tschüss!