



University of Applied Sciences

# **APOLLON** Hochschule der Gesundheitswirtschaft

## **Gefährliche Mutproben und Internetchallenges**

„Die Teilnahme von jungen Menschen im Alter von 12 bis 25 Jahren an gefährlichen Internetchallenges wird durch ihre Einstellung, subjektiven Normen und durch eine empfundene Verhaltenskontrolle beeinflusst.“

Bachelor-Thesis

### **Erstgutachter:**

Prof. Dr. Marcus Eckert

### **Zweitgutachterin:**

Prof. Dr. Despina Lion

Hamburg, 30.11.2023

### **Erstellt von:**

Emma Koepnick

Martinistr. 11

20251 Hamburg

Tel. 0172 6339903

Studiengang: Angewandte Psychologie

## **ABSTRACT**

Internetchallenges sind ein weit verbreitetes Phänomen, insbesondere unter Jugendlichen. Diese Mutproben im Internet bergen häufig Gefahren in sich. Es entsteht die Notwendigkeit, die Beweggründe der jungen Menschen zu verstehen, warum sie sich dennoch entscheiden, an diesen Challenges teilzunehmen. Dieses systematische Review untersucht das Verhalten Jugendlicher, die sich insbesondere zu gefährlichen Internetchallenges hingezogen fühlten und teilnahmen. Die Theorie des geplanten Verhaltens, die definiert, dass das Verhalten einer Person in erster Linie durch die Absicht bestimmt wird, die Handlung auszuführen, dient in dieser Arbeit als Auswertungsbasis. Drei Kategorien beeinflussen die Entscheidung: Die Einstellung zum Verhalten, die subjektiven Normen und die wahrgenommene Verhaltenskontrolle. Zehn Studien wurden analysiert, um diese Faktoren zu identifizieren und zu verstehen, wie sie die Teilnahme an Onlineherausforderungen beeinflussen. Die Forschungsfrage lautet: ‚Lässt sich das Verhalten von Jugendlichen, an einer gefährlichen Internetchallenge teilzunehmen, anhand möglicher Motivationsfaktoren vorhersagen?‘ Die Ergebnisse machen deutlich, dass die drei Kategorien der Theorie des geplanten Verhaltens zwar bedeutend sind für die Vorhersage zur Teilnahme von Jugendlichen an gefährlichen Internetchallenges, aber diese dennoch nicht isoliert betrachtet werden sollten. Erst eine vorausgegangene statistische Auswertung zur Identifizierung der Motivationsfaktoren bietet die robuste Basis zur Vorhersage des Verhaltens der Jugendlichen. Die gewonnenen Erkenntnisse sollen dazu beitragen, Risiken zu reduzieren und an Challenges interessierte Menschen vor den potenziellen Gefahren gesundheitsschädlicher Internetchallenges zu schützen.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>III</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>IV</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>V</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
<b>2 Theoretischer Hintergrund.....</b>	<b>3</b>
<b>2.1 Junge Menschen und Challenges.....</b>	<b>3</b>
2.1.1 Mutproben.....	3
2.1.2 Internetchallenges.....	4
2.1.3 Challenges und die Bedeutung von Alter und Geschlecht.....	4
2.1.4 Motivationstheoretische Grundlagen.....	5
2.1.5 Begriffsdefinition ‚Motive‘.....	5
2.1.6 Begriffsdefinition ‚Motivation‘.....	5
2.1.7 Begriffsdefinition ‚Motivationsfaktoren‘.....	6
<b>2.2 Die Variablen der ‚Theorie des geplanten Verhaltens‘.....</b>	<b>6</b>
2.2.1 Die Einstellung gegenüber dem Verhalten.....	8
2.2.2 Der soziale Einfluss der Peergroup.....	8
2.2.3 Die unmittelbare Verhaltenskontrolle.....	9
2.2.4 Verhaltensintention.....	10
<b>3 Methodik.....</b>	<b>10</b>
<b>3.1 Anpassung der Forschungsmethode.....</b>	<b>11</b>
<b>3.2 Dokumentation des systematischen Reviews.....</b>	<b>11</b>
3.2.1 Systematische Literaturrecherche.....	12
3.2.2 Datenbanken und Bibliotheken.....	13
3.2.3 Suchbegriffe und Strings.....	13
3.2.4 Berücksichtigung erweiterter Altersgruppen.....	14
3.2.5 Berücksichtigung von älterer Literatur.....	14

3.2.6	Einbeziehung der TikTok-Zufriedenheitsstudie.....	14
3.2.7	Überprüfung der Forschungsqualität.....	15
<b>4</b>	<b><i>Studien zu Internetchallenges und Motivationsfaktoren .....</i></b>	<b>15</b>
4.1.1	Villani et al.: Zwang und Zugehörigkeit.....	15
4.1.2	Shroff et al.: Influencer-Einfluss und Geschlechteridentität.....	19
4.1.3	Falgoust et al.: Soziale Interaktion und soziale Unterstützung.....	23
4.1.1	Khasawneh et al.: Risikowahrnehmung und Selbstwirksamkeit.....	27
4.1.2	Bucknell et al.: Unterhaltung und Affekt .....	30
4.1.3	Deslandes et al.: Abenteuer und Nervenkitzel.....	34
4.1.4	Hilton et al.: Druck und Manipulation .....	37
4.1.5	Jacquier: Risiko und Sozialisierung.....	39
4.1.6	Ortega-Barón et al.: soziale Motivation und Herausforderungszufriedenheit.....	43
4.1.7	Roth et al.: Soziale Identität und Gruppenzwang .....	46
<b>5</b>	<b><i>Allgemeine Gesamtauswertung der Motivationsfaktoren .....</i></b>	<b>51</b>
<b>6</b>	<b><i>Motivationsfaktoren und die Theorie des geplanten Verhaltens .....</i></b>	<b>53</b>
<b>7</b>	<b><i>Zusammenfassung .....</i></b>	<b>55</b>
<b>8</b>	<b><i>Kritische Betrachtung .....</i></b>	<b>55</b>
<b>9</b>	<b><i>Fazit.....</i></b>	<b>57</b>
<b>10</b>	<b><i>Handlungsempfehlung .....</i></b>	<b>58</b>
	<b><i>Literaturverzeichnis .....</i></b>	<b>VI</b>
	<b><i>Anhang</i></b>	
	<b><i>Studienwahldokumentation PRISMA-Flussdiagramm.....</i></b>	<b>XIII</b>
	<b><i>Ausgewählten Vergleichsstudien .....</i></b>	<b>XIV</b>
	<b><i>Kategorisierte Motivationsfaktoren.....</i></b>	<b>XVI</b>

## Abkürzungsverzeichnis

AIC	Akaike Information Criterion
ALS	Amyotrophe Lateralsklerose
BWCG	Blue Whale Challenge Game
CSE	Compulsory Secondary Education
FoMO	Fear of missing out
IBM	Integrated Behavior Model
LCA	Latente Klassenanalyse
MPFS	Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
PRISMA	Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis
RQ	Research Question
SNS	Sozialer Netzwerkservice
SSABIC	Sample-Size Adjusted Bayesian Information Criterion
SD	Standardabweichung
T.I.M.	Tegen Internet Misstanden
TRA	Theory of Reasoned Action
TPB	Theory of Planned Behavior
TVE	The Value Engineers
U&G	Uses-and-Gratifications
VICH-S	Viral Internet Challenges Scale

## **Abbildungsverzeichnis**

Abb. 1: Grafische Darstellung der Theorie des geplanten Verhaltens ..... 7

## **Tabellenverzeichnis**

Tab. 1: Einflüsse auf soziale Gruppenzugehörigkeit und Verhaltensreaktionen .....	19
Tab. 2: Einfluss verschiedener Variablen auf die Teilnahmewahrscheinlichkeit: Ergebnisse des geordneten logistischen Regressionsmodells .....	20
Tab. 3: Wiederkehrende Motivationsfaktoren .....	51

# 1 Einleitung

Internetchallenges sind ein beliebtes Phänomen in sozialen Medien wie Snapchat, TikTok, Facebook, YouTube und Instagram. Vor allem junge Menschen unter 25 Jahren absolvieren die unterschiedlichsten Mutproben und teilen diese online in meist 15-sekündigen Videoclips. Einige dieser Challenges sind harmlos oder dienen einem wohltätigen Zweck wie die ‚Ice Bucket Challenge‘, andere sind lebensgefährlich wie die „Blackout Challenge“ (vgl. Bridget; Kuehn, 2018, S. 535 ff.; vgl. MPFS, 2020, S. 26 ff.; vgl. ebd., S. 37; vgl. Rump, 2022, o. S.; vgl. Wayne, 2020, S. 10 ff.). In einigen Fällen endete die „Blackout Challenge“ sogar tödlich. Diese Blackout-Mutprobe ist ein gefährlicher Trend auf TikTok. Eine selbst herbeigeführte Strangulation soll zur Ohnmacht führen (vgl. Rump, 2022, o. S.). Bei der „Cinnamon Challenge“ wird versucht, einen Ess- oder Teelöffel gefüllt mit Zimtpulver, ohne Flüssigkeit zu schlucken. Die Zimtbeschaffenheit sorgt für einen schnellen Speichelentzug aus dem Mund- Rachenraum. Dies erschwert den Schluckgang und macht ihn zu einem gefährlichen Vorgang. Der eingeatmete Zimt kann darüber hinaus Lungenentzündungen und schwere allergische Reaktionen verursachen (vgl. Grant-Alfieri et al., 2013, S. 833), was ein gesundheitliches Risiko ist. Die „Blue Whale Challenge“ stellt den TeilnehmerInnen an fünfzig Tagen jeweils eine Aufgabe. Am Ende der Challenge wird zum Suizid aufgerufen (vgl. ebd.).

Verschiedene Motivationsfaktoren führen dazu, dass sich Jugendliche dem Risiko einer Mutprobe oder Challenge im Internet aussetzen (vgl. Stalder, 2017, S. 18). Einer Studie zufolge sind „Views, Comments und Likes“ starke Anreize für Kinder und Jugendliche, an einer Internetchallenge teilzunehmen, um soziale Anerkennung in der Peergroup zu erhalten. Fast die Hälfte dieser Befragten gab an, andere beeindrucken zu wollen; mehr als ein Fünftel nannte dies als Hauptmotiv. Die Studie zeigt, wie sehr soziale Bestätigung und das Erlangen von Aufmerksamkeit Jugendliche motivieren (vgl. Hilton et al., 2021, S. 14 ff.; vgl. Kammler, 2013, S. 117 ff.).

In diesem Kontext wird deutlich, dass die Digitalisierung Eltern und Erziehungsberechtigte vor bisher unbekannte Herausforderungen stellt. Obwohl das Phänomen der Teilnahme Jugendlicher an gefährlichen Internetchallenges seit gut zehn Jahren bekannt ist, gibt es keine wissenschaftlich fundierten statistischen Daten zu Todesfällen und Verletzten.

Um einen umfassenden Einblick in das komplexe Thema zu gewinnen, wird die zentrale Forschungsfrage dieser Arbeit wie folgt formuliert:

*Lässt sich das Verhalten von Jugendlichen im Alter von 12 bis 25 Jahren, an einer gefährlichen Internetchallenge teilzunehmen, anhand möglicher Motivationsfaktoren vorhersagen?*

Die Festlegung der Altersspanne erfolgte unter Berücksichtigung der Übergangsphase von der Kindheit zum Erwachsenenalter. In diesem Alter ist es üblich, Risiken einzugehen. Das Geschlecht, die Pubertät und die Adoleszenz waren zusätzliche Kriterien (vgl. Delfos, 2011, S. 23; vgl. Raithel, 2011, S. 4).

Diese Arbeit untersucht die Motivationen junger Menschen, an Internetchallenges teilzunehmen. Sie beginnt mit einer Einführung in das Thema und einem theoretischen Hintergrund, der sich auf verschiedene Aspekte von Challenges konzentriert, einschließlich Mutproben, Internetchallenges und die Rolle von Alter und Geschlecht. Sie untersucht auch die motivationstheoretischen Grundlagen und definiert Schlüsselbegriffe wie Motive, Motivation und Motivationsfaktoren.

Im nächsten Abschnitt wird die ‚Theorie des geplanten Verhaltens‘ vorgestellt. Die Variablen werden diskutiert. Diese sind die Einstellung gegenüber dem Verhalten, die unmittelbare Verhaltenskontrolle und die Verhaltensintention.

Die Methodik umfasst eine Anpassung der Forschungsmethode und eine Dokumentation des systematischen Reviews. Es werden verschiedene Studien zu Internetchallenges und Motivationsfaktoren vorgestellt und analysiert, wobei eine Vielzahl von Faktoren wie Zwang und Zugehörigkeit, Influencer-Einfluss und Geschlechteridentität, soziale Interaktion und soziale Unterstützung, Risikowahrnehmung und Selbstwirksamkeit, Unterhaltung und Affekt, Abenteuer und Nervenkitzel, Druck und Manipulation, Risiko und Sozialisierung, soziale Motivation und Herausforderungszufriedenheit sowie soziale Identität und Gruppenzwang berücksichtigt werden.

Es folgt eine Gesamtauswertung der Motivationsfaktoren und deren Analyse durch die Theorie des geplanten Verhaltens von Ajzen. Eine Zusammenfassung ist einer kritischen Betrachtung und einem Fazit vorangestellt. Abschließend werden Handlungsempfehlungen gegeben. Diese umfassende Analyse bietet einen tiefen Einblick in die Motivationsfaktoren junger Menschen, auch an gefährlichen Internetchallenges teilzunehmen. Sie liefert wichtige Erkenntnisse für zukünftige Forschungen und Interventionen in diesem Bereich.

## **2 Theoretischer Hintergrund**

In der digitalen Welt treffen Technologie und soziales Handeln aufeinander, was Kinder und Jugendliche zur Teilnahme motiviert (vgl. Rossolatos, 2015, S. 132 ff; vgl. Schlaile et al., 2018, S. 947 ff; vgl. Stalder, 2017, S. 18). Onlinechallenges können Spaß machen, bergen aber auch Risiken (vgl. Hilton et al. 2021, S. 6). Untersuchungen zeigen Unterschiede in der Art und Häufigkeit von Herausforderungen, abhängig vom Geschlecht und der Schulstufe der SchülerInnen (vgl. Ortega-Barón et al., 2022, S. 12533 ff.). Motivationstheorien sind unerlässlich, um das Verhalten von Menschen zu verstehen (vgl. Rheinberg; Vollmeyer, 2019, S. 67 ff.; vgl. Zander; Heidig, 2019, S. 2). Besonders die Theorie des geplanten Verhaltens von Ajzen wird in diesem Kontext ausführlich diskutiert; sie liefert wertvolle Einblicke in die Motivationen und Verhaltensweisen von Jugendlichen im digitalen Raum (vgl. Ajzen; Schmidt, 2020, S. 19 ff.). Alle diese Aspekte werden im Folgenden genauer analysiert.

### **2.1 Junge Menschen und Challenges**

Internetchallenges sind ‚moderne Mutproben‘, bei denen sich Personen mit unterschiedlichen Aufgaben präsentieren. Sie können harmlos sein, aber auch riskantes Verhalten fördern. Die Teilnahme ist oft alters- und geschlechtsunabhängig, wobei Jugendliche besonders anfällig für Challenges sein können (vgl. Jugendschutz.net, 2020, S. 12 f.; vgl. Ortega-Barón et al., 2022, S. 12533 ff.).

#### **2.1.1 Mutproben**

Eine Mutprobe wird als ein Verhalten beschrieben, das mit Risiko sowie Unsicherheit verbunden ist und Schaden verursachen kann. Mutproben markieren eine Entwicklungsphase im Kindes- und Jugendalter, die gekennzeichnet ist von Risikoverhalten und Selbstüberschätzung (vgl. Raithel, 2011, S. 4; vgl. Jost, 2017, S. 23 ff.). Bei der modernen Form der Mutprobe, den Internetchallenges, wird eine Prüfung in Form einer Aufgabe unter Beteiligung der medialen Öffentlichkeit absolviert und festgehalten. Internetchallenges können gefahrlos und prosozial, aber auch gesundheits- und lebensgefährlich durchgeführt werden. Der Ehrgeiz, sich gegenseitig zu übertreffen, fördert das Risikoverhalten und die Bereitschaft zur Teilnahme (vgl. Beyens, 2016, S. 1 ff.; vgl. Hilton et al., 2021, S. 6).

## 2.1.2 Internetchallenges

Virtuelle Herausforderungen sind ein Aspekt der digitalen Welt. Sie können von einfachen Aufgaben, die das Bewusstsein oder die Geschicklichkeit verbessern, bis hin zu gefährlichen Aktivitäten reichen, die zu Selbstverletzungen führen können. Sie verbreiten sich schnell, oft angeregt durch InfluencerInnen, und können von harmlos bis gefährlich variieren (vgl. Jacquier, 2019, S. 198). Digitale Technologien und soziale Interaktionen treffen im digitalen Raum aufeinander und motivieren junge Menschen zur aktiven Teilnahme (vgl. Rossolatos, 2015, S. 132 ff; vgl. Schlaile et al., 2018, S. 947 ff; vgl. Stalder, 2017, S. 18).

Bei Onlineherausforderungen dokumentieren TeilnehmerInnen die Ausführung komplexer oder riskanter Aufgaben und teilen diese, um andere zur Nachahmung zu inspirieren. Obwohl Herausforderungen generell unterhaltsam und sicher sein können, bergen solche, die als gefährlich klassifiziert werden, potenzielle Risiken und Gefahren, die zu körperlichen Verletzungen führen können (vgl. Hilton et al., 2021, S. 6). Hoaxes sind Online-Streiche, die mit Betrug versuchen, den TeilnehmerInnen eine scheinbare Realität zu suggerieren, die sie in Panik versetzen sollen. Sie bilden eine spezielle Unterkategorie gefährlicher Herausforderungen, die als Elemente einer Herausforderung getarnt sind, deren Zweck jedoch darin besteht, Angst und Traumata zu verursachen. Hoax-Challenges wie „Momo“ oder „Blue Whale“ rufen zu schwerwiegenden Selbstverletzungs- oder Selbstmordhandlungen auf (vgl. ebd.).

## 2.1.3 Challenges und die Bedeutung von Alter und Geschlecht

Ortega-Barón et al. zeigen in ihrer Studie die Prävalenz verschiedener Arten von Herausforderungen, aufgeschlüsselt nach Geschlecht und Schulstufe. Die Herausforderungen sind in drei Kategorien unterteilt: soziale Herausforderungen, solidarische Herausforderungen und gefährliche Herausforderungen.

- **Soziale Herausforderungen (n = 335)** – Jungen (31,4 %) und Mädchen (48,9 %) in der 6. Klasse der Grundschule und der 1. sowie 2. Klasse der Compulsory Secondary Education (CSE) haben unterschiedliche Prävalenzen. Der Chi-Quadrat-Test zeigt keine signifikanten Unterschiede ( $p > 0,05$ ).
- **Solidarische Herausforderungen (n = 86)** – Auch hier gibt es Unterschiede zwischen Jungen (7,4 %) und Mädchen (13,2 %) sowie zwischen den Schulstufen; aber die Unterschiede sind nicht signifikant ( $p > 0,05$ ) (vgl. Ortega-Barón et al., 2022, S. 12533 ff.).

- **Gefährliche Herausforderungen (n = 32)** – Hier gibt es einen signifikanten Unterschied zwischen Jungen (6,0 %) und Mädchen (1,7 %), wobei Jungen eine höhere Prävalenz aufweisen ( $p < 0,05$ ). Es gibt jedoch keine signifikanten Unterschiede zwischen den Schulstufen.

Durch die Ergebnisse wird deutlich, dass das Geschlecht und die Schulstufe der SchülerInnen Einfluss auf die Art und die Häufigkeit von Herausforderungen haben, aber nicht alle diese Unterschiede statistisch signifikant sind (vgl. ebd.).

#### **2.1.4 Motivationstheoretische Grundlagen**

Die Teilnahme von Jugendlichen an Challenges kann stark durch die motivationstheoretischen Grundlagen beeinflusst und auch entsprechend eingeordnet werden. Diese Theorien bieten einen Rahmen, um zu verstehen, wie und warum Jugendliche sich für bestimmte Aktivitäten entscheiden und wie sie ihre Ziele verfolgen (vgl. Ajzen; Schmidt, 2020, S. 19 ff.).

#### **2.1.5 Begriffsdefinition ‚Motive‘**

Ein Motiv ist ein Beweggrund, der aus Sicht des Entscheiders eine positive emotionale Konsequenz nach sich zieht (vgl. Zander; Heidig, 2019, S. 2); er wird als überdauernde Eigenschaft definiert (vgl. Maier et al., 2018, o. S.). Explizite Motive sind im Gegensatz zu impliziten bewusste Selbstzuschreibungen. Sie entstehen durch verbale Stimuli und können durch Selbstkonzepte, Einstellungen, Entscheidungen und bewusste Ziele beeinflusst werden (vgl. Brunstein, 2018, S. 267 ff.). Um eine Erklärung für das Verhalten von Menschen zu finden, sind Motivationstheorien unerlässlich. Sie liefern über Motivationsfaktoren Erklärungsmodelle für konkretes menschliches Handeln.

#### **2.1.6 Begriffsdefinition ‚Motivation‘**

Eine Motivation erklärt das ‚Warum‘ und ‚Wozu‘ menschlichen Verhaltens und lässt sich als situations- und zeitgebundenes zielgerichtetes Handeln mit einer konkreten Ergebniserwartung beschreiben. Es ergibt sich aus den Einflussfaktoren, die den Menschen dazu bewegen, ein bestimmtes Verhalten zu zeigen (vgl. Rheinberg; Vollmeyer, 2019, S. 67 f.; vgl. Zander; Heidig, 2019, S. 2). Motivation ein Prozess, der das aktuelle Leben auf ein positiv bewertetes Ziel hin aktiviert. Dies umfasst die drei klassischen Aspekte der Motivation:

- **die Zielorientierung** – was soll erreicht werden,

- **die Intensität/Anstrengung** – das Maß der Anstrengung zur Zielerreichung,
- **die Ausdauer** – der Zeitraum, über den die Anstrengung aufrechterhalten wird.

Motivation ist ein dynamischer und komplexer Prozess, der das Streben nach Zielen antreibt und die Bereitschaft zur Anstrengung und Ausdauer bestimmt; sie ist der Schlüssel, um Herausforderungen zu meistern (vgl. Rheinberg; Vollmeyer, 2019, S. 15).

### **2.1.7 Begriffsdefinition ‚Motivationsfaktoren‘**

Die Motivation lässt sich in zwei Kategorien unterteilen: Die intrinsische Motivation, basierend auf persönlichen bedeutsamen Auslösern wie die Umsetzung der Wünsche nach Entscheidungsfreiheit; verantwortungsvollen, wichtigen Tätigkeiten und der Möglichkeit zur persönlichen Entwicklung. Die extrinsische Motivation, bei der Dritte externe Auslöser vorgeben, die eine Person zu dem gewünschten Verhalten bewegen (vgl. Rusch, 2019, S. 108 f.).

Intrinsische Faktoren bewirken eher einen langanhaltenden Effekt, während extrinsische Motivationsfaktoren einen größeren, aber weniger langfristigen Einfluss haben. In der Maslowschen Bedürfnispyramide ist der „Motivationsfaktor“ ein wesentliches Element. Diese Pyramide repräsentiert die Hierarchie menschlicher Bedürfnisse, die als Motivationsfaktoren dienen. Sie beginnt in der Basis mit den grundlegendsten physiologischen Bedürfnissen und steigt über die Motivationsfaktoren nach Sicherheit, Sozialkontakten und Selbstwert in Stufen bis zur Erlangung der Selbstverwirklichung auf (vgl. Maslow, 1943, S. 375 ff.). Ist ein Bedürfnis erfüllt worden, gelangt der nächsthöhere Motivationsfaktor in den Fokus der Zielsetzung. Die Wichtigkeit eines erfüllten Bedürfnisses als Motivationsfaktor nimmt ab. Die Motivationsfaktoren variieren je nach Entwicklungsstadium des Individuums (vgl. ebd.).

## **2.2 Die Variablen der ‚Theorie des geplanten Verhaltens‘**

Ajzen entwickelte 1985 die „Theorie des geplanten Verhaltens“ (TPB), um die Vorhersage von Verhalten basierend auf bestimmten Einstellungen zu erleichtern. Gemäß dieser Theorie kann eine konkrete Verhaltensabsicht das tatsächliche Verhalten einer Person am besten vorhersagen. Wie bereit eine Person ist, ein bestimmtes Verhalten zu zeigen oder tatsächlich zu versuchen, wird als Verhaltensabsicht bezeichnet (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.; vgl. Fischer et al., 2018, S. 98 ff.). Die Verhaltensintention wird am besten durch drei Faktoren vorhergesagt: die subjektive Einstellung der Person gegenüber einem bestimmten Verhalten, die subjektiven sozialen Normen im Hinblick auf ein entsprechendes Verhalten

und die subjektiv wahrgenommene Verhaltenskontrolle. Nach Ajzen sind die Einstellung und die Verhaltensabsicht zwei verschiedene Konzepte in der TPB. Einstellungen beziehen sich auf die Gedanken und Emotionen einer Person gegenüber einem bestimmten Verhalten. Sie bewerten das Verhalten, indem sie es auf positive oder negative Erfahrungen, auf Überzeugungen und Werte zurückführen (vgl. Ajzen, 1985, S. 35 f.). Demgegenüber bezieht sich die Verhaltensabsicht auf die persönliche Motivation, ein bestimmtes Verhalten auszuführen. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass es wahrscheinlicher ist, dass sich eine Person entsprechend verhält, wenn sie eine positive Einstellung zu einem Verhalten hat. Eine vor der Aufgabe stehende Person kann diese positive Einstellung entwickeln, wenn andere ihr wichtige Personen das Verhalten auch positiv bewerten und die betroffene Person über das Gefühl verfügt, das Verhalten ausführen zu können (vgl. Ajzen, 1985, S. 12 ff.).

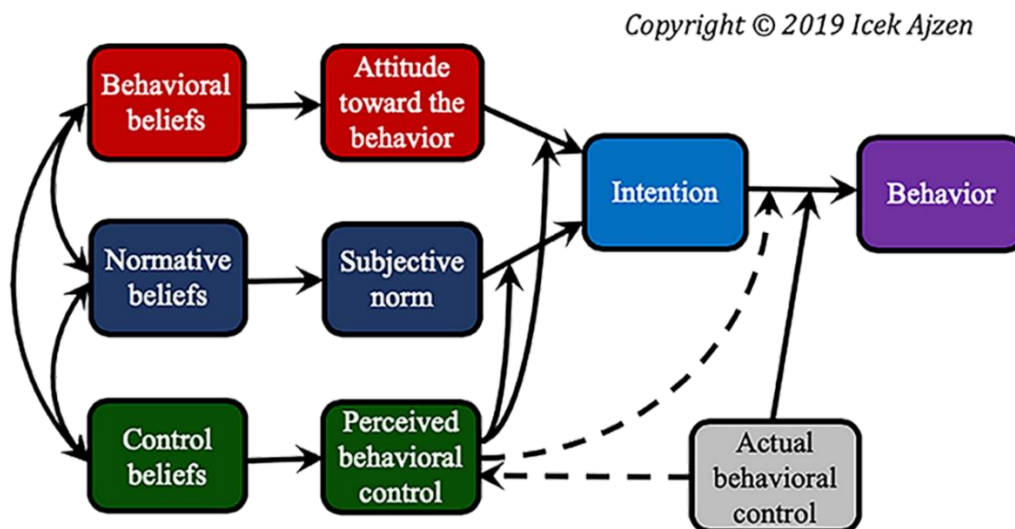


Abb. 1: Grafische Darstellung der Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen, 2019, o. S.)

Die TPB erklärt, warum es manchmal eine Diskrepanz zwischen Einstellung und Verhalten gibt und Menschen dementsprechend subjektive Normen brechen. Es gibt darüber hinaus einen impulsiven Zusammenhang zwischen der Kontrolle über das eigene Verhalten und dem tatsächlichen Verhalten. Die TPB basiert auf der Annahme, dass das Verhalten einer Person durch ihre Absicht bestimmt wird, dieses Verhalten auszuführen (vgl. Ajzen, 1985, S. 11; vgl. Ajzen, 1991, S. 188; vgl. Ajzen; Fishbein, 2005, S. 173 ff.). Jedoch kann die Absicht besser vorhergesagt werden als das tatsächliche Verhalten, wenn eine sogenannte ‚Intentions-Verhaltens-Lücke‘ vorliegt (vgl. Sheeran; Webb, 2016, S. 503 ff.). Die Qualität der Vorhersage unterscheidet sich in Abhängigkeit von der Verhaltensweise. Steht diese in Zusammenhang mit Bewegung und Ernährung, lässt sie sich besser vorhersagen als ein

Verhalten in Verbindung mit Risiken, Entzug, Früherkennung oder Safer Sex (vgl. Conner; Sparks, 2015, S. 142 ff.; vgl. McEachan et al., 2011, S. 126; vgl. McEachan et al., 2016, S. 606 ff.).

Der Einstellung folgt mit größerer Wahrscheinlichkeit ein entsprechendes Verhalten, wenn die betroffene Person eine positive Haltung dieser gegenüber einnimmt. Wenn die Person das Gefühl hat, in der Lage zu sein, das betreffende Verhalten auszuführen, und wenn wichtige Bezugspersonen dieses Verhalten ebenfalls positiv bewerten, wird die Wahrscheinlichkeit erhöht (wahrgenommene Verhaltenskontrolle). Sind alle drei Komponenten vorhanden, ist es wahrscheinlich, dass die Einstellung in entsprechende Verhaltensweisen umgesetzt wird (vgl. Ajzen; Fishbein, 2005, S. 173 ff.).

### **2.2.1 Die Einstellung gegenüber dem Verhalten**

Die Einstellung zum eigenen Verhalten lässt die Wahrnehmung des Verhaltens als positiv oder negativ erkennen. Diese Bewertung resultiert aus der Überzeugung über die erzielten Ergebnisse oder Attribute des Verhaltens. Geht eine Person von positiven Attributen und Ergebnissen durch das Zeigen eines bestimmten Verhaltens' aus, entwickelt sich eine positive Einstellung zu diesem Verhalten. Umgekehrt führt die Erwartung von negativen Ergebnissen und Attributen zu einer negativen Einstellung gegenüber einem bestimmten Verhalten (vgl. Ajzen, 1991, S. 188 ff.). Die Vorhersage von Verhaltensabsichten und tatsächlichem Verhalten kann dort gut gelingen, wo die Kenntnis über die Einstellung gegenüber dem Verhalten bekannt ist. Vertritt eine Person eine positive Einstellung im Hinblick auf bestimmtes Verhalten, ist es wahrscheinlicher, dass diese die Absicht hat, dieses Verhalten tatsächlich zu zeigen (vgl. ebd.).

### **2.2.2 Der soziale Einfluss der Peergroup**

Der soziale Einfluss der Peergroup ist ein wichtiger Faktor in Ajzens Theorie des geplanten Verhaltens. Subjektive Normen beziehen sich auf den wahrgenommenen sozialen Druck, also den sozialen Einfluss, ein bestimmtes Verhalten auszuführen oder nicht auszuführen. Dieser soziale Druck kann von verschiedenen Quellen kommen, einschließlich der Peergroup. Wenn eine Person glaubt, dass ihre Peergroup ein bestimmtes Verhalten gutheißt oder erwartet, wird sie eher die Absicht haben, dieses Verhalten auszuführen (vgl. Fishbein; Ajzen, 2010, S. 18 ff.).

### 2.2.3 Die unmittelbare Verhaltenskontrolle

Ein einflussreicher Faktor der TPB ist die wahrgenommene Verhaltenskontrolle. Dieses Element beschreibt den individuell wahrgenommenen Schwierigkeitsgrad bei der Ausführung eines bestimmten Verhaltens. Diese Wahrnehmung basiert auf Kontrollüberzeugungen, also dem Glauben an das Vorhandensein von Faktoren, die das Verhalten erleichtern oder behindern können (vgl. Ajzen, 2006, S. 1).

Bei Kindern, Jugendlichen und jungen Menschen spielt die wahrgenommene Verhaltenskontrolle eine entscheidende Rolle bei der Entwicklung ihrer Verhaltensabsichten und kann ihre Entscheidungen und Handlungen in verschiedenen Kontexten beeinflussen (vgl. Jugendstiftung Baden-Württemberg, 2019, S. 7 f.).

Empfindet eine Person die Kontrolle über ihr Verhalten, hat dies in Kombination mit der Haltung gegenüber dem Verhalten und den subjektiven Normen die Bildung der Absicht, ein bestimmtes Verhalten auszuführen, zur Folge. Je positiver die Haltung und die subjektiven Normen im Hinblick auf das Verhalten ist und je größer die Überzeugung der Verhaltenskontrolle, um so ausgeprägter die Absicht der Person, das Verhalten auszuführen (vgl. Ajzen, 2006, S. 1).

Die Intensität, in der eine Person das Gefühl hat, ein bestimmtes Verhalten ausführen zu können, wird als wahrgenommene Verhaltenskontrolle bezeichnet. Diese Wahrnehmung kann je nach Umweltbedingungen und dem spezifischen Verhalten variieren (vgl. Ajzen, 1991, S. 183 ff.). Angenommen, eine Person würde es als schwierig empfinden, den Müll zu trennen, wenn keine getrennten Behälter für verschiedene Arten von Müll zur Verfügung stehen würden. In diesem Fall wäre die wahrgenommene Verhaltenskontrolle gering, was sowohl die Absicht, den Müll zu trennen, als auch das tatsächliche Verhalten beeinflussen würde (vgl. Graf, 2007, S. 34 ff.). Diese Komponenten sind nicht völlig unabhängig voneinander, sondern beeinflussen sich gegenseitig (vgl. Ajzen, 1991, S. 183 ff.).

Der Grad der Ausprägung einer Verhaltensabsicht kann als Einschätzung angesehen werden, inwieweit eine Person Bereitschaft zeigt, dieses Verhalten auszuführen. Ist der Wunsch zur Ausführung eines bestimmten Verhaltens bei der betreffenden Person deutlich ausgeprägt, nimmt die Wahrscheinlichkeit, dieses Verhalten auszuführen, deutlich zu. (vgl. Ajzen, 2006, S. 1 ff.). Ist eine Person der Überzeugung, dass Sport Vorteile für die Gesundheit bringt, aber dennoch selten Sport betreibt, gewinnt die Verhaltensabsicht zunehmend an Bedeutung. Der Grad ihrer Ausprägung bestimmt, ob der Überzeugung die Umsetzung folgt (vgl. Fischer et al., 2018, S. 98 ff.). Es wird schwierig sein, das Vorhaben umzusetzen, wenn diese Person nicht bereit ist, die Fitnessangebote in ihrer Umgebung zu

besuchen, Beiträge für den Verein zu zahlen, Investitionen in angemessenes Schuhwerk zu tätigen, früher den Arbeitsplatz zu verlassen oder Terminabsprachen mit FreundInnen zu treffen. Im Gegensatz dazu ist die Wahrscheinlichkeit, Sport zu treiben, bei hoher Bereitschaft und den erforderlichen Bedingungen wesentlich höher (vgl. ebd.). Es ist von zentraler Bedeutung, dass die unmittelbare Verhaltenskontrolle jedoch nur einer von mehreren Faktoren ist, die das Verhalten steuern (vgl. Ajzen, 2006, S. 1 ff.; vgl. Graf, 2007, S. 34 ff.).

#### **2.2.4 Verhaltensintention**

Die Verhaltensintention ist ein wichtiger Bestandteil der TPB. Die Theorie besagt, dass die Verhaltensabsicht durch eine Kombination aus drei Faktoren bestimmt wird – die Einstellung gegenüber dem Verhalten, der subjektiven Normen und der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle. Die Verhaltensintention beschreibt das Maß der Bereitschaft, ein bestimmtes Verhalten zu zeigen (vgl. Ajzen, 2011, S. 1115). Die Wahrscheinlichkeit der Umsetzung steigt, wenn eine ausgeprägte Absicht besteht, ein bestimmtes Verhalten zu realisieren. Ajzens Theorie besagt, dass der verlässlichste Indikator, um das Engagement einer Person für die Durchführung einer bestimmten Handlung zu bewerten, die Verhaltensintention ist. Diese Ansicht wird durch die Literatur unterstützt (vgl. ebd.).

### **3 Methodik**

Der erste Abschnitt dieses Kapitels widmet sich der Dokumentation der Literaturrecherche, die als Ausgangspunkt für das folgende systematische Review dient. Durch die gewählte Vorgehensweise wird eine systematische und strukturierte Literatursuche sowie eine Analyse der Literatur mittels der PRISMA-Methode ermöglicht.

Der zweite Abschnitt befasst sich mit dem eigentlichen systematischen Review. Die gesammelte Literatur wird unter Anwendung einer bestimmten Theorie oder eines theoretischen Modells analysiert und interpretiert. Dieser Prozess ermöglicht es, weitreichende Einblicke in das Forschungsthema zu gewinnen und bestehende Wissenslücken herauszuarbeiten.

Um die Aktualität und die Relevanz der Ergebnisse der Literaturrecherche zu gewährleisten, wurden ausschließlich Studien aus den letzten fünf Jahren berücksichtigt und zusammengefasst. Trotz der beträchtlichen Zunahme von weit verbreiteten (,viralen') Herausforderungen im Internet weisen verschiedene Autoren darauf hin, dass die Studien, insbesondere zum Thema ,Motivation' in Zusammenhang mit Internetchallenges, bisher

noch eine theoretische und eine methodische Lücke aufweisen (vgl. Jacquier, 2019, S. 197; vgl. Juárez-Escribano, 2019, S. 1267 ff.).

Im Rahmen dieser Arbeit wurde eine umfassende Analyse der verschiedenen Studien durchgeführt, um die Motivationen hinter der Teilnahme an viralen Internet-Herausforderungen zu verstehen. Die spezifischen Details dieser Studien, einschließlich der Autoren, Veröffentlichungsdaten, Studiendesigns und identifizierte Motivationsfaktoren, sind in einer Liste im Anhang aufgeführt. Zusätzlich findet sich dort ein PRISMA-Flussdiagramm. Es dokumentiert den Prozess der Literaturrecherche und Datenauswahl. Schließlich werden ebenfalls im Anhang die wesentlichen durch die TPB kategorisierten Motivationsfaktoren präsentiert. Diese zusätzlichen Informationen bieten einen umfassenden Einblick in die Methodik und die Ergebnisse der untersuchten Studien.

### **3.1 Anpassung der Forschungsmethode**

Ursprünglich war geplant, eine Metaanalyse durchzuführen, um die Ergebnisse der verschiedenen Studien quantitativ zusammenzufassen. Allerdings stellte sich heraus, dass die in den Studien verwendeten statistischen Maße und die Art der berichteten Ergebnisse zu unterschiedlich waren, um eine sinnvolle quantitative Synthese durchzuführen. Einige Studien liefern Ergebnisse in Prozent, andere verwendeten verschiedene statistische Maße wie P-Werte und Effektgrößen. Darüber hinaus fehlen in einigen Studien statistische Angaben vollständig.

Angesichts dieser Herausforderungen fiel die Entscheidung auf ein systematisches Review. Dieser Ansatz ermöglicht es, die Ergebnisse der verschiedenen Studien zu interpretieren und zu vergleichen, ohne dass eine quantitative Synthese erforderlich ist. Das systematische Review ist besonders geeignet für die Analyse von Motivationsfaktoren. Sie ermöglicht eine umfassende Untersuchung des Themas und berücksichtigt eine Vielzahl von Perspektiven und Methoden durch die Analyse der TPB.

### **3.2 Dokumentation des systematischen Reviews**

Im folgenden Abschnitt wird das systematische Review durch eine detaillierte Darstellung des methodischen Ansatzes dokumentiert. Der Fokus liegt auf der Durchführung einer umfassenden Literaturrecherche, die verschiedene Aspekte und Ressourcen berücksichtigt, einschließlich der Nutzung von Datenbanken und Bibliotheken, der Berücksichtigung erweiterter Altersgruppen und älterer Literatur sowie der Zufriedenheitsstudie von TikTok. Dieser Abschnitt dient als Vorbereitung für die nachfolgende Untersuchung der ausgewählten Studien und ihrer Ergebnisse, basierend auf den Prinzipien der TPB. Ziel ist

es, ein nachhaltiges Verständnis der Motivationsfaktoren zu erlangen, die junge Menschen dazu antreiben, an gefährlichen Internet-Herausforderungen teilzunehmen.

### **3.2.1 Systematische Literaturrecherche**

Die systematische Literaturrecherche erfolgte nach einem festgelegten Protokoll, das die Suche, Auswahl, Extraktion, Synthese und Darstellung der Studien umfasst. Die Arbeitsschritte entsprechen der PRISMA-Checkliste (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis), die einen Anforderungskatalog und ein Flussdiagramm enthält (vgl. Moher et al., 2009, S. 246 ff.).

#### **3.2.1.1 Ein- und Ausschlusskriterien**

Wie in der PRISMA-Methodik festgelegt, werden folgende Ein- und Ausschlusskriterien definiert:

##### **Einschlusskriterien:**

- Behandlung des Themas der Teilnahme an lebensbedrohlichen Internetchallenges oder weitverbreiteten gefährlichen Herausforderungen in der Studie.
- Konzentration auf Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren als Zielgruppe in der Studie.
- Enthaltene Informationen über die Motivationsfaktoren der TeilnehmerInnen in der Studie.
- Durchführung der Studie nach 2016.

##### **Ausschlusskriterien:**

- Nichtveröffentlichung der Studie in einem wissenschaftlichen Journal.
- Veröffentlichung der Studie in einer anderen Sprache als Deutsch, Englisch, Französisch, Portugiesisch oder Spanisch.
- Die Studie erfüllt nicht die anerkannten Standards für wissenschaftliche Qualität und Integrität. Dies könnte beinhalten – aber nicht beschränkt sein auf – mangelnde Klarheit in der Methodik, unzureichende Datenpräsentation, fehlende Ethikgenehmigung, fehlende oder unzureichende Statistikanalyse und/oder fehlende oder unzureichende Interpretation der Ergebnisse.
- Das Alter der Studie beträgt mehr als sieben Jahre.
- Keine Inhalte zu den Themen ‚Motive‘, ‚Motivation‘ und ‚Motivationsfaktoren‘.

### **3.2.1.2 Identifizierung und Bewertung von Motivationsfaktoren**

In der vorliegenden Arbeit wird eine umfassende Analyse von zehn ausgewählten Studien durchgeführt, um Motivationsfaktoren zu identifizieren. Die Auswahl dieser Faktoren basiert auf ihrer expliziten Erkennbarkeit als Motivationsfaktoren in den jeweiligen Studien.

Die Bewertung der identifizierten Motivationsfaktoren erfolgt auf der Grundlage der in den Studien vorgebrachten Inhalte. Jeder Faktor wird sorgfältig geprüft und bewertet, um seine Relevanz im Kontext der jeweiligen Studie zu bestimmen. Dies beinhaltet die Betrachtung des Kontexts, in dem der Faktor erwähnt, die Art und Weise, wie er definiert oder beschrieben wird, und in welchem Zusammenhang er mit anderen Faktoren oder Variablen in der Studie steht.

Die Bewertung eines Faktors heißt, seine Bedeutung im jeweiligen Kontext zu bestimmen. Dies könnte auf verschiedenen Kriterien basieren, wie die Häufigkeit, mit der der Faktor in der Studie erwähnt wird, die Auswirkungen oder Konsequenzen, die er hat, und wie relevant er für das Forschungsthema oder die Forschungsfragen ist.

### **3.2.2 Datenbanken und Bibliotheken**

Trotz der Brisanz des Themas ist das Angebot an aktuellen Quellen im deutschsprachigen Raum begrenzt; daher ist die Berücksichtigung internationaler Literatur notwendig. Um den aktuellen Wissensstand aus vertrauenswürdigen Quellen zu erfassen, erfolgte die Literaturrecherche über folgende Datenbanken und Bibliotheken: Elton B. Stephens Company (EBSCO), Public Medline (PubMed), Fachportal Pädagogik, Public Psychology (PubPsych), Springer Verlag, Google Scholar, Journal Storage (JSTOR), Deutsche Nationalbibliothek sowie über die Beluga- und Katalogplus-Recherche der Carl-von-Ossietzky-Universitätsbibliothek in Hamburg.

### **3.2.3 Suchbegriffe und Strings**

Die Datenbankrecherche wird mit einer AND-, OR- oder NOT-Verknüpfung durchgeführt. Alle Suchbegriffe wurden auch in Englisch eingegeben. Der Untersuchungszeitraum beginnt mit dem ersten Upload einer der ersten gefährlichen Internetchallenges – der „Cinnamon-Challenge“ – im Jahr 2009 und endet im Jahr 2023. Die Internetrecherche wurde durchgeführt mit den Begriffen und Operatoren „virale Herausforderungen AND Jugendliche“, „Heranwachsende OR Jugendliche OR Kinder AND Mutproben OR Herausforderungen OR Challenges NOT Erwachsene\*“, „Studien AND gefährliche Internet Challenges AND junge Erwachsene“, „TikTok AND Internet Challenges AND junge Menschen“, „Herausforderungen und Bedeutung“, „Herausforderungen und Entwicklung“,

„Herausforderungen und soziale Netzwerke“, „Internet Challenges AND Zielgruppe AND 12 bis 25-Jährige“, „soziale Anerkennung AND junge Menschen“, „Grenzen austesten AND junge Menschen“, „TPB“, „Motiv\* AND Internet Challenges AND Studie“, „Definition AND Motivation AND Motiv“.

### **3.2.4 Berücksichtigung erweiterter Altersgruppen**

In diese Arbeit wurden die Studien von Deslandes et al., Shroff et al., Ortega-Barón et al. und Khasanewh et al. ebenfalls aufgenommen, obwohl sie zusätzlich periphere Altersgruppen berücksichtigen, die über die primäre Zielgruppe dieser Analyse hinausgehen. Die Studien bieten wertvolle Einblicke und Daten, die für das Verständnis des Untersuchungsgegenstandes relevant sind. Da die Anzahl verfügbarer Studien in der Altersgruppe der 12 bis 25-Jährigen gering ist, wurden Studien mit etwas jüngeren oder älteren TeilnehmerInnen einbezogen. Die vier genannten Studien verbessern die Robustheit der Analyse und ermöglichen einen umfassenderen Überblick über das Forschungsfeld.

### **3.2.5 Berücksichtigung von älterer Literatur**

In diesem systematischen Review werden Erkenntnisse aus Quellen verwendet, die älter als zehn Jahre sind. Dies ist auf die Vergleichsstudien zurückzuführen, die diese Quellen zitieren. Obwohl diese Quellen nicht direkt für die vorliegende Arbeit ausgewählt wurden, enthalten sie wichtige Informationen, die für die Analyse relevant sind. Die älteren Quellen sollen durch den Kontext und die Methoden der analysierten Studien eine Nachvollziehbarkeit ermöglichen. Die hier zugrundeliegenden Theorien und Modelle sind älter als zehn Jahre und bieten die Basis zur Bearbeitung des Themas. Ein Beispiel dafür ist Ajzens TPB aus dem Jahr 1985 (vgl. Ajzen, 1985, S. 11). Dieses Modell stellt einen unerlässlichen Bezugsrahmen. Es verhilft zu wertvollen Einblicken in das Verständnis des Verhaltens von Individuen.

### **3.2.6 Einbeziehung der TikTok-Zufriedenheitsstudie**

Zudem wurde eine Studie von Falgoust et al. in dieser Arbeit berücksichtigt. Obwohl das Thema Zufriedenheit nicht direkt auf gefährliche Internetchallenges abzielt, liefern die AutorInnen wertvolle und umfangreiche Informationen zum Onlineverhalten und den auslösenden Motivationsfaktoren (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 2). Die Einbeziehung dieser Forschungsergebnisse könnte dazu beitragen, weitere Erkenntnisse und Anregungen zur Identifizierung und Beseitigung vorhandener Forschungslücken zu bringen.

### **3.2.7 Überprüfung der Forschungsqualität**

Diese Arbeit beinhaltet eine gründliche Untersuchung der Motivationsfaktoren für gefährliche Internet-Herausforderungen. Sie basiert auf 6 qualitativen, 3 quantitativen und einer Mixed-Method-Studie. Die Ergebnisse dieser Studien wurden einzeln ausgewertet und dann miteinander verglichen, um eine umfassende Analyse zu ermöglichen. Die Bearbeitung des Themas erfolgte unter Berücksichtigung der Validität, der Reliabilität und der Objektivität. Die Validität wurde durch eine sorgfältige Auswahl und Auswertung der Studien aufgrund ihrer Relevanz gewährleistet. Die qualitativen und quantitativen Methoden sowie die Anwendung der TPB trugen zur Einhaltung der Gütekriterien bei. Auf alle Studien wurden die gleichen Kriterien angewendet. Die Reliabilität dieser systematischen Literaturarbeit wurde durch die Verwendung von standardisierten Methoden zur Auswertung der Studien sichergestellt. Der Vergleich der Ergebnisse aus verschiedenen Studien erlaubte eine Überprüfung der Reliabilität. Die Objektivität konnte durch die Anwendung einer stringenten und systematischen Methodik gewährleistet werden. Diese Vorgehensweise ermöglicht eine umfassende und unvoreingenommene Identifizierung und kritische Bewertung aller relevanten Studien. Darüber hinaus wird durch die transparente und reproduzierbare Darstellung sichergestellt, dass die Arbeit nachvollziehbar und überprüfbar bleibt.

## **4 Studien zu Internetchallenges und Motivationsfaktoren**

Zudem wurde eine Studie von Falgoust et al. in dieser Arbeit berücksichtigt. Obwohl das Thema Zufriedenheit nicht direkt auf gefährliche Internetchallenges abzielt, liefern die AutorInnen wertvolle und umfangreiche Informationen zum Onlineverhalten und den auslösenden Motivationsfaktoren (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 2). Die Einbeziehung dieser Forschungsergebnisse könnte dazu beitragen, weitere Erkenntnisse und Anregungen zur Identifizierung und Beseitigung vorhandener Forschungslücken zu bringen.

### **4.1.1 Villani et al.: Zwang und Zugehörigkeit**

Die quantitative Studie „Adolescents' Beliefs About Peers' Engagement in an Online Self-Harm Challenge: Exploring the Role of Individual Characteristics Through a Latent Class Analysis“ von Villani et al. untersucht die Überzeugungen von Jugendlichen zur Motivation, an der ‚Blue Whale Challenge‘ teilzunehmen. Die Methode der latenten Klassenanalyse (LCA) wurde verwendet, um die Überzeugungen der Jugendlichen zu analysieren. Die Studie konzentrierte sich auf verschiedene individuelle Prädiktoren wie Geschlecht,

psychische Gesundheitsprobleme, Selbstverletzung, Risikoverhalten und einen problematischen Internetgebrauch (vgl. Villani et al., 2019, S. 684).

Ausgangspunkt der Studie waren 312 SchülerInnen einer Oberstufe in Norditalien. Die Nutzung von sozialen Medien war unter den TeilnehmerInnen weit verbreitet, wobei 76,5 % täglich soziale Netzwerke und 90,7 % täglich Instant-Messaging-Anwendungen nutzten (vgl. ebd., S. 685 f.).

Die Studie untersuchte das Wissen der Jugendlichen über das ‚Blue Whale Challenge Game‘ (BWCG) und ihre Gespräche darüber mit für sie wichtigen Personen. Darüber hinaus wurden die Überzeugungen der Jugendlichen über die Motivationen in ihrer Altersstufe zur Teilnahme am Spiel analysiert. Die Jugendlichen wurden gebeten, über eine riskante Situation und eine typische Person ihres Alters nachzudenken, die sich an der Challenge beteiligt (vgl. ebd.).

Die gesammelten Daten wurden dann mit Hilfe der LCA analysiert, wobei fünf verschiedene Messmodelle zur Anwendung kamen. Das Modell mit zwei Klassen, das das geringste Akaike Information Criterion (AIC) und den Sample-Size Adjusted Bayesian Information Criterion (SSABIC) sowie die höchste Entropie aufwies, wurde ausgewählt.

Die erste Klasse, die „innere Kausalität“ (n = 85), bestand aus Jugendlichen, die glaubten, dass die Teilnehmer an dem BWCG hauptsächlich durch das persönliche Verlangen nach Gruppenzugehörigkeit angezogen wurden. Die zweite Klasse, die „äußere Kausalität“ (n = 214), bestand aus Jugendlichen, die den AnwerberInnen eine zentrale Rolle zuschrieben (vgl. ebd., S. 687).

#### **4.1.1.1 Ergebnis zu Motivationsfaktoren**

In einer Studie wurde das Wissen von Jugendlichen über das „Blue Whale Challenge Game“ und mögliche Motivationen zur Teilnahme daran untersucht. Die Ergebnisse zeigten, dass die meisten Jugendlichen Kenntnis vom BWCG haben und ihre Informationen hauptsächlich aus dem Fernsehen, dem Internet und von FreundInnen beziehen. Es wurde auch festgestellt, dass die Jugendlichen am häufigsten mit FreundInnen über das BWCG sprachen. Darüber hinaus wurden die Überzeugungen der Jugendlichen darüber ermittelt, warum jemand am „Blue Whale“-Spiel teilgenommen hat (vgl. ebd., S. 587 ff.). Einige nahmen an, dass die TeilnehmerInnen von der Zugehörigkeit zu einer besonderen Gruppe oder von der Fähigkeit der rekrutierenden FreundInnen angezogen wurden, während andere glaubten, dass die TeilnehmerInnen vom Umstand inspiriert wurden, Dinge tun zu können, vor denen andere Angst haben. Einige waren allerdings der Ansicht, dass die

TeilnehmerInnen überhaupt nicht aus irgendeinem Grund angesprochen wurden. Die Studienergebnisse deuten darauf hin, dass Jugendliche, die höheren Stress und risikoreicheres Verhalten aufweisen, eher dazu neigen, ihre eigene innere Motivation als treibende Kraft für die Teilnahme an Online-Selbstverletzungsspielen wie der „Blue Whale Challenge“ zu sehen, im Gegensatz zu äußeren Einflüssen durch AnwerberInnen (vgl. ebd.). Dies legt nahe, dass persönlicher Stress und risikoreiches Verhalten als wesentliche Motivationsfaktoren für die Beteiligung an solchen Spielen betrachtet werden können.

Die Konsequenzen dieser Ergebnisse für präventive Interventionen werden ebenfalls diskutiert. Die ForscherInnen schlagen vor, dass Interventionen zur Reduzierung von Stress und riskantem Verhalten bei Jugendlichen dazu beitragen können, ihre Teilnahme an der „Blue Whale Challenge“ zu verhindern (vgl. ebd., S. 687 ff.).

Die Studie bietet Aufschluss über das Vorhandensein folgender Motivationsfaktoren:

- Physischer oder mentaler Zwang durch die RekrutiererInnen – 70 % der Mitglieder der „external causality“-Klasse glaubten, dass die Teilnehmer physisch oder mental von den RekrutiererInnen gezwungen werden.
- Zugehörigkeit zu einer besonderen Gruppe – Einige Jugendliche glaubten, dass die TeilnehmerInnen von der Zugehörigkeit zu einer besonderen Gruppe angezogen wurden. Dies entspricht dem „persönlichen Wunsch nach Gruppenzugehörigkeit“ mit 35 % in der „internal causality“-Klasse.
- Fähigkeit der RekrutiererInnen – Einige Jugendliche waren der Meinung, dass die Fähigkeit der RekrutiererInnen, TeilnehmerInnen anzuziehen, ein Motivationsfaktor war. Dies entspricht der Fähigkeit der RekrutiererInnen mit 38 % in der „external causality“-Klasse (vgl. ebd.).
- Stress und riskantes Verhalten – Die Studie legt nahe, dass Stress und riskantes Verhalten als Motivationsfaktoren für die Teilnahme an der „Blue Whale Challenge“ angesehen werden können. Dies wurde als signifikanter Prädiktor für die Zugehörigkeit zur „internal causality“-Klasse identifiziert.

Einige der Jugendlichen in beiden Klassen glaubten, dass es keine Faktoren gäbe, die die TeilnehmerInnen angezogen oder gezwungen hätten. Dies entspricht den Aussagen „nichts war anziehend für sie“ (31 %) und „nichts zwang sie“ (69 %) in der „internal causality“-Klasse (vgl. ebd.).

#### 4.1.1.2 Motiv-Analyse durch die Theorie des geplanten Verhaltens

Basierend auf der TPB wird die Motiv-Analyse an der Studie von Villani et al. durchgeführt mit dem Ziel, weitere Beweggründe zu erkennen, die junge Menschen zur Teilnahme an gefährlichen Internetchallenges bewegen. Die folgenden Faktoren, abgeleitet aus den Ergebnissen der Studie, bieten weitere Erkenntnisse.

Basierend auf der TPB und den bereitgestellten Informationen folgt eine Analyse der Motivationsfaktoren, die in die drei Kategorien der Theorie eingeteilt sind:

##### **Einstellung gegenüber dem Verhalten**

- **Zugehörigkeit zu einer besonderen Gruppe** (35 %) – Einige Jugendliche glaubten, dass die TeilnehmerInnen von der Zugehörigkeit zu einer besonderen Gruppe angezogen wurden (vgl. ebd., S. 687 ff.). Dies zeigt ihre positive Einstellung gegenüber dem Verhalten, das zur Gruppenzugehörigkeit führt.

##### **Subjektive Normen**

- **Fähigkeit der Rekrutierer** (38 %) – Einige Jugendliche waren der Meinung, dass die Fähigkeit der RekrutiererInnen, TeilnehmerInnen anzuziehen, ein wichtiger Faktor sei. Dies könnte als eine soziale Norm angesehen werden, die ihr Verhalten beeinflusst (vgl. ebd.).

##### **Wahrgenommene Verhaltenskontrolle**

- **Physischer oder mentaler Zwang durch die RekrutiererInnen** (70 %) – Die Jugendlichen könnten das Gefühl haben, dass sie durch die RekrutiererInnen unter Druck gesetzt werden. Dies kann als wahrgenommene Verhaltenskontrolle interpretiert werden, die ihr Verhalten beeinflusst (vgl. ebd., S. 687 ff.).
- **Stress und riskantes Verhalten** – Die Studie verdeutlicht, dass Stress und riskantes Verhalten als Motivationsfaktoren für die Teilnahme an der „Blue Whale Challenge“ einzuordnen sind. Daraus folgt, dass diese Faktoren die wahrgenommene Verhaltenskontrolle der Jugendlichen beeinflussen können.

Es kann festgestellt werden, dass interne Faktoren wie der Wunsch nach Zugehörigkeit sowie Stress und externe Faktoren wie die Einflüsse von RekrutiererInnen die Entscheidung für die Teilnahme an der BWCG beeinflussen (vgl. ebd.).

Die Ergebnisse der Studie deuten darauf hin, dass die Teilnahme von Jugendlichen an der „Blue Whale Challenge“ durch ihre Einstellung zum Verhalten (Kenntnis der BWCG und Informationsquellen), durch die subjektive Norm (häufige Gespräche mit FreundInnen über die BWCG) und durch die wahrgenommene Verhaltenskontrolle (zentrale Rolle für die

interne Motivation ihrer AltersgenossInnen) beeinflusst wird. Jugendliche mit höherem Stress- und Risikoverhalten gehören signifikant häufiger zur Klasse „interne Kausalität“ als zur Klasse „externe Kausalität“ (vgl. ebd., S. 686 ff.).

Die Ergebnisse zeigen, dass menschliches Verhalten sehr komplex ist. Es gibt viele Faktoren, die bei der Entwicklung von Interventionen berücksichtigt werden müssen.

#### 4.1.2 Shroff et al.: Influencer-Einfluss und Geschlechteridentität

Die Studie „Viral Internet Challenges: A Study on the Motivations Behind Social Media User Participation“ von Shroff et al. (2020) ist eine qualitative Studie, in der das Phänomen der „viralen Internet-Herausforderungen“ erforscht wurde. Sie sammelte in einer Online-Umfrage Daten von 259 indischen TeilnehmerInnen, um ihr Verhalten und ihre Einstellungen gegenüber diesen Herausforderungen zu verstehen.

Die beiden Hauptgruppen waren junge Menschen zwischen 19 bis 24 und 25 bis 30 Jahren. Die differenzierte Umfrage bezog sich auf Fragen wie die Nutzung von sozialen Medien und das Bewusstsein für stark verbreitete Internet-Herausforderungen (vgl. Shroff et al., 2020, S. 308 ff.). Es wurden keine Angaben zu der Anzahl der TeilnehmerInnen für jede Altersgruppe gemacht. Die Befragten folgten der Aufforderung, sich selbst zu beschreiben und ihre Wahrnehmungen zu verschiedenen Aspekten einer viralen Internet-Herausforderung zu äußern. Demografische Informationen wie Alter, Geschlecht, Beschäftigungsstatus und Standort wurden ebenfalls erfasst (vgl. ebd.).

Diese Studie verwendete eine geordnete logistische Regression, um die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme an einer viralen Internet-Herausforderung zu analysieren. Es wurde untersucht, wie die Gemeinschaft die Teilnahme an einer solchen Challenge beeinflusst. Die folgende Tabelle beschreibt die Ergebnisse:

Tab. 1: Einflüsse auf soziale Gruppenzugehörigkeit und Verhaltensreaktionen (vgl. Shroff et al., 2020, S. 309 ff.).

Variablen	Quotenverhältnis	Prozentuale Änderung	P-Wert (P[Z])
Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe	1,05*	5 %	0,037
Reaktion auf Belohnungsreaktionsfähigkeit	0,902**	-9,8 %	0,000
Wirkung von Influencern	1,543**	54,3 %	0,000
Eigene Stärke zur Schau stellen	1,347**	34,7 %	0,001

Weibliches Merkmal	0,956*	-4,4 %	0,019
Männliches Merkmal	1,046*	4,6 %	0,019

\*Wenn der P-Wert (P[Z]) kleiner als 0,05 und größer als 0,01 ist ( $0,01 < P[Z] < 0,05$ ), wird ein Stern (\*) verwendet.

\*\*Wenn der P-Wert (P[Z]) kleiner oder gleich 0,01 ist ( $P[Z] \leq 0,01$ ), werden zwei Sterne (\*\*) verwendet.

Die Regression zeigte keinen Einfluss von Selbstwertgefühl, Grad des Hedonismus und dem Bedürfnis, ähnlich wie andere zu sein bzw. sich von anderen zu unterscheiden sowie Geschlecht und Alter auf die Wahrscheinlichkeit an einer Teilnahme (vgl. ebd., S. 309).

Tab. 2: Einfluss verschiedener Variablen auf die Teilnahmewahrscheinlichkeit: Ergebnisse des geordneten logistischen Regressionsmodells (vgl. Shroff et al., 2020, S. 310 f.)

Variablen	Quote- verhältnis	z	P > [z]	95%-Konfidenz- intervall
Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe	1.05*	2.09	0.037	1.003 – 1.098
Selbstwertgefühl	1.082	0.79	0.428	0.891 – 1.313
Reaktion auf Belohnungsreaktionsfähigkeit	0.902**	-3.82	0.000	0.855 – 0.951
Teil einer größeren Gemeinschaft sein	1.038	0.41	0.682	0.869 – 1.239
Teil einer sozialen Ursache sein	0.935	-0.74	0.460	0.783 – 1.117
Einfluss von Influencern	1.543**	5.09	0.000	1.306 – 1.823
Eigene Stärke zur Schau stellen	1.347**	3.25	0.001	1.125 – 1.613
Weibliches Merkmal	0.956*	-2,35	0,019	0,921 – 0,993
Männliches Merkmal	1,046*	2,34	0,019	1,007 – 1,085
Hedonismus	1,016	1,12	0,263	0,988 – 1,046
Bedürfnis, ähnlich wie andere zu sein	1,033	0,84	0,399	0,958 – 1,114
Bedürfnis, sich von anderen zu unterscheiden	1,01	0,19	0,852	0,913 – 1,117
Alter	1,249	1,13	0,258	0,850 – 1,837
Geschlecht	0,778	-0,98	0,326	0,491 – 1,266

\*Wenn der P-Wert (P[Z]) kleiner als 0,05 und größer als 0,01 ist ( $0,01 < P[Z] < 0,05$ ), wird ein Stern (\*) verwendet.

\*\*Wenn der P-Wert (P[Z]) kleiner oder gleich 0,01 ist ( $P[Z] \leq 0,01$ ), werden zwei Sterne (\*\*) verwendet.

Es wurde festgestellt, dass die Teilnahme eines Influencers oder einer Influencerin und das Bedürfnis, Stärken zu zeigen, die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme erhöhen. Ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zu einer sozialen Gruppe erhöhte ebenfalls die Absicht teilzunehmen; sofortige Belohnungen verringerten diese dagegen. Die Studie zeigt, dass maskuline Merkmale die Bereitschaft zur Teilnahme erhöhen, während feminine Merkmale sie verringern. Faktoren wie Selbstwertgefühl, Hedonismus, das Bedürfnis nach Ähnlichkeit mit oder Unterschied zu anderen, Geschlecht und Alter hatten keinen Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme (vgl. ebd., S. 310).

#### 4.1.2.1 Ergebnisse zu Motivationsfaktoren

Die Studie untersuchte die Motivationsfaktoren von Social-Media-NutzerInnen, an viralen Internet-Herausforderungen teilzunehmen. Die Hauptergebnisse sind:

Die Teilnahme von InfluencerInnen an einer viralen Internet-Herausforderung erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass andere ebenfalls teilnehmen. Die NutzerInnen tauschten sofortige Belohnungen gegen soziale Währung und die Möglichkeit, ihre Stärken zu zeigen (vgl. ebd., S. 311). Ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zu einer sozialen Gruppe erhöhte ebenfalls die Absicht zur Teilnahme. Als sekundäre Erkenntnis konnte herausgearbeitet werden, dass männliche Eigenschaften die Bereitschaft zur Teilnahme erhöhten, während weibliche Eigenschaften sie verringerten. Dies deutet auf einen Zusammenhang zwischen Geschlechterrollenidentitäten und der Anziehungskraft viraler Internet-Herausforderungen hin (vgl. ebd.). Eine Zusammenfassung der Motivationsfaktoren, die in dieser Studie erfasst werden konnten, zeigt die folgende Auflistung:

- **Zugehörigkeitsbedürfnis** – Die Notwendigkeit der Befragten, zu einer Gruppe zu gehören.
- **Fehlende unmittelbare Belohnungen** – Es scheint, dass die fehlende Unmittelbarkeit von Belohnungen ein wichtiger Faktor für die Teilnahme an viralen Internet-Herausforderungen ist.
- **Fähigkeit zur Darstellung persönlicher Stärken** – Die Möglichkeit, persönliche Stärken zur Schau zu stellen, war ein wichtiger Treiber für die Teilnahme (vgl. ebd.).
- **Assoziation mit InfluencerInnen** – Die Assoziation von InfluencerInnen mit der viralen Herausforderung erhöhte signifikant die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme.

- **Geschlechtsidentität** – Personen, die stärker maskuline Merkmale aufwiesen, zeigten eher eine Absicht zur Teilnahme, während das Gegenteil für feminine Merkmale galt. Dieser Effekt war unabhängig vom Einfluss des Geschlechts.

Diese Studie identifiziert fünf Schlüsselfaktoren, die die Motivation zur Teilnahme an viralen Internet-Herausforderungen beeinflussen: Zugehörigkeitsbedürfnis, fehlende unmittelbare Belohnungen, Darstellung persönlicher Stärken, Assoziation mit InfluencerInnen und Geschlechtsidentität (vgl. ebd.).

#### 4.1.2.2 Motiv-Analyse durch die Theorie des geplanten Verhaltens

Die Studie von Shroff et al. (2020) wird unter Berücksichtigung der angeführten Ergebnisse und der drei Schlüsselfaktoren der TPB (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.) wie folgt analysiert:

##### Einstellung gegenüber dem Verhalten

- **Fähigkeit zur Darstellung persönlicher Stärken** – Die Möglichkeit, persönliche Stärken zur Schau zu stellen, könnte dazu führen, dass Jugendliche eine positive Einstellung zur Teilnahme an der Herausforderung entwickeln. In der Studie wurde dies mit einem Quotenverhältnis von 1,347 und einer prozentualen Änderung von 34,7 % belegt.
- **Assoziation mit InfluencerInnen** – Jugendliche könnten eine positive Einstellung zur Teilnahme an der Herausforderung haben, weil sie diese als Möglichkeit sehen, mit den InfluencerInnen in Verbindung zu treten (vgl. Shroff et al., 2020, S. 308 ff.).

##### Subjektive Normen

- **Zugehörigkeitsbedürfnis** – Jugendliche könnten sich gezwungen fühlen, an der Herausforderung teilzunehmen, um zu einer Gruppe zu gehören.
- **Assoziation mit InfluencerInnen** – Jugendliche könnten den Druck verspüren, an der Herausforderung teilzunehmen, weil sie von InfluencerInnen dazu ermutigt werden. InfluencerInnen werden oft als MeinungsführerInnen angesehen und ihre Handlungen können die Normen und Erwartungen innerhalb einer sozialen Gruppe beeinflussen (vgl. Ajzen, 2020, S. 314 ff.; vgl. Shroff et al., 2020, S. 308 ff.).

##### Wahrgenommene Verhaltenskontrolle

- **Fehlende unmittelbare Belohnungen** – Wenn Jugendliche glauben, dass sie keine unmittelbaren Belohnungen erhalten, könnten sie das Gefühl haben, weniger Kontrolle über die Situation zu haben.
- **Geschlechtsidentität** – Dieser Faktor könnte alle drei Kategorien beeinflussen. Je nachdem, wie Jugendliche ihre Geschlechtsidentität wahrnehmen und wie sie

glauben, dass ihre Geschlechtsidentität von anderen wahrgenommen wird, könnte dies ihre Einstellung gegenüber dem Verhalten, ihre subjektiven Normen und ihre wahrgenommene Verhaltenskontrolle beeinflussen (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.; vgl. Shroff et al., 2020, S. 308 ff.). Personen, die stärker maskuline Merkmale aufwiesen, zeigten eher eine Absicht zur Teilnahme, während das Gegenteil für feminine Merkmale galt. Dieser Effekt war unabhängig vom Einfluss des Geschlechts (vgl. Shroff et al., 2020, S. 308 ff.).

#### **4.1.3 Falgoust et al.: Soziale Interaktion und soziale Unterstützung**

Falgoust et al. (2020) weisen in ihrer qualitativen Studie „Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult’s participation in viral social media challenges on TikTok“ darauf hin, dass in sozialen Medien verschiedene Aktivitäten von Einzelpersonen oder Gruppen hochgeladen werden, um bestimmte Ziele zu erreichen (vgl. Hilton et al., 2021, S. 3 f.). Diese Aktivitäten können jedoch sowohl körperliche als auch geistige Gesundheitsrisiken für die NutzerInnen darstellen (vgl. Atherton, 2020, S. 517 f.; vgl. Avery et al., 2016, S. 161 ff.; vgl. Grant-Alfieri et al., 2013, S. 833 ff.; vgl. Silva et al., 2016, 687 ff.). Einige Herausforderungen in den sozialen Medien, etwa die übermäßige Einnahme von Substanzen oder das Nachahmen von selbstverletzendem Verhalten, können ernsthafte gesundheitliche Schäden verursachen (vgl. Grant-Alfieri et al., 2013, S. 833 ff.). Es besteht auch das Risiko der Nachahmung solcher Verhaltensweisen unter den TeilnehmerInnen (vgl. Khasawneh et al., 2019, S. 887 f.; vgl. Luxton et al., 2012, S. 195 ff.).

Die Studie von Falgoust et al. untersucht die Motivationsfaktoren junger Erwachsener für ihre Teilnahme an viralen Social-Media-Challenges auf TikTok. Die TeilnehmerInnen der Studie waren 32 StudentInnen (21 weiblich, 11 männlich) von zwei großen Universitäten im Südosten der USA. Die Studie nutzte halbstrukturierte Interviews und Fragebögen. In einem Interview wurden die TeilnehmerInnen bezüglich ihrer Erfahrungen mit der Teilnahme an viralen TikTok-Challenges befragt (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 2).

Die Daten wurden mittels Kodierung und Frequenzkodierung analysiert (vgl. ebd., S. 5 f.). Die Codes wurden in sechs Kategorien gruppiert: Unterhaltungssuche, Komfortsuche, Flucht, Informationsbeschaffung, soziale Unterstützung und soziale Interaktion. Codes, die nicht in diese Kategorien passten und als wichtige Faktoren außerhalb der Uses-and-Gratifications-Theorie betrachtet wurden, forderten eine separate Analyse (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 3 ff.).

#### 4.1.3.1 Ergebnisse zu Motivationsfaktoren

Die Studie hat sechs Hauptkategorien identifiziert, die die Motivation der TeilnehmerInnen beeinflussen, an TikTok-Herausforderungen teilzunehmen. Diese Kategorien sind in absteigender Reihenfolge ihrer Wichtigkeit aufgelistet (vgl. ebd., S. 6):

- **Unterhaltung (24,2 %)** – Die TeilnehmerInnen waren am meisten von Herausforderungen angezogen, die Spaß in Aussicht stellten. Humor war eine weitere gesuchte Form der Unterhaltung. Unterhaltung ist somit der wichtigste Faktor, der die Teilnahme an TikTok-Herausforderungen motiviert. Sie umfasst verschiedene Aspekte wie Spaß (29 % der Unterhaltung), Humor (27 % der Unterhaltung), positive Unterhaltung (13 % der Unterhaltung), spezifische Vorlieben wie Sound, Thema, Aktivität (11 % der Unterhaltung), Schockwert der Herausforderung (6 % der Unterhaltung), Selbstdarstellung (4 % der Unterhaltung), aktiver Charakter der Herausforderung (3 % der Unterhaltung), die Plattform selbst ist unterhaltsam (3 % der Unterhaltung) und aufregender Inhalt der Herausforderung (3 % der Unterhaltung).
- **Bequemlichkeit** – Die TeilnehmerInnen fühlten sich von Herausforderungen angezogen, die sie als ‚einfach‘ oder ‚zumindest erreichbar‘ empfanden (vgl. ebd., S. 6 f.).
- **Sozialisierung** – Die TeilnehmerInnen sahen Sozialisierung als wichtigen Beweggrund an, wobei ‚führt zu sozialer Interaktion‘ und ‚soziale Zugehörigkeit‘ am häufigsten erwähnt wurden (vgl. ebd., S. 7 f.).
- **Soziale Unterstützung** – Diese Kategorie bezieht sich auf die Unterstützung, die von anderen NutzerInnen erhalten oder anderen durch die Nutzung der Plattform geboten wird.
- **Suche oder Verbreitung von Informationen** – Die TeilnehmerInnen suchten oft nach Informationen über Videos, die erklärten, wie sie eine Herausforderung besser bewältigen können.
- **Flucht (Eskapismus)** – Die TeilnehmerInnen sahen Eskapismus sowohl positiv als auch negativ. Herausforderungen werden als kreative Ablenkung gesehen, aber es gab Bedenken hinsichtlich der Suchtgefahr und der unproduktiven Zeit, die mit der Teilnahme an diesen Herausforderungen verbracht wird.
- **Viralität und Ruhm** – Die meisten der TeilnehmerInnen nahmen wahr, dass ihre Herausforderung bereits ‚viral‘ gegangen war.

- **Selbstdarstellung** – Die Interviewten entschieden sich dafür, an Herausforderungen teilzunehmen, die es ihnen ermöglichten, als lässig in ihrer Leistung wahrgenommen zu werden.
- **Erhaltung von Erinnerungen an Zeit oder Ort** – Einige TeilnehmerInnen waren motiviert, ihre Herausforderung zu filmen, um eine Erinnerung zu bewahren.
- **Repräsentation** – Obwohl sie nicht oft erwähnt wurde, schien sie den Interviewten wichtig zu sein, wenn sie angesprochen wurde.

#### 4.1.3.2 Motiv-Analyse durch die Theorie des geplanten Verhaltens

In der Studie von Falgoust et al. (2020) zeigen sich verschiedene Motivationsfaktoren, die das Verhalten einer Person prägen und beeinflussen können. Eine Analyse durch die TPB (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.) liefert die folgenden Ergebnisse:

##### Einstellung gegenüber dem Verhalten

- **Unterhaltung und Humor** – Anziehungskraft von Herausforderungen, die Freude zu machen scheinen, denn die TeilnehmerInnen finden die TikTok-Herausforderungen unterhaltsam und haben Spaß daran (24,2 % der Motivation).
- **Flucht** – Eskapismus als Motivationsfaktor, identifiziert durch die Theorie des geplanten Verhaltens, kann eine positive Rolle bei der Stressbewältigung spielen hat jedoch auch negative Auswirkungen, wenn es zur chronischen Realitätsflucht führt (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 6 ff.; vgl. Walden, 2022, S. 319 ff.).
- **Erhaltung von Erinnerungen an Zeit oder Ort** – Motivation, die eigene Herausforderung zu filmen, um eine Erinnerung zu bewahren.

##### Subjektive Normen

- **Sozialisierung und soziale Unterstützung** – Wertschätzung sozialer Interaktionen und Empfang von Unterstützung von anderen Personen, etwa durch Mundpropaganda. Die TeilnehmerInnen könnten den Eindruck haben, dass ihre FreundInnen oder Gleichaltrige erwarten, dass sie an diesen Herausforderungen teilnehmen (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 6 ff.).
- **Viralität und Ruhm** – Wahrnehmung, dass die eigene Herausforderung bereits ‚viral‘ gegangen ist.
- **Selbstdarstellung** – Entscheidung für die Teilnahme an Herausforderungen, die es ermöglichen, als lässig in der Leistung wahrgenommen zu werden.
- **Repräsentation** – Relevanz für die Befragten, wenn erwähnt wird, dass sie teilgenommen haben (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 6 ff.).

- **Selbstdarstellung** – Die Interviewten entschieden sich dafür, an Herausforderungen teilzunehmen, die es ihnen ermöglichten, als lässig in ihrer Leistung wahrgenommen zu werden.
- **Erhaltung von Erinnerungen an Zeit oder Ort** – Einige TeilnehmerInnen waren motiviert, ihre Herausforderung zu filmen, um eine Erinnerung zu bewahren.
- **Repräsentation** – Obwohl sie nicht oft erwähnt wurde, schien sie den Interviewten wichtig zu sein, wenn sie angesprochen wurde.

#### 4.1.3.3 Motiv-Analyse durch die Theorie des geplanten Verhaltens

In der Studie von Falgoust et al. (2020) zeigen sich verschiedene Motivationsfaktoren, die das Verhalten einer Person prägen und beeinflussen können. Eine Analyse durch die TPB (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.) liefert die folgenden Ergebnisse:

##### Einstellung gegenüber dem Verhalten

- **Unterhaltung und Humor** – Anziehungskraft von Challenges, die Vergnügen bereiten, denn die TeilnehmerInnen finden die TikTok-Herausforderungen unterhaltsam und haben Spaß daran (24,2 % der Motivation).
- **Flucht** – Eskapismus als Motivationsfaktor, identifiziert durch die Theorie des geplanten Verhaltens, kann eine positive Rolle bei der Stressbewältigung spielen hat jedoch auch negative Auswirkungen, wenn es zur chronischen Realitätsflucht führt (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 6 ff.; vgl. Walden, 2022, S. 319 ff.).
- **Erhaltung von Erinnerungen an Zeit oder Ort** – Motivation, die eigene Herausforderung zu filmen, um eine Erinnerung zu bewahren.

##### Subjektive Normen

- **Sozialisierung und soziale Unterstützung** – Wertschätzung sozialer Interaktionen und Empfang von Unterstützung von anderen Personen, etwa durch Mundpropaganda. Die TeilnehmerInnen könnten den Eindruck haben, dass ihre FreundInnen oder Gleichaltrige erwarten, dass sie an diesen Herausforderungen teilnehmen (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 6 ff.).
- **Viralität und Ruhm** – Wahrnehmung, dass die eigene Herausforderung bereits ‚viral‘ gegangen ist.
- **Selbstdarstellung** – Entscheidung für die Teilnahme an Herausforderungen, die es ermöglichen, als lässig in der Leistung wahrgenommen zu werden.
- **Repräsentation** – Relevanz für die Befragten, wenn erwähnt wird, dass sie teilgenommen haben (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 6 ff.).

Diese Interpretation basiert auf den allgemeinen Prinzipien der TPB und den spezifischen Ergebnissen der Studie. Die Zuordnung bietet einen Einblick in die verschiedenen Faktoren, die das Verhalten der Teilnehmerinnen beeinflussen. Es zeigt, wie komplex und vielschichtig Motivationen sein und wie sie das Verhalten einer Person prägen können. Die verschiedenen Faktoren wirken zusammen und beeinflussen das Verhalten. Erst die Berücksichtigung dieser Faktoren und Zusammenhänge ermöglicht, das Verhalten einer Person zu verstehen oder vorhersagen zu können.

#### **4.1.1 Khasawneh et al.: Risikowahrnehmung und Selbstwirksamkeit**

In der quantitativen Umfrage „Factors Contributing to Adolescents’ and Young Adults’ Participation in Web-Based Challenges: Survey Study“ untersuchen Khasawneh et al. die Überzeugungen, die Jugendliche und junge Erwachsene dazu veranlassen, an webbasierten Herausforderungen teilzunehmen. Diese Challenges können von minimal schädlichen bis zu ernsthaften Verletzungen oder zum Tod führen.

In der Studie wurden zwei Herausforderungen analysiert: die harmlose „ALS Ice Bucket Challenge“ und die riskante „Cinnamon-Challenge“, im Folgenden „Zimt-Herausforderung“ genannt (vgl. Khasawneh et al., 2021, e24988). Die Studie wurde retrospektiv und quantitativ durchgeführt und umfasste 471 TeilnehmerInnen im Alter von 13 bis 35 Jahren. Insgesamt hatten 153 TeilnehmerInnen an der „Zimt-Herausforderung“ teilgenommen.

Die Analyse verwendet eine binomiale logistische Regression, um zu verstehen, ob die Teilnahme an einer Social-Media-Herausforderung, insbesondere der „Zimt-Herausforderung“ oder der „ALS Challenge“, aus den Einstellungen, den wahrgenommenen Normen und den persönlichen Handlungsfähigkeitsüberzeugungen der TeilnehmerInnen vorhergesagt werden kann (vgl. ebd.).

##### **Zwei Modelle wurden erstellt:**

Das *erste Modell* prognostiziert die Teilnahme an der „Zimt-Herausforderung“ mit sieben Prädiktoren: Altersgruppe, erfahrungsbasierte Einstellung, instrumentelle Einstellung, injunktive Norm, deskriptive Norm, wahrgenommene Kontrolle und Selbstwirksamkeit. Vier Interaktionsterme wurden ebenfalls zum Modell hinzugefügt. Ein *zweites Modell* wurde verwendet, um die Teilnahme an der „ALS Ice Bucket Challenge“ unter Verwendung ähnlicher Prädiktoren vorherzusagen (vgl. ebd.).

Für jedes Modell wurden Anpassungsindizes, McFadden-Pseudo-R<sup>2</sup>, Effektgrößen-schätzungen, geschätzte Regressionskoeffizienten und ihre Signifikanz sowie

entsprechende Odds Ratios und ihre Konfidenzintervalle berechnet. Alle Daten wurden überprüft, um die Unabhängigkeit der Beobachtungen zu bestätigen (vgl. ebd.).

#### 4.1.1.1 Ergebnisse zu Motivationsfaktoren

In Übereinstimmung mit dem Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit konzentriert sich die Analyse auf die „Zimt-Challenge“, da diese mit erheblichen Gefahren verbunden ist. Die „ALS-Challenge“, obwohl sie ebenfalls Teil der Studie von Khasawneh et al. ist, wird im Folgenden nicht weiter betrachtet.

Ein Test des vollständigen Modells mit allen Prädiktoren gegen ein konstantes Modell war statistisch signifikant ( $\chi^2_{11} = 221,8$ ;  $n = 316$ ;  $P < .001$ ), was darauf hindeutet, dass die Prädiktoren als Gruppe zuverlässig zwischen Personen, die an der „Zimt-Herausforderung“ teilnahmen, und denen, die dies nicht taten, unterscheiden konnten. Die Abweichung in der Teilnahme an der „Zimt-Herausforderung“, die durch diese Prädiktoren erklärt wurde, war mit  $R^2L = 0,5$  groß.

Um die Signifikanz jedes einzelnen Prädiktors zu testen, wurde jede Variable aus dem Modell entfernt und die Änderung in  $\chi^2$  untersucht, um festzustellen, ob die Entfernung dieser Variable zu einer Verschlechterung der Modellanpassung führte (vgl. ebd.). Die unabhängige Entfernung von 4 der 11 Prädiktoren schädigte die Modellanpassung signifikant, insbesondere die instrumentelle Einstellung ( $\Delta\chi^2_1 = 11,5$ ;  $P < .001$ ), die injunktive Norm ( $\Delta\chi^2_1 = 30,4$ ;  $P < .001$ ), die deskriptive Norm ( $\Delta\chi^2_1 = 6,6$ ;  $P = .01$ ) und der Interaktionsterm ‚injunktive Norm‘ durch die Motivation zur Einhaltung ( $\Delta\chi^2_1 = 8,8$ ;  $P = .003$ ).

Um die signifikante Interaktion für die injunktive Norm durch Motivation zur Einhaltung zu interpretieren, wurden einfache Steigungen aus den Regressionskoeffizienten beim Mittelwert der Motivation zur Einhaltung und 1 Standardabweichung (SD) über und unter dem Mittelwert der Motivation zur Einhaltung berechnet. Diese Analyse ergab, dass die Steigung der injunktiven Norm und die Wahrscheinlichkeit zur Teilnahme beim Mittelwert der Motivation zur Einhaltung  $\beta = 1,01$  und bei 1 SD über und unter dem Mittelwert der Motivation zur Einhaltung  $\beta = 1,80$  bzw.  $\beta = 0,23$  betrug (vgl. ebd.).

Die Ergebnisse zeigen, dass sowohl die individuelle Einstellung, die Normen als auch die Motivation, diese Normen einzuhalten, einen erheblichen Einfluss darauf haben, ob eine Person an der „Zimt-Herausforderung“ teilnimmt oder nicht.

Die folgenden vier Schlüsselfaktoren lassen die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme an Challenges wie der „Zimt-Herausforderung“ erkennen:

- **Instrumentelle Einstellung** – Die Teilnahme wird stark von der Einstellung zur Herausforderung beeinflusst. Personen, die eine optimistischere Einstellung zu Herausforderungen haben, sind eher bereit, daran teilzunehmen.
- **Injunktive Norm** – Die wahrgenommene soziale Erwartung, an der Challenge teilzunehmen, beeinflusst ebenfalls die Teilnahme. Personen, die glauben, dass andere von ihnen erwarten, dass sie an der Herausforderung teilnehmen, haben eine höhere Wahrscheinlichkeit, dies zu tun.
- **Deskriptive Norm** – Die Wahrnehmung, dass andere Personen an der Challenge teilnehmen, erhöht ebenfalls die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme.
- **Interaktion zwischen injunktiver Norm und Motivation zur Einhaltung** – Die Beziehung zwischen der injunktiven Norm (soziale Erwartungen) und der Motivation zur Einhaltung (der Wunsch, diesen Erwartungen zu entsprechen) beeinflusst auch die Teilnahme. Personen, die eine hohe injunktive Norm und eine hohe Motivation zur Einhaltung aufweisen, haben eine höhere Wahrscheinlichkeit, an der Herausforderung teilzunehmen (vgl. ebd.).

Diese Faktoren wirken immer zusammen und können zur Auswertung nicht einzeln betrachtet werden.

Die Analyse von Khasawneh et al. zeigt, dass die Wirkung der injunktiven Norm auf die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme variiert, je nachdem wie stark die Motivation einer Person ist, den sozialen Erwartungen zu entsprechen. Insbesondere beeinflusst eine hohe Motivation zur Einhaltung die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme stärker.

Darüber hinaus hat die Studie ein Modell entwickelt, das die Teilnahme an solchen Herausforderungen vorhersagen kann. Zwei spezifische Prädiktoren – erfahrungsbasierte Einstellung und deskriptive Normen – waren besonders relevant für die Genauigkeit des Modells. Wenn diese entfernt wurden, verschlechterte sich die Anpassung des Modells signifikant. Dies deutet darauf hin, dass diese beiden Faktoren eine wichtige Rolle bei der Vorhersage der Teilnahme an solchen Herausforderungen spielen könnten (vgl. ebd.).

#### **4.1.1.2 Motiv-Analyse durch die Theorie des geplanten Verhaltens**

Die Studie von Khasawneh et al. liefert aufschlussreiche Erkenntnisse zur Anwendung der TPB (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.). Bei der Betrachtung der Wahrscheinlichkeit der Teilnahme an der „Zimt-Herausforderung“ werden verschiedene Aspekte berücksichtigt und kategorisiert:

### **Einstellung gegenüber dem Verhalten**

- **Instrumentelle Einstellung** – Je mehr Menschen Vergnügen und Belohnungen bei der „Zimt-Herausforderung“ wahrnahmen, desto eher waren sie bereit, sich an der Herausforderung zu beteiligen.

### **Subjektive Normen**

- **Injunktive Norm** – Je mehr Aufmerksamkeit die Öffentlichkeit der Herausforderung schenkt, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass die TeilnehmerInnen sich an der „Zimt-Herausforderung“ beteiligen.
- **Beschreibende Norm** – Je weniger Aufmerksamkeit die TeilnehmerInnen von den Menschen um sie herum erhielten, die sie vor der Teilnahme an der Herausforderung warnten, desto höher war die Chance, dass sie sich an der Herausforderung beteiligen würden (vgl. Ajzen, 2020, S. 314 ff.; vgl. Khasawneh et al., 2021, e24988).

### **Wahrgenommene Verhaltenskontrolle**

- **Motivation zur Einhaltung** – Menschen mit nur geringer Motivation, den vorherrschenden sozialen Normen zu entsprechen, sind eher bereit, an der „Zimt-Herausforderung“ teilzunehmen als solche mit hoher Motivation zur Einhaltung. Die Teilnahme an der Herausforderung wird durch die positive Einstellung gegenüber den erwarteten Ergebnissen, der wahrgenommenen sozialen Erwartung und durch das Verhalten anderer sowie der Motivation, sich an diese sozialen Erwartungen anzupassen, beeinflusst.

Diese Analyse zeigt, wie die TPB verwendet werden kann, um ein nachhaltiges Verständnis für die Motivationsfaktoren zu entwickeln, die das Verhalten der TeilnehmerInnen in Onlineherausforderungen beeinflussen (vgl. Khasawneh et al., 2021, e24988).

#### **4.1.2 Bucknell et al.: Unterhaltung und Affekt**

In der empirischen Studie von Bucknell et al. (2020) „Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers“ untersuchen Bucknell et al. das Verhalten und die Zufriedenheit von prä-adoleszenten und adoleszenten TikTok-NutzerInnen zwischen 11 und 16 Jahren in Dänemark (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 368). Die Autoren analysieren die Anziehungskraft der sozialen Netzwerkseite „TikTok“ mithilfe der Nutzungs- und Befriedigungstheorie und dem analytischen Rahmenwerk von Shao, das davon ausgeht, dass Individuen auf drei spezifische Arten mit sozialen Netzwerkservices (SNS) interagieren: durch passiven Konsum, durch Teilnahme und durch den Beitrag von Inhalten (vgl. Bargh et al., 2002, S. 36 ff.; vgl. Goffman, 1959; S. 135 ff.; vgl. Katz, 1959, S. 1 ff.; vgl.

Katz et al., 1974, S. 19 ff.; vgl. Ruggiero, 2000, S. 3 ff.; vgl. Shao, 2009, S. 7 ff.). Bucknell et al. postulieren, dass zehn verschiedene Motivationen, wie sie in der Uses-and-Gratifications-Theorie beschrieben werden, diese drei unterschiedlichen Kategorien von Nutzungen antreiben (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 364 f.). Die Stichprobenziehung erfolgte mittels mehrstufiger Clusterstichprobe, um eine breite Repräsentation der dänischen Jugendlichen innerhalb der relevanten Altersgruppe zu gewährleisten (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 368; vgl. Sargeant; Harcourt, 2012, S. 19 ff.).

Die Art und Weise, wie Jugendliche TikTok nutzen, kann durch eine Vielzahl von Faktoren beeinflusst werden. In diesem Zusammenhang wurden folgende Hypothesen aufgestellt:

**H1:** Passive Konsumverhaltensweisen werden bei prä-adoleszenten und adoleszenten TikTok-Nutzern stärker ausgeprägt sein als partizipative oder beitragende Verhaltensweisen.

**H2:** Das Bedürfnis der Verbraucher nach Unterhaltung wird den größten Einfluss auf ihr passives Konsumverhalten auf der TikTok-Website haben.

**H3:** Partizipative Verhaltensweisen werden bei Jugendlichen – im Gegensatz zu prä-adoleszenten TikTok-NutzerInnen – stärker ausgeprägt sein.

**H4:** Die Befriedigung des Beziehungsaufbaus wird im Gegensatz zur Beziehungspflege (a) ein stärkerer Motivationstreiber bei jungen VerbraucherInnen sein und (b) mehr bei Jugendlichen als bei prä-adoleszenten VerbraucherInnen zum Ausdruck kommen (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 370).

Der Fragebogen wurde hauptsächlich mit einer 5-Punkte-Likert-Skala und einigen binären Fragen über die Online-Umfrageplattform Qualtrics erstellt und verwaltet. Sie war in drei Teile gegliedert: soziodemografische Profilfragen, Technologiebesitz und -nutzung (einschließlich Smartphone-Nutzung, allgemeine Social-Media-Nutzung, TikTok-Nutzung und Intensität der Nutzung) und sieben binäre Fragen basierend auf den Nutzungsverhaltensklassifikationen von Shao. Die TeilnehmerInnen, die bestätigten, TikTok-NutzerInnen zu sein, beantworteten Fragen zu den primären Nutzungs- und Befriedigungsmotivationen (vgl. ebd., S. 369). Schließlich wurden die TeilnehmerInnen gebeten, über die fünf wichtigsten Motivationsfaktoren für die Nutzung der TikTok-Anwendung nachzudenken und diese anzugeben (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 369; vgl. Shao, 2009, S. 15 ff.). Der Fragebogen verwendete die Standardverfahren zur Inhaltsvalidität und Brislin's Rückübersetzungsmethode zur Sicherstellung der Übersetzungsäquivalenz. Dieses Verfahren zusammen mit den notwendigen Vorab-

Modifikationen führte zum endgültigen Fragebogen (vgl. Brislin, 1970, S. 190 ff.; vgl. Bucknell et al., 2020, S. 369).

#### 4.1.2.1 Ergebnisse zu Motivationsfaktoren

In ihrer Untersuchung stellten Bucknell et al. fest, dass 52,2 % der befragten TikTok-NutzerInnen täglich auf der TikTok-Plattform interagieren und somit als ‚Heavy User‘ eingestuft werden können (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 370 ff.). Dieses Ergebnis ist bemerkenswert, da es darauf hindeutet, dass eine Mehrheit der NutzerInnen ein hohes Maß an Engagement auf der Plattform zeigt. Die übrigen NutzerInnen (48 %) wurden als ‚Light User‘ eingestuft (vgl. ebd.).

Die Studie liefert neue Erkenntnisse über die Ähnlichkeiten und über die signifikanten Unterschiede in den Nutzungs- und Befriedigungsmustern von prä-adoleszenten und adoleszenten NutzerInnen auf den SNS. Sie stellt fest, dass Affekt und Unterhaltung die primären Uses-and-Gratifications (U&G) auf den Ebenen des passiven Konsums, der Teilnahme und des Beitrags sind. Dies steht im Gegensatz zu anderen bisher durchgeführten Studien in diesem Bereich (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 64 ff.; vgl. Dolan et al., 2019, S. 53).

Die Studie ermittelt, dass prä-adoleszente und adoleszente Gruppen viel eher dazu neigen, TikTok zur Befriedigung ihrer Bedürfnisse nach Identitätsbildung und Ruhmsuche zu nutzen als die etwas ältere Generation der 20- bis 34-Jährigen (vgl. Omar; Dequan, 2020, S. 124 ff.). Sie findet Beweise dafür, dass junge VerbraucherInnen in einem viel früheren Lebensabschnitt als bisher angenommen beitragende Verhaltensweisen zeigen (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 367 f.). Bucknell et al. zeigen weiter, dass die Befriedigung von Beziehungsaufbau und Beziehungspflege hauptsächlich über die beitragende Funktion von TikTok gesucht wird (vgl. ebd., S. 372 ff.). Die folgenden Motivationsfaktoren für die Nutzung von TikTok gehen aus den Resultaten hervor:

- **Unterhaltung und Affekt** – Dies war der Haupttreiber für passives Konsumverhalten, aber auch für partizipatorisches und beitragendes Verhalten.
- **Flucht** – Eskapismus wird als Möglichkeit genutzt, dem Alltag zu entfliehen.
- **Kognitive Bedürfnisse** – Die Teilnahme dient der Befriedigung kognitiver Bedürfnisse.
- **Überwachung anderer** – FreundInnen und Bekannte werden beobachtet, um die eigene Position im Internet und im sozialen Umfeld zu eruieren.
- **Beziehungsaufbau** – Das Bedürfnis nach Beziehungsaufbau ist stärker ausgeprägt als das Bedürfnis nach Beziehungserhalt.

- **Selbstdarstellung** – Das Bedürfnis nach Selbstdarstellung ist ein wichtiger Faktor hinter den beitragenden Verhaltensweisen.
- **Soziale Anerkennung und Ruhm** – Diese Motivationsfaktoren sind bedeutsame Treiber hinter den beitragenden Verhaltensweisen.
- **Identitätserstellung** – Das Bedürfnis nach Identitätserstellung war eine Motivation hinter den beitragenden Verhaltensweisen.
- **Lob** – TeilnehmerInnen suchen Lob durch andere NutzerInnen (vgl. ebd., S. 370 ff.).

Diese Faktoren beeinflussen und motivieren die jungen KonsumentInnen zu einer Nutzung von TikTok.

#### 4.1.2.2 Motiv-Analyse durch die Theorie des geplanten Verhaltens

Die Theorie des geplanten Verhaltens (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.) stellt einen fundierten Ansatz zur Untersuchung des Nutzungsverhaltens von prä-adoleszenten und adoleszenten Individuen auf TikTok in der Studie von Bucknell et al. bereit:

##### Einstellung gegenüber dem Verhalten

- **Unterhaltung und Affekt** – Die Nutzung von TikTok bietet Unterhaltung und emotionale Befriedigung.
- **Flucht:** TikTok bietet eine Möglichkeit zur Flucht oder Ablenkung.
- **Kognitive Bedürfnisse** – TikTok befriedigt das Bedürfnis nach Wissen und Informationen (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 372 ff.).
- **Selbstdarstellung** – TikTok ermöglicht es den NutzerInnen, sich selbst auszudrücken und ihre Identität zu gestalten.
- **Ruhm und soziale Anerkennung** – TikTok bietet die Möglichkeit, Ruhm und soziale Anerkennung zu erlangen.

##### Subjektive Normen

- **Überwachung anderer** – Die Nutzung von TikTok ermöglicht es den NutzerInnen zu sehen, was andere tun und welche Inhalte sie teilen (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 372 ff.).
- **Aufbau von Beziehungen** – TikTok wird als Plattform zum Aufbau und zur Pflege von Beziehungen genutzt.

## Wahrgenommene Verhaltenskontrolle

- **Alter und Produktion** – Ältere NutzerInnen könnten sich weniger wahrscheinlich beteiligen, möglicherweise aufgrund ihres Selbstbewusstseins oder wegen ihrer Datenschutzbedenken.
- **Regionale Unterschiede** – Nutzer in verschiedenen Regionen könnten unterschiedliche Zugangsmöglichkeiten und Einstellungen zu TikTok haben (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 372 ff.).

Diese Faktoren formen gemeinsam die Nutzungsabsicht von TikTok, die das tatsächliche Verhalten auf der Plattform bestimmt. Die Interpretation basiert auf einer allgemeinen Anwendung der TPB und erfordert weitere Untersuchungen zur Klärung spezifischer Aspekte des Nutzungsverhaltens auf TikTok.

### 4.1.3 Deslandes et al.: Abenteuer und Nervenkitzel

In der qualitativen Studie von Deslandes et al. (2020) „Online Challenges among children and adolescents: Self-inflicted harm and social media strategies“ von Deslandes et al. stützen sich die Autoren auf die von Le Breton definierte Kategorie „Leidenschaft für Risiko“, die eine Vielzahl von Praktiken umfasst und intensive körperliche und psychoaktive Erfahrungen bei Jugendlichen ermöglicht. Diese Erfahrungen sind mit der Suche nach Identitätsbildung und Selbsterkenntnis verbunden. ‚Spiele‘ und ‚Herausforderungen‘ wie Extremsportarten und Wettkämpfe ermöglichen es Jugendlichen, Mut und Respektlosigkeit zu zeigen. Solche Praktiken unterstreichen die Unmöglichkeit einer vollständigen Risikokontrolle durch gesellschaftliche Institutionen (vgl. Deslandes et al., 2020, S. 2 ff.; vgl. Le Breton, 2010, S. 382 ff.). Die Aufgabe, zur digitalen Kultur zu gehören, besteht darin, ein akzeptables ‚Selbstbild‘ zu konstruieren, das mit symbolischen Attributen ausgestattet ist, die vom Zielpublikum als positiv betrachtet werden (vgl. Deslandes et al., 2020, S. 2 ff.).

Eine anfängliche Suche zu Beginn der Studie ergab mehr als 10 000 Videos. Um diese Menge zu reduzieren, wurden genaue Einschlusskriterien festgelegt, darunter das Veröffentlichungsjahr des Videos (von 2014 bis 2019), die Anzahl der Aufrufe (> 100), die Sprache (Portugiesisch) und das Alter der Urheber (Kinder oder Jugendliche). Die Videos mussten darüber hinaus ein potenzielles Gesundheitsrisiko darstellen. Eine genaue Altersbestimmung der TeilnehmerInnen konnte jedoch nicht gewährleistet werden (vgl. Deslandes et al., 2020, S. 3).

Die YouTube-Suche ergab trotz spezifischer Kriterien über 1000 Videos. Das Forschungsteam gruppierte die Videos in zwölf Herausforderungen, die ein hohes potenzielles Gesundheitsrisiko für Kinder und Jugendliche darstellten. Dazu gehörten

Herausforderungen mit alkoholischen Getränken, Mund (die „Lippenherausforderung“), Zimt, Holzkohle, Ohnmacht, Deodorant, Coca-Cola und Mentos, Feuer, Ameisenhaufen, Eis und Salz, Kondom und Superkleber. Die potenziellen Schäden umfassten hauptsächlich körperliche Gesundheitsprobleme wie Verbrennung, Erstickung, Vergiftung, Schnittwunden, Kontaktallergien und Tod (vgl. ebd.).

Die Präsentation des Selbstbildes beinhaltet die Demonstration von Fähigkeiten, die für die Zustimmung des Publikums erforderlich sind. Wesentliche Attribute sind Kommunikationsfähigkeit, Freundlichkeit, Charisma und Humor, gefolgt von Sexyness (für Mädchen) und Wagemut. Diejenigen, die diese Attribute ‚natürlich‘ zeigen, sind im Aufbau dieses Ethos am erfolgreichsten (vgl. ebd., S. 4).

Die Herausforderungen, die in den Medien zu sehen sind, spielen eine wichtige Rolle bei der Verbindung mit dem Publikum. Sie werden oft von Kindern und Jugendlichen durchgeführt und ziehen viele Zuschauer an. Die Zuschauer selbst schlagen oft neue Herausforderungen vor und bitten darum, in den Videos erwähnt zu werden. Je riskanter die Herausforderung ist, insbesondere solche, die der Gesundheit schaden oder das soziale Image beschädigen können, desto attraktiver scheinen sie für das Publikum zu sein (vgl. ebd., S. 6 f.). Dies zeigt sich in extremen Herausforderungen wie dem Trinken großer Mengen Alkohol oder dem Verursachen von körperlichen Schäden. YouTuberInnen nutzen echte oder vorgetäuschte Verletzungen und Schmerzen als Unterhaltung sowie zur Abonentengewinnung. Sie betonen das ‚Opfer‘, das sie erbringen, und bitten um Abonnements oder positive Bewertungen im Austausch (vgl. ebd., S. 7 ff.). Onlineherausforderungen dienen als Medienstrategie zur Identitätsbildung im Internet, wobei Risiko und Gewalt entscheidend sind (vgl. ebd.).

#### **4.1.3.1 Ergebnisse zu Motivationsfaktoren**

Die Schlussfolgerung von Deslandes et al. betont die Rolle von Onlineherausforderungen in der Identitätsbildung junger Menschen. Diese Challenges dienen als kommunikatives Mittel, um Zugehörigkeit, Anerkennung und Publikumszustimmung zu bekräftigen. In einem Umfeld, in dem eine große Menge an Informationen zirkuliert, müssen alle produzierten Inhalte, insbesondere diejenigen, die sich auf die Konstruktion des Selbstbildes beziehen, umso ‚spektakulärer‘ sein, um die Aufmerksamkeit eines Empfängers zu erregen, der täglich mit Informationen überschwemmt wird (vgl. ebd., S. 12).

In der heutigen digitalen Landschaft haben Online-Herausforderungen einen erheblichen Einfluss darauf, wie Jugendliche ihre Identität formen und ihre Zugehörigkeit zur

Gemeinschaft bestätigen. Es folgen einige Schlüsselkomponenten, die diese Dynamik verdeutlichen:

- **Zugehörigkeit** – Onlinechallenges dienen als mächtiges kommunikatives Mittel, um Zugehörigkeit zu bestätigen.
- **Anerkennung** – Anerkennung ist das Ergebnis einer erfolgreichen Darstellung und Kommunikation eines individuellen oder kollektiven Selbstbildes in der digitalen Welt.
- **Audienzadhärenz** – Dies ist eine Medienstrategie, die von Jugendlichen bei der Konstruktion einer durch das Internet vermittelten Identität angewendet wird.
- **Risiko und Gewalt** – Diese sind entscheidende Faktoren beim Aufbau eines Selbstbildes, das in der Lage ist, ein Publikum zu binden.
- **Körperopfer des Sprechers** – Der Opfer nimmt eine Verhandlungsrolle in dieser Medienadhärenz ein (vgl. ebd.).

#### 4.1.3.2 Motiv-Analyse durch die Theorie des geplanten Verhaltens

Die Analyse der Studie von Deslandes et al. zeigt deutlich die Prinzipien der TPB bei der Identifikation derjenigen Motivationsfaktoren, die Menschen dazu anleiten, an gefährlichen Herausforderungen teilzunehmen. Es folgt eine erweiterte Analyse der drei Hauptkomponenten der TPB (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.) im Kontext der Onlineherausforderungen:

##### **Einstellung gegenüber dem Verhalten**

- **Risikoverhalten** – Die TeilnehmerInnen an den Herausforderungen scheinen eine positive Einstellung gegenüber dem Risikoverhalten zu haben. Sie betrachten es als Möglichkeit, ein ‚heldenhaftes‘ Selbstbild zu schaffen. Dies könnte durch den Wunsch nach Anerkennung, Zugehörigkeit zur Gruppe oder Publikumszustimmung beeinflusst werden. Es ist möglich, dass die Teilnahme an der Herausforderung als positiv bewertet wird, weil diese zur Stärkung des Selbstbildes beiträgt (vgl. Deslandes et al., 2020, S. 11 f.).

##### **Subjektive Normen**

- **Soziale Erwartungen** – Die TeilnehmerInnen fühlen sich möglicherweise durch soziale Erwartungen oder den Druck von Gleichaltrigen zur Teilnahme an der Herausforderung gedrängt. Die Interaktion mit dem Publikum und die Reaktionen auf die Herausforderungen haben einen starken Einfluss auf die Entscheidung zur Teilnahme.

- **Zugehörigkeit** – Onlineherausforderungen dienen als mächtiges kommunikatives Mittel, um Zugehörigkeit zu bestätigen (vgl. Deslandes et al., 2020, S. 10 ff.). Dies kann als subjektive Norm betrachtet werden, da es den wahrgenommenen sozialen Druck widerspiegelt, an diesen Herausforderungen teilzunehmen.
- **Audienzadhärenz** – Dies ist eine Medienstrategie, die von Jugendlichen bei der Konstruktion einer durch das Internet vermittelten Identität angewendet wird. Sie kann als subjektive Norm betrachtet werden, da es den wahrgenommenen sozialen Druck auf Jugendliche erhöht.

#### **Wahrgenommene Verhaltenskontrolle**

- **Risikoverhalten** – Die TeilnehmerInnen haben möglicherweise das Gefühl, dass sie die Kontrolle über das Risikoverhalten haben, da sie es selbst wählen und umsetzen. Sie könnten glauben, dass sie die Fähigkeit dazu besitzen, die Herausforderung erfolgreich zu meistern. Dieses Gefühl kann durch das Vertrauen in ihre Fähigkeiten oder durch frühere Erfahrungen mit ähnlichen Herausforderungen beeinflusst werden (vgl. Deslandes et al., 2020, S. 10 ff.).

Dem Zusammenwirken dieser Faktoren bringt die Beeinflussung einer Person, an einer gefährlichen Herausforderung teilzunehmen (vgl. Pan et al., 2023, S. 27 ff.).

#### **4.1.4 Hilton et al.: Druck und Manipulation**

In diesem wissenschaftlichen Bericht von Hilton et al. (2021) über die „Erforschung wirksamer Präventionserziehung als Antwort auf gefährliche Online-Challenges“ vermitteln Hilton et al. wissenschaftliche Ergebnisse zu den Phänomenen der gefährlichen Onlinechallenges, die Hoax-Challenges, die vorgetäuschten Selbstmorde und die Selbstverletzungen. Diese Hoax-Challenges sind Geschichten, die konstruiert wurden, um Angst ohne ein echtes Element der Beteiligung oder Herausforderung zu verbreiten (vgl. Hilton et al., 2021, S. 4 ff.).

Die Studie wurde von The Value Engineers (TVE) durchgeführt – einem Unternehmen, das auf rigorose quantitative Forschung auf globaler Ebene spezialisiert ist. Im Auftrag der Stiftung „Tegen Internet Misstanden“ (T.I.M.) führten sie eine Online-Umfrage durch, an der 5400 Jugendliche, 4500 Eltern von Jugendlichen und 1000 ErzieherInnen teilnahmen. Dies ergibt eine Gesamtstichprobe von 10 900 Personen weltweit (vgl. ebd., S. 11).

In der Studie wurden verschiedene Begriffe verwendet, um bestimmte Phänomene im Internet zu beschreiben. Die TeilnehmerInnen waren mit einer Vielzahl von Onlinechallenges vertraut und kategorisierten diese nach ihren Auswirkungen und ihrem

Gefährlichkeitsgrad (vgl. ebd., S. 6). Sie erklärten ihre Beweggründe für die Teilnahme an Challenges mit dem Wunsch nach Spannung und Sensation. Die gefährlichen Mutproben im Internet erschienen ihnen attraktiv und riefen ihre Neugierde hervor. Die TeilnehmerInnen wollten mit FreundInnen etwas Verbindendes und Neues erleben. Sie fühlten Zugehörigkeit und einen zunehmenden Beliebtheits- und Bekanntheitsgrad in den sozialen Medien (vgl. ebd., S. 7).

#### 4.1.4.1 Ergebnisse zu Motivationsfaktoren

Hilton et al. untersuchen in ihrer Studie die Faktoren, die Kinder und Jugendliche dazu bewegen, an gefährlichen Herausforderungen teilzunehmen und stellen fest, dass diese in allen Lebensbereichen zu finden sind (vgl. ebd., S. 8).

Die empirischen Befunde legen nahe, dass Kinder und Jugendliche, die aus sozioökonomisch benachteiligten Schichten stammen, einer erhöhten Gefährdung ausgesetzt sind. Verschiedene Faktoren wie persönliche Anpassungsfähigkeit und Zugang zu Hilfsangeboten beeinflussen die Motivation von Kindern und Jugendlichen. Darüber hinaus spielen das Streben nach Abenteuer, Anerkennung und Zugehörigkeit sowie der Einfluss von Gleichaltrigen eine entscheidende Rolle (vgl. ebd.).

Die Jugendlichen erklärten ihre Motivation zur Teilnahme an diesen Herausforderungen wie folgt:

- **Spannung/Sensation** – Das Risiko einer gefährlichen Challenge sorgt für den besonderen Reiz.
- **Neugier** – Das Unbekannte weckt den Wunsch, die Challenge auszuprobieren.
- **Stärkung von Freundschaften** – Die Teilnahme wird mit Freunden geteilt und führt zu einem Gefühl der „Zugehörigkeit“ (vgl. ebd., S. 12 ff.).
- **Steigerung ihrer Popularität** – Das Streben besteht darin, durch Ansichten ‚Gefällt mir-Angaben‘ und Anhänger auf sozialen Plattformen, die Aufmerksamkeit anderer zu erregen.
- **Zugänglichkeit** – Die einfache Erreichbarkeit und die leichten Teilnahmevoraussetzungen für gefährliche Internetchallenges in verschiedenen Netzwerken erleichtern den Zugang und damit die Teilnahme.
- **Anerkennung** – Ein hoher Motivationsfaktor zur Teilnahme an einer Internetchallenge ist die Anerkennung durch Ansichten, Kommentare und Likes. Die Daten zeigen deutlich, wie bedeutsam soziale Anerkennung und das Beeindrucken anderer für viele Jugendlichen sind (vgl. ebd., S. 14 ff.).

#### 4.1.4.2 Motiv-Analyse durch die Theorie des geplanten Verhaltens

Basierend auf der TPB (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.) lassen sich aus der Studie von Hilton et al. folgende zusätzliche Motivationsfaktoren ableiten:

##### **Einstellung gegenüber dem Verhalten**

- **Attraktivität der Herausforderungen** – Die Jugendlichen empfinden die Herausforderungen aufgrund des riskanten Elements und der damit verbundenen Aufregung als attraktiv. Ihre Neugier motiviert sie, etwas Neues auszuprobieren.

##### **Subjektive Normen**

- **Einfluss von Gleichaltrigen** – Die Autoren der Studie von Hilton et al. schlagen vor, gefährliche Herausforderungen durch weniger riskante, aber amüsantere Herausforderungen zu ersetzen, die denselben Nervenkitzel bieten, jedoch nicht der Aufsicht durch Dritte bedarf (vgl. Hilton et al., 2021, S. 8). Villani et al. empfehlen Interventionen zur Reduzierung von Stress und riskantem Verhalten bei Jugendlichen, um ihre Teilnahme an der „Blue Whale Challenge“ zu verhindern (vgl. Villani, 2019, S. 686 ff.).

##### **Wahrgenommene Verhaltenskontrolle**

- **Kontrolle über die Teilnahme** – Die Jugendlichen sind der Überzeugung, dass sie ihre Teilnahme an den Herausforderungen kontrollieren und dass sie dadurch positive Ergebnisse erzielen können, etwa die Stärkung von Freundschaften und die Steigerung ihrer Popularität (vgl. Hilton et al., 2021, S. 7).

Diese Faktoren tragen dazu bei, das Verhalten von Kindern und Jugendlichen zu verstehen und geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um sie vor gefährlichen Herausforderungen zu schützen.

#### 4.1.5 Jacquier: Risiko und Sozialisierung

In der Mixed-Methods-Studie von Jacquier „Desafíos virtuales: la tensión entre el riesgo y la socialización“ wurde das Phänomen der virtuellen Herausforderungen, die innerhalb sozialer Netzwerke auftreten, untersucht. Die Studie stellt fest, dass nicht alle Herausforderungen positive Auswirkungen haben. Im Gegenteil, viele hinterlassen negative physische und psychische Folgen (vgl. Jacquier, 2019, S. 188 ff.). Die Methodik der Studie konzentriert sich auf die Erforschung und Suche im Internet und hauptsächlich in sozialen Netzwerken unter Verwendung von Techniken und Werkzeugen aus Big Data, etwa das Crowdsourcing. Soziale Netzwerke bieten eine neue Sphäre der Sozialisation, in der das Verletzungsrisiko durch Herausforderungen wie der „Blue Whale Challenge“ latent ist.

Virtuelle Herausforderungen werden als Gelegenheit präsentiert, die von einer Spannung zwischen Risiko und Sozialisation gekennzeichnet ist. In Bezug auf ihre Forschung zu Motivationsfaktoren könnte diese Studie relevant sein, da sie Einblicke in diejenigen Motivationen bietet, die Menschen dazu bringen, an virtuellen Herausforderungen teilzunehmen (vgl. ebd.). Es scheint, dass das Streben nach Anerkennung und das Sammeln von Likes wichtige Antriebskräfte sind. Daher dürfte diese Studie nützliche Informationen für diese Analyse liefern (vgl. ebd.).

In Bezug auf die Methodik ist die Untersuchung von Jacquier explorativ und deskriptiv. Sein Ziel ist es, ein wenig erforschtes Thema zu untersuchen, wie es bei virtuellen Herausforderungen der Fall ist (vgl. ebd., S. 191).

Unter Berücksichtigung des neuen Phänomens der sozialen Netzwerke und der daraus resultierenden Datennutzung können Fälle von TeilnehmerInnen an der „Blue Whale Challenge“ durch Eintauchen und Suche in sozialen Netzwerken lokalisiert werden. Für die Datenerhebung wurden gleichzeitig drei Arten von Internetquellen verwendet, um die Genauigkeit der Daten zu bestätigen. Dies ermöglichte nicht nur die Überprüfung der Datenvalidität, sondern auch eine Vertiefung der Informationen. Die verwendeten Quellen sind: Soziale Medien (national und international), Google Trends und Twitter (vgl. ebd., S. 192).

Jugendliche stellen sich selbst Herausforderungen, wollen ihre eigenen Grenzen überschreiten und die Grenzen, die ihnen von der Erwachsenenwelt auferlegt werden, verletzen. Diese Herausforderungen präsentieren sich oft in Form von Onlinespielen, die auf Video aufgenommen und im Internet geteilt werden. Allerdings können diese Onlineherausforderungen zu Risikosituationen führen, die zu schweren Verletzungen oder sogar zum Tod führen können (vgl. ebd., S. 196).

Die potenziellen SpielerInnen dieser Art von Herausforderungen sind hauptsächlich Kinder und Jugendliche aufgrund ihrer hohen Aktivität in sozialen Netzwerken. Diese Spiele versprechen Ruhm, Popularität und Viralität, etwas, das viele Jugendliche heute für unverzichtbar halten. Soziale Netzwerke und die ‚Like‘-Diktatur verleiten Jugendliche, um von anderen akzeptiert zu werden, zu einem Handeln – ohne an die Gefahren zu denken, die dies für ihr Leben bedeuten kann (vgl. ebd.).

Ein ‚Like‘ in sozialen Netzwerken hat sich zu einem Maßstab für Popularität und soziale Integration entwickelt und kann in extremen Fällen zur Obsession werden. Jugendliche sehen diese Situationen als Anreiz, bei dem sie gewinnen oder verlieren können, und sie engagieren sich deshalb (vgl. ebd.).

Junge Menschen messen ihre Beliebtheit an der Anzahl ihrer Follower auf Social-Media-Plattformen und sind oft bereit, riskantes Verhalten zu zeigen, um nicht ausgeschlossen zu werden. Diese Neugier und die Vertrautheit mit der Technologie können dazu führen, dass sie besonders anfällig für virtuelle Herausforderungen sind. Diese Herausforderungen können harmlos oder gefährlich sein und werden oft extremer, wenn sie repliziert werden. Trotz ihrer Prävalenz gibt es bislang jedoch nicht genügend wissenschaftliche Untersuchungen zu diesem Phänomen (vgl. Jacquier, 2019, S. 197).

Die Sozialwissenschaftliche Fakultät der Universität Buenos Aires hat eine Kategorisierung von Onlineherausforderungen präsentiert, die auf sozialen Medien durchgeführt werden. Die Problematik wurde in Argentinien zwischen März und April 2017 mit insgesamt 11 Fällen beobachtet. Es gab sieben Fälle von Selbstverletzung, hauptsächlich in Buenos Aires, und drei Selbstmordversuche in verschiedenen Provinzen. Ein Selbstmord wurde in der Provinz Entre Ríos registriert (vgl. ebd., S. 201 f.).

Die Fakultät legt besonderen Wert auf die Beachtung derjenigen Herausforderungen, die eine potenzielle Gefahr für die TeilnehmerInnen darstellen (vgl. ebd., S. 197):

**Schädliche Geschicklichkeits-Challenges** – Diese Herausforderungen beinhalten Aktivitäten, die schädlich für die körperliche Gesundheit sein können. Ein bekanntes Beispiel ist die „Condom Challenge“ (vgl. ebd., S. 198 ff.).

**Selbstverletzende Challenges** – Diese Herausforderungen gefährden direkt das Leben der TeilnehmerInnen, können schwerwiegende Folgen haben oder in einigen Fällen zum Tod führen. Die Challenges erfordern keine besonderen körperlichen Fähigkeiten und werden meistens allein durchgeführt. Ein bekanntes Beispiel ist die „Blue Whale Challenge“ (vgl. ebd., S. 197). Dies gibt aufgrund der damit verbundenen Gefahren ernsthaften Anlass zur Besorgnis (vgl. ebd., S. 200 ff.).

Der Studie betont, dass Jugendliche ihre Popularität in den SNS messen und oft bereit sind, ihr Leben für ein ‚Like‘ zu riskieren. Sie folgen den Dynamiken der Plattformen, um nicht aus dem Kreis der FreundInnen ausgeschlossen zu werden. Das Eintauchen in diese Spiel- oder Herausforderungsumgebungen schafft eine neue Art von Umwelt mit anderen sozialen Normen und Sanktionen als im Offlineleben (vgl. ebd., S. 198).

#### 4.1.5.1 Ergebnisse zu Motivationsfaktoren

Die Studie von Jacquier hat mehrere Ergebnisse hervorgebracht, die sich in Hinblick auf die Motivationsfaktoren wie folgt zusammenfassen lassen:

- **Informationsbeschaffung** – Das Internet wird als Quelle für Informationen genutzt (vgl. ebd., S. 192).
- **Unterhaltung** – SNS bietet eine Plattform für Unterhaltung (vgl. ebd., S. 194).
- **Kommunikation** – Es ermöglicht die Kommunikation mit anderen Personen (vgl. ebd., S. 193 ff.).
- **Soziale Bindung** – Das Internet dient als Raum für soziale Bindungen, Freiheit und Machtausübung.
- **Integration von Online- und Offlinewelt** – Die Teilnahme an beiden Welten wird in den Alltag integriert (vgl. ebd., S. 196).
- **Erweiterung des sozialen Raums** – Soziale Medien und Konnektivitätsplattformen bieten einen zusätzlichen Raum für Sozialisation und Austausch (vgl. ebd., S. 203).
- **Alltägliche Organisation** – Jugendliche organisieren ihren Alltag über das Internet (vgl. ebd.).

Die Motivation zur Teilnahme an diesen Herausforderungen scheint hauptsächlich durch das Streben nach Anerkennung und das Sammeln von ‚Likes‘ getrieben zu sein (vgl. ebd., S. 197). Es gibt ein signifikantes Risiko bei virtuellen Herausforderungen, insbesondere für Kinder und Jugendliche, die den Großteil der TeilnehmerInnen stellen und eventuell nicht vollständig über die potenziellen Gefahren aufgeklärt sind. Dieses Risiko könnte ihre Entscheidung zur Teilnahme beeinflussen (vgl. ebd., S. 197 ff.).

#### 4.1.5.2 Motiv-Analyse durch die Theorie des geplanten Verhaltens

Die Motivationsfaktoren der Studie von Jacquier können durch die TPB (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.) wie folgt analysiert werden:

##### **Einstellung gegenüber dem Verhalten**

- **Informationsbeschaffung** – Das Internet wird als Quelle für Informationen genutzt (vgl. ebd., S. 192).
- **Unterhaltung** – Das Internet bietet eine Plattform für Unterhaltung (vgl. ebd., S. 194).

##### **Subjektive Normen**

- **Kommunikation** – Das Internet ermöglicht die Kommunikation mit anderen Personen (vgl. ebd., S. 193 ff.).
- **Soziale Bindung** – Das Internet dient als Raum für soziale Bindung, Freiheit und Machtausübung.

## **Wahrgenommene Verhaltenskontrolle**

- **Integration von Online- und Offlinewelt** – Die Teilnahme an beiden Welten wird in den Alltag integriert (vgl. ebd., S. 196).
- **Erweiterung des sozialen Raums** – Soziale Medien und Konnektivitätsplattformen bieten einen zusätzlichen Raum für Sozialisation und Austausch (vgl. ebd., S. 203).
- **Alltägliche Organisation** – Jugendliche organisieren ihren Alltag über das Internet (vgl. ebd.).

### **4.1.6 Ortega-Barón et al.: soziale Motivation und Herausforderungszufriedenheit**

Ortega-Barón et al. (2022) befassen sich in der psychometrischen Studie „Viral internet challenges scale in preadolescents“ mit dem Phänomen der weitverbreiteten Herausforderungen im Internet. Trotz seiner schnellen Ausbreitung gibt es bisher kein validiertes Bewertungsinstrument für diese Erscheinung. Um diesem Bedarf gerecht zu werden, wurde die „Viral Internet Challenges Scale“ (VICH-S) entwickelt.

Das Hauptziel der Studie war es, die psychometrischen Eigenschaften dieser Skala zu erarbeiten, die Häufigkeit verschiedener Arten von Herausforderungen (soziale, solidarische und gefährliche) sowie die Einzel- oder Gemeinschaftsdurchführung dieser Arten von Herausforderungen mit der VICH-S zu ermitteln (vgl. Ortega-Barón et al., 2022, S. 12532). Die Konstruktvalidität der Skala wird mit folgenden Variablen getestet: ‚Fear of Missing Out‘ (FoMO), ‚Loss of Connection‘ (Nomophobie), ‚Self-Online‘ und ‚Emotional Attention Online‘ (vgl. ebd., S. 12533). Die Stichprobe wurde zwischen Januar und Februar 2020 erhoben und umfasste ursprünglich 843 Schüler. Untersucht wurde eine Stichprobe von 417 TeilnehmerInnen im Alter von 10 bis 14 Jahren (Mittelwert = 12,20; Standardabweichung = 0,97) (vgl. ebd., S. 12532). Die Jungen präsentieren 41,2 % und die Mädchen 58,8 % der Stichprobe. Die TeilnehmerInnen wurden nach Schulstufe verteilt. Die sechste Klasse der Grundschule besuchten 119 Schülerinnen. Die Schulklasse bestand aus 42 Jungen und 77 Mädchen. Die Sekundarstufe durchliefen 298 SchülerInnen, davon 130 Schüler und 168 SchülerInnen. Aus der Studie wurden SchülerInnen (n = 426) ausgeschlossen, die in den letzten zwölf Monaten an keiner Internetchallenge teilgenommen hatten.

#### **4.1.6.1 Ergebnisse zu Motivationsfaktoren**

Ortega-Barón et al. haben verschiedene Faktoren identifiziert, die Jugendliche zur Teilnahme an Mutproben bzw. Challenges motivieren. Diese Faktoren können in zwei Hauptkategorien unterteilt werden: die „Herausforderungszufriedenheit“ und die „soziale

Motivation“ (vgl. ebd., S. 12533 ff.). Die „soziale Motivation“ bezieht sich auf die Teilnahme an Herausforderungen aus sozialen Gründen oder wegen der Gruppenzugehörigkeit. Nachfolgend die Motivationsfaktoren in der Reihenfolge ihrer Wichtigkeit:

- **Herausforderungszufriedenheit** – Dieser Faktor hat die stärkste Korrelation mit der **sozialen Motivation** (.64), was darauf hindeutet, dass er eine zentrale Rolle bei der Motivation zur Teilnahme an viralen Herausforderungen spielt.
- **Angst vor dem Verpassen (Fear of Missing Out)** – Dieser Faktor hat signifikante Korrelationen sowohl mit der Herausforderungszufriedenheit (.43) als auch mit der sozialen Motivation (.30), was darauf hindeutet, dass er ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Motivation zur Teilnahme an viralen Herausforderungen spielt.
- **Online-Idealprojektion** – Dieser Faktor hat signifikante Korrelationen sowohl mit der Herausforderungszufriedenheit (.34) als auch mit der sozialen Motivation (.33), was darauf hindeutet, dass die Darstellung eines idealisierten Selbstbildes im Internet ebenfalls ein wichtiger Motivationsfaktor sein kann (vgl. ebd., 2022, S. 12534 ff.).
- **Verlust der Verbindung (Teil der Nomophobie)** – Dieser Faktor hat signifikante Korrelationen sowohl mit der Herausforderungszufriedenheit (.31) als auch mit der sozialen Motivation (.30), was darauf hindeutet, dass die Angst vor dem Verlust der Verbindung zur Online-Identität ebenfalls zur Motivation beitragen kann.
- **Online-emotionale Aufmerksamkeit** – Dieser Faktor hat signifikante Korrelationen sowohl mit der Herausforderungszufriedenheit (.32) als auch mit der sozialen Motivation (.31), was darauf hindeutet, dass die emotionalen Reaktionen auf Online-Erfahrungen ebenfalls ein wichtiger Motivationsfaktor sein können.

Diese Erkenntnisse betonen sowohl die Bedeutung der Zufriedenheit mit den gestellten Herausforderungen als auch die Rolle der sozialen Motivation bei der Teilnahme (vgl. ebd.). Die Präferenzen der Herausforderungen zeigen eine Dominanz sozialer Herausforderungen (80,3 %), gefolgt von solidarischen Herausforderungen (20,6 %) und gefährlichen Herausforderungen (7,7 %). Zudem existieren positive Korrelationen zwischen verschiedenen Aspekten wie FoMO, Nomophobie, idealisierter Selbstdarstellung und emotionaler Aufmerksamkeit im Internet mit Herausforderungszufriedenheit und sozialer Motivation. Diese Ergebnisse unterstreichen die komplexe Dynamik von Onlineverhaltensweisen und Motivationen (vgl. ebd., S. 12535 ff.).

#### 4.1.6.2 Motiv-Analyse durch die Theorie des geplanten Verhaltens

Die Studie von Ortega-Barón et al. untersuchte verschiedene Faktoren, die Jugendliche dazu motivieren, an Mutproben bzw. Challenges teilzunehmen. Diese Faktoren können im Rahmen der TPB (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.) wie folgt analysiert werden:

##### **Einstellung gegenüber dem Verhalten**

- **Selbstwahrnehmung und idealisierte Selbstdarstellung im Internet** – Die Einstellung gegenüber dem Verhalten kann durch Selbstwahrnehmung im Internet und auch durch die idealisierte Selbstdarstellung im Internet beeinflusst werden. Bei positiver Onlineselbstwahrnehmung und idealisierter Onlinedarstellung könnte eine Neigung bestehen, an Herausforderungen teilzunehmen, die die Onlinepräsenz verbessern. Hierbei geht es um die persönliche Bewertung des Verhaltens. In diesem Kontext könnten Faktoren wie Selbstwahrnehmung, idealisierte Selbstdarstellung und emotionale Aufmerksamkeit dazu beitragen, dass Jugendliche eine positive Einstellung zur Teilnahme an Challenges entwickeln (vgl. Ortega-Barón et al., 2022, S. 12535 ff.; vgl. Pan et al., 2023, S. 27 ff.).

##### **Subjektive Normen**

- **Soziale Motivationsfaktoren** – Subjektive Normen könnten durch soziale Motivationsfaktoren wie soziale Zugehörigkeit, die Angst, etwas zu verpassen (FoMO) und durch die No-Mobile-Phone-Angst (Nomophobie) beeinflusst werden. Diese Faktoren erhöhen den Druck, an bestimmten Herausforderungen teilzunehmen oder bestimmte Verhaltensweisen zu zeigen, um sozial akzeptiert zu werden oder das Gefühl zu haben, auf dem Laufenden zu bleiben.

##### **Wahrgenommene Verhaltenskontrolle**

- **Emotionale Kontrolle im Internet** – Diese wird eventuell durch Faktoren wie emotionale Aufmerksamkeit im Internet (Online-emotional-Attention), emotionale Onlinepräsenz (Online-emotional-Clarity) und Onlinegefühle-Kontrolle (Online-emotional-Regulation) beeinflusst (vgl. Ortega-Barón et al., 2022, S. 12534 ff.). Bei einer guten Kontrolle der Emotionen online könnte die Fähigkeit bestehen, bestimmte Verhaltensweisen zu zeigen oder an Herausforderungen teilzunehmen. Faktoren wie Nomophobie – die Angst vor dem Verlust des Mobiltelefons – emotionale Onlinepräsenz und Onlinegefühle-Kontrolle könnten diese Wahrnehmung im Internet beeinflussen.

Die Studie zeigt auch signifikante Korrelationen zwischen diesen Faktoren und den Dimensionen „Herausforderungszufriedenheit“ und „soziale Motivation“. Dies deutet darauf

hin, dass diese Faktoren eine wichtige Rolle bei der Motivation von Jugendlichen zur Teilnahme an Challenges spielen könnten (vgl. Ortega-Barón et al., 2022, S. 12535 ff.).

#### **4.1.7 Roth et al.: Soziale Identität und Gruppenzwang**

Roth et al. (2021) weisen in ihrer Studie „A Study of Adolescents' and Young Adults' TikTok Challenge Participation in South India“ darauf hin, dass die Popularität von TikTok weiter zunimmt. TikTok wurde unter anderem aufgrund von weitverbreiteten Herausforderungen kritisiert, die potenziell gefährlich sein können. Diese Challenges sind in unterschiedlichem Maße riskant: zum Beispiel das Ausführen bestimmter Tänze, Essenswettbewerbe oder gefährlichere Herausforderungen wie die „Benadryl-Herausforderung“, bei der BetrachterInnen dazu ermutigt werden, immer mehr Medikamente einzunehmen und ihre Reaktionen zu posten (vgl. Roth et al., 2021, S. 2 ff.). In jüngster Zeit beinhalten TikTok-Herausforderungen sogar Verbrechen wie das Stehlen von Gegenständen aus der Schule. Obwohl TikTok solche Inhalte oft entfernt, geschieht dies in der Regel erst, nachdem viele Jugendliche teilgenommen haben und die Benutzer einfach zur nächsten Herausforderung übergegangen sind (vgl. ebd.).

Die Studie leitet sich aus den folgenden Forschungsfragen ab:

RQ1: Welche motivationalen Faktoren aus dem „Integrated Behavioral Model“ (IBM) führen dazu, dass Jugendliche und junge Erwachsene an TikTok-Herausforderungen teilnehmen?

RQ2: Was waren die Merkmale des Beitrags des Teilnehmers und wie hat der Teilnehmer seinen relativen Beitrag (Einfluss, Wirkung, Menge der Beiträge) zu sozialen Medien wahrgenommen?

RQ3: Was denken TeilnehmerInnen über ihre Beteiligung an Social-Media-Herausforderungen im Nachhinein?

Ein Verständnis der Faktoren, die zur Verhaltensabsicht und zur Durchführung eines bestimmten Verhaltens führen, unterstützt die Entwicklung der Durchführung (vgl. Roth, 2021, S. 3).

Für die Beantwortung ihrer Forschungsfragen zur Motivation wählten Roth et al. den theoretischen Rahmen des IBM. Dieses Modell baut auf der „Theory of Reasoned Action“ (TRA) und der Theorie des geplanten Verhaltens auf und integriert sie durch erhebliche Überschneidungen (vgl. Montaño; Kasprzyk, 2015, S. 95 ff.). Die TRA betont die durch Einstellung und Normen beeinflusste Verhaltensabsicht, während die TPB die wahrgenommene Kontrolle über das Verhalten einschließt. Das IBM beinhaltet wichtige

Aspekte jeder Theorie. Es zielt speziell darauf ab, die zuvor genannten Faktoren zu identifizieren, um effektive Interventionen für spezifische Bevölkerungsgruppen zu entwickeln (vgl. ebd.).

Das Modell berücksichtigt sowohl interne als auch externe Faktoren, die zusammenwirken, um die Absicht zur Ausübung eines bestimmten Verhaltens zu bilden. Die wichtigsten internen Faktoren sind:

- Einstellung (erfahrungsbezogen, instrumentell)
- Wahrgenommene Norm (injunktiv und deskriptiv)
- Persönliche Handlungsfähigkeit (wahrgenommene Kontrolle und Selbstwirksamkeit)  
(vgl. ebd., S. 91 f.)

Diese Faktoren werden durch persönliche Überzeugungen, Normen und Erwartungen anderer sowie Gefühle in Bezug auf das Verhalten geprägt. Sie beeinflussen die Verhaltensabsicht, die dann zur Umsetzung in reales Tun führen kann. Es gibt Umweltfaktoren, die die Ausübung eines bestimmten Handelns beeinflussen; dazu zählen etwa Wissen, Fähigkeiten, Salienz des Verhaltens, Umweltbeschränkungen und Gewohnheit. Alle diese Faktoren führen entweder zur Ausübung oder zur Vermeidung eines Verhaltens (vgl. ebd., S. 90 f.).

Die Daten für die Studie von Roth et al. wurden von Juli 2019 bis Januar 2020 erhoben. Die TeilnehmerInnen wurden aus Sekundarschulen und Universitäten in zwei Bundesstaaten Indiens, Kerala und Tamil Nadu, ausgewählt. Insgesamt wurden 2447 Jugendliche und junge Erwachsene gescreent (vgl. Roth et al., 2021, S. 3). Die TeilnehmerInnen waren zu 64 % weiblich und zu 36 % männlich. Die verschiedenen Herausforderungen, an denen sie teilgenommen hatten, umfassten: Feuer (1), Kiki (2), Chili-Essen (5), Bike-Stunt (2), Zimt (1) und weitere verschiedene Herausforderungen entsprechend der Videos auf TikTok (14). Nach Abschluss des Screenings wurden 25 TeilnehmerInnen einem halbstrukturierten retrospektiven Interview unterzogen (vgl. ebd.). Es wurde eine thematische Analyse durch semistrukturierte Interviews durchgeführt, um die Konstrukte des IBM innerhalb der Interviewdaten zu beschreiben. Der Kodierungsprozess begann mit der anfänglichen Kodierung der theoretisch basierten motivationalen Faktoren durch einen Assistenten, die dann von einem anderen zur Qualitätssicherung gegengeprüft wurde. Anschließend analysierte das Forschungsteam die Daten auf der Grundlage von aufkommenden Themen (vgl. ebd.).

Neben den motivationalen Faktoren haben die Daten zwei Hauptthemen ergeben: die Beteiligung der TeilnehmerInnen und ihre Beiträge in sozialen Medien sowie ihre Reflexion

nach der Teilnahme. Für den ersten Teil der Studie wurden Fragen gestellt, um Informationen über die Faktoren zu sammeln, die zur Absicht von Jugendlichen beitragen, Herausforderungen und Aktivitäten durchzuführen. Die untersuchten Faktoren umfassen:

- **Einstellung** – Analyse der Einstellung der Einzelpersonen zum Zielverhalten, einschließlich ihrer Gedanken zur Teilnahme und zum Image, das durch die Teilnahme an den Herausforderungen erreicht wird (vgl. ebd., S. 4 ff.).
- **Wahrgenommene Normen** – Erfassung der normativen Überzeugungen davon, was andere denken, was zu tun sei (injunktive Norm) und der Wahrnehmungen davon, was andere in den sozialen oder persönlichen Netzwerken tun (deskriptive Norm).
- **Persönliche Handlungsfähigkeit** – Bewertung der wahrgenommenen Kontrolle über die Verhaltensausübung und des Selbstvertrauens in die Fähigkeit, das Verhalten angesichts verschiedener Hindernisse oder Herausforderungen auszuüben.
- **Wissen und Fähigkeiten** – Analyse des Wissens und der Fähigkeiten der Einzelpersonen in Bezug auf die durchgeführten Herausforderungen.
- **Umweltbeschränkungen** – Bewertung durch Fragen wie „Was hätte Sie daran hindern können, an der Herausforderung teilzunehmen?“.
- **Gewohnheit** – Bewertung durch Fragen wie „Wie oft besuchen Sie soziale Netzwerkseiten?“.
- **Andere individuelle Unterschiedsvariablen** – Untersuchung anderer individueller Unterschiedsvariablen wie das soziale Unterstützungssystem des Einzelnen und mögliche depressive Symptome (vgl. ebd.).

Diese Faktoren tragen zusammen zur Verhaltensabsicht bei, die dann zur Ausübung eines Verhaltens führen kann (vgl. ebd.). Die Beteiligung der TeilnehmerInnen an Online-Aktivitäten und ihre wahrgenommenen Beiträge zu sozialen Medienplattformen wurden in dieser Kategorie kodiert. Informationen darüber, was die Einzelpersonen über ihre Teilnahme (Videos, Bilder, ihre Gefühle) gepostet haben und ihr Wissen darüber, wer ihre Beiträge gesehen hat und wie viele Likes/Ansichten sie erhalten haben, wurden gesammelt, da dies das Verhalten anderer beeinflussen kann (vgl. ebd., S. 5).

#### 4.1.7.1 Ergebnisse zu Motivationsfaktoren

In diesem Abschnitt werden die Eindrücke der TeilnehmerInnen über ihre Teilnahme an Herausforderungen beschrieben. Sie wurden gefragt, ob es etwas gab, das sie vor ihrer Teilnahme an der Herausforderung gerne gewusst hätten, ob sie irgendwelches Bedauern

verspüren würden, ob sie Ratschläge für potenzielle TeilnehmerInnen hätten und ob sie irgendwelche zusätzlichen Gedanken hatten:

- **Wahrgenommene Normen** – 88 % der TeilnehmerInnen gaben an, dass ihre OnlinefreundInnen ihre Aktivitäten gutheißen würden, während nur 35 % sagten, dass ihre Familie und Vorbilder dasselbe tun würden (vgl. ebd., S. 4).
- **Persönliche Handlungsfähigkeit** – 92 % der TeilnehmerInnen fühlten sich in der Lage, die Herausforderungen zu bewältigen.
- **Wissen und Fähigkeiten** – Alle TeilnehmerInnen hatten viele Videos von denselben Herausforderungen gesehen.
- **Umweltbeschränkungen** – 72 % der TeilnehmerInnen sahen keine Hindernisse bei der Teilnahme an Onlineherausforderungen (vgl. ebd., S. 5).
- **Gewohnheit** – Viele TeilnehmerInnen nutzten das Internet mehr als fünf Stunden pro Tag, wobei TikTok, Instagram, YouTube, Facebook, WhatsApp und andere soziale Medienplattformen regelmäßig genutzt wurden.
- **Andere individuelle Unterschiedsvariablen** – Fast alle TeilnehmerInnen berichteten von einer guten Unterstützung durch Familie und FreundInnen.
- **Beteiligung an sozialen Medien** – Fast alle TeilnehmerInnen hatten ihre Videos auf TikTok gepostet und andere ermutigt, ähnliche Herausforderungen durchzuführen (vgl. ebd., S. 5 f.).
- **Einstellungen, emotionale Reaktionen und kognitive Überzeugungen** – Die meisten TeilnehmerInnen (über 90 %) glaubten, dass die Teilnahme an Onlineherausforderungen angenehm sei (kognitive Überzeugung) und berichteten von gesteigertem Selbstvertrauen nach der Teilnahme (emotionale Reaktion). Für viele war der Genuss wichtiger, als kluge Entscheidungen zu treffen. Darüber hinaus fühlten sich 76 % der TeilnehmerInnen durch die Teilnahme an diesen Herausforderungen „cool“ oder „besonders“ (vgl. ebd., S. 4 ff.). Die TeilnehmerInnen diskutierten über die Teilnahme an Onlineherausforderungen, um Likes und Ansichten zu gewinnen, was als sehr wichtig und mit positiven emotionalen Zuständen verbunden berichtet wurde (vgl. ebd.).

Die Studie untersuchte verschiedene Aspekte der Motivation und des Verhaltens von Jugendlichen bei Onlineherausforderungen. Fast alle TeilnehmerInnen berichteten von einer starken Unterstützung durch Familie und FreundInnen. Bis auf eine Person haben alle ihre Videos auf TikTok geteilt und andere ermutigt, ähnliche Herausforderungen anzunehmen (vgl. ebd., S. 5). Einige äußerten nach den Herausforderungen, dass sie gerne im Voraus Informationen über potenzielle Risiken erhalten hätten. Zukünftigen NutzerInnen

wurde von 72 % der Befragten geraten, Vorsicht walten zu lassen, um sich selbst oder andere nicht zu verletzen (vgl. ebd.). Die wichtigsten motivationalen Erkenntnisse dieser Studie sind:

- **Akzeptanz unter Gleichaltrigen** – Dies war ein wichtiger Motivationsfaktor zur Teilnahme an Herausforderungen (vgl. ebd., S. 6).
- **Leistung und wahrgenommene Beiträge** – Fast alle TeilnehmerInnen hatten Videos ihrer Teilnahme an Herausforderungen auf TikTok gepostet und andere zur Teilnahme ermutigt (vgl. ebd., S. 4 ff.).
- **Einstellungen** – Die TeilnehmerInnen hatten positive Einstellungen gegenüber den Herausforderungen und genossen es, sie zu absolvieren.
- **Normen** – Die Bestätigung durch andere und/oder der Gruppendruck spielten eine Rolle bei der Motivation zur Teilnahme.
- **Persönliche Handlungsfähigkeit** – Die TeilnehmerInnen fühlten sich in der Lage, die Herausforderungen erfolgreich zu meistern (vgl. ebd., S. 4 f.).
- **Wissen und Fähigkeiten** – Die TeilnehmerInnen verfügten über das notwendige Wissen und die Fähigkeiten, um an den Herausforderungen teilzunehmen.
- **Umweltbeschränkungen** – Es wurden keine spezifischen Umweltbeschränkungen erwähnt, die die Teilnahme beeinflusst hätten.
- **Gewohnheiten** – Die regelmäßige Nutzung von TikTok könnte eine Gewohnheit sein, die zur Motivation beiträgt (vgl. ebd.).
- **Individuelle Unterschiede** – Unterschiede in der Persönlichkeit oder bei anderen individuellen Faktoren könnten ebenfalls eine Rolle spielen (vgl. ebd.).

Nach der Teilnahme an den Herausforderungen bedauerte keiner der TeilnehmerInnen die Teilnahme, obwohl einige sagten, sie hätten möglicherweise nicht teilgenommen, wenn sie vorher von der Schädlichkeit der Herausforderung gewusst hätten. Dies deutet auf eine Reflexion nach der Teilnahme hin (vgl. ebd., S. 5 f.).

Die Studie ist die erste ihrer Art in Indien, hat jedoch Einschränkungen hinsichtlich der Stichprobengröße und der geografischen Abdeckung. Zukünftige Forschungsarbeiten könnten quantitative Methoden einbeziehen (vgl. ebd.)

#### **4.1.7.2 Motiv-Analyse durch die Theorie des geplanten Verhaltens**

Die Ergebnisse der Studie von Roth et al. werden auf die Prinzipien der TPB (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.) übertragen und kategorisiert. Diese Methode ermöglicht eine strukturierte Analyse der Studienergebnisse:

### **Einstellung gegenüber dem Verhalten**

- **Teilnahme an Onlineherausforderungen** – Die meisten Teilnehmer (über 90 %) glaubten, dass die Teilnahme an Onlineherausforderungen angenehm sei; sie berichteten von gesteigertem Selbstvertrauen nach der Teilnahme. Für viele war der Genuss wichtiger, als kluge Entscheidungen zu treffen. Darüber hinaus fühlten sich 76 % der Teilnehmer nach der Teilnahme an diesen Herausforderungen „cool“ oder „besonders“ (vgl. Roth et al., 2021, S. 4 ff.).

### **Subjektive Normen**

- **Soziale Einflüsse** – 88 % der Teilnehmer gaben an, dass ihre OnlinefreundInnen ihre Aktivitäten gutheißen würden, während nur 35 % sagten, dass ihre Familie und ihre Vorbilder dasselbe tun würden. Die Bedeutung sozialer Einflüsse bei der Entscheidung zur Teilnahme an Online-Aktivitäten wird erkennbar.

### **Wahrgenommene Verhaltenskontrolle**

- **Bewältigung der Herausforderungen** – 92 % der Teilnehmer fühlten sich in der Lage, die Herausforderungen zu bewältigen (vgl. Roth et al., 2021, S. 5 f.). Die wahrgenommene Kontrolle über das Verhalten hat einen bedeutenden Einfluss auf die Entscheidung (vgl. Roth et al., 2021, S. 4 ff.).

Diese Zuordnung wurde sorgfältig dokumentiert und kann überprüft werden, um ihre Validität zu gewährleisten. Sie kann nach Kontext variieren.

## **5 Allgemeine Gesamtauswertung der Motivationsfaktoren**

Insgesamt wurden aus den zehn Studien 66 Motivationsfaktoren identifiziert (vgl. Tabelle 4). Sechs Faktoren tauchten als Wiederholungen auf. Die Wiederholung bestimmter Motivationsfaktoren in verschiedenen Kategorien könnte auf ihre allgemeine Bedeutung für das menschliche Verhalten hinweisen. Die wiederholte Erwähnung von ‚Unterhaltung‘ in der Kategorie ‚Einstellung gegenüber dem Verhalten‘ kann darauf hinweisen, dass Unterhaltung ein wichtiger Aspekt des menschlichen Verhaltens ist, der sowohl die Einstellung als auch die wahrgenommene Verhaltenskontrolle beeinflussen kann.

Die Wiederholung eines Motivationsfaktors kann als Hinweis auf die Komplexität des menschlichen Verhaltens verstanden werden. Dies gilt umso mehr, wenn eine Veränderung des Kontexts vorliegt. Ein häufig auftretender Motivationsfaktor ist nicht generell wichtig.

Tab. 3: Wiederkehrende Motivationsfaktoren (eigene Darstellung)

Motivationsfaktor	Häufigkeit
Anerkennung	4
Unterhaltung	3
Zugehörigkeit	3
Flucht	2
Selbstdarstellung	2
Ruhm	2

**Anerkennung** ist laut Deslandes et al. das Ergebnis der erfolgreichen Darstellung und Kommunikation eines individuellen oder kollektiven Selbstbildes in der digitalen Welt (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 372 ff.; vgl. Deslandes et al., 2020, S. 12). Ein wichtiger Motivationsfaktor zur Teilnahme an einer Internetchallenge ist die Anerkennung durch Ansichten, Kommentare und Likes. Die Daten zeigen deutlich, wie bedeutsam soziale Anerkennung für alle Jugendliche ist (vgl. Hilton et al., 2021, S. 14 ff.).

Die TeilnehmerInnen der Studie von Falgoust et al. finden die TikTok-Herausforderungen unterhaltsam und haben Spaß (24,2 % der Motivation) daran (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 6). Die Studien von Bucknell et al. und Jacquier zeigen, dass **Unterhaltung** einer der wesentlichen Gründe für die Nutzung von SNS ist, sei es beim passiven Konsum, bei der Teilnahme oder um einen eigenen Beitrag zu leisten (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 64 ff.; Dolan et al., 2019, S. 53; vgl. Jacquier, 2019, S. 194).

Die **Zugehörigkeit** zu einer besonderen Gruppe wird von den Jugendlichen als besonders anziehend empfunden. In der Studie von Villani et al. wurde festgestellt, dass 35 % der Jugendlichen den Wunsch nach Zugehörigkeit zu einer speziellen Gruppe als internen Beweggrund nannten. Dies deutet darauf hin, dass die Anziehungskraft der Gruppenzugehörigkeit eine bedeutende Rolle bei der Teilnahme spielt (vgl. Villani et al., 2019, S. 687). Ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zu einer sozialen Gruppe erhöhte ebenfalls die Absicht, teilzunehmen (vgl. Shroff et al., 2020, S. 310).

Falgoust et al. beschreiben in ihrer Studie, dass TeilnehmerInnen **Flucht (Eskapismus)** sowohl positiv als auch negativ bewerten. Herausforderungen werden als kreative Ablenkung gesehen, aber es gibt Bedenken hinsichtlich der Suchtgefahr und der

unproduktiven Zeit, die mit der Teilnahme an diesen Herausforderungen verbracht wird (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 8).

Die **Selbstdarstellung** wird bei positiver Onlineselbstwahrnehmung und idealisierter Onlinedarstellung gefördert. Es könnte eine Neigung bestehen, an Herausforderungen teilzunehmen, die die Onlinepräsenz verbessern (vgl. Ortega-Barón et al., 2022, S. 12535 ff.; vgl. Pan et al., 2023, S. 27 ff.). Die TeilnehmerInnen entschieden sich, an Challenges teilzunehmen, wenn sie darin eine Gelegenheit sahen, den anderen NutzerInnen ihre Lässigkeit zu demonstrieren (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 8). TikTok will ihnen einen Rahmen bieten, um sich auszudrücken und ihre Identität zu gestalten (vgl. Bucknell et al., 2020, S. 372 ff.).

Falgoust et al. stellen fest, dass die meisten der TeilnehmerInnen der Viralität ihres Beitrages große Beachtung schenken in der Hoffnung, ihren **Ruhm** zu steigern (vgl. Falgoust et al., 2022, S. 8). Die Studie von Bucknell et al. deckt dazu auf, dass prä-adoleszente und adoleszente Gruppen viel eher dazu neigen, TikTok zur Befriedigung ihrer Bedürfnisse nach Identitätsbildung und Ruhmsuche zu nutzen als die etwas ältere Generation der 20- bis 34-Jährigen (vgl. Omar; Dequan, 2020, S. 124 ff.). Die potenziellen TeilnehmerInnen von Herausforderungen in scheinbar spielerischer Qualität sind vorrangig Kinder und Jugendliche aufgrund ihrer hohen Aktivität in sozialen Netzwerken. Diese Spiele versprechen Ruhm, Popularität und Viralität, etwas, das viele Jugendliche heute für unverzichtbar halten. Soziale Netzwerke und die ‚Like‘-Diktatur verleiten Jugendliche zum Handeln, um von anderen akzeptiert zu werden. Die Gefahren und die mögliche Auswirkung auf das eigene Leben bleiben unbeachtet (vgl. Jacquier, 2019, S. 196).

Die Wiederholung bestimmter Motivationsfaktoren könnte auf ihre allgemeine Bedeutung für das menschliche Verhalten hinweisen. Es ist allerdings wichtig zu beachten, dass die Anzahl der Wiederholungen eines bestimmten Faktors nicht unbedingt seine Relevanz widerspiegelt. Ein nur einmal erwähnter Faktor könnte in einem bestimmten Kontext oder für eine spezifische Population so wichtig sein wie ein mehrmals erwähnter Faktor. Insgesamt unterstreichen die Anzahl und die Vielfalt der identifizierten Motivationsfaktoren die Komplexität des menschlichen Verhaltens und die Notwendigkeit einer sorgfältigen und gründlichen Untersuchung dieser Faktoren.

## **6 Motivationsfaktoren und die Theorie des geplanten Verhaltens**

Die folgende Analyse basiert auf den hier vorgestellten Studien und den daraus gezogenen Schlussfolgerungen. Sie nutzt die Theorie des geplanten Verhaltens als Rahmen zur

Interpretation der Ergebnisse; dazu identifiziert sie drei Hauptfaktoren, die das Verhalten beeinflussen: Einstellung gegenüber dem Verhalten, subjektive Normen und wahrgenommene Verhaltenskontrolle (vgl. Ajzen, 1985, S. 11ff.). Beachtet werden muss die Tatsache, dass die TPB nur Vorhersagen über das beabsichtigte und nicht unbedingt über das tatsächliche Verhalten machen kann. Daher ist es notwendig, diese Faktoren zu berücksichtigen, um ein umfassendes Verständnis des geplanten Verhaltens zu erlangen und geeignete Maßnahmen zur Minimierung der Risiken bei den Challenges zu entwickeln (vgl. Arnold; Klee, 2016, S. 15 ff.).

Die TPB ist ein effektives Modell zur Analyse von Motivationsfaktoren (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.). Dennoch kann die Theorie nicht alle Aspekte menschlichen Verhaltens erklären. Einige der genannten Faktoren – Risikobereitschaft, Gewalt, Selbstverletzung, Selbstbild und Ethos, Körperopfer, Verschmelzung von Online- und Offlinewelt, alltägliche Organisation, Umweltbeschränkungen, Gewohnheiten und individuelle Unterschiede – können in die Kategorien der TPB fallen (vgl. Deslandes et al., 2020, S. 3 ff.; vgl. Jacquier, 2019, S. 2011 ff.; vgl. Roth et al., 2021, S. 3 ff.). Sie können allerdings auch andere Aspekte des Verhaltens betreffen, die über das Modell hinausgehen.

Diese Ableitung legt nahe, dass die Hauptmotivationsfaktoren für Jugendliche, an gefährlichen Internet-Herausforderungen teilzunehmen, eine positive Einstellung gegenüber den Herausforderungen (Unterhaltung), sozialem Druck (Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe und Einfluss von Influencern) und dem Gefühl der Kontrolle über das Verhalten (Anerkennung) sind (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.; vgl. Falgoust, 2022, S. 6 f.; vgl. Shroff et al., 2020, S. 308 ff.; vgl. Villani et al., 2019, S. 687 ff.).

Die Studien identifizieren eine Reihe von Faktoren, die die Teilnahme an Onlineherausforderungen beeinflussen. Dazu gehören das Bedürfnis nach Zugehörigkeit, der Einfluss von InfluencerInnen, die Darstellung persönlicher Stärken, Geschlechtsidentität und fehlende unmittelbare Belohnungen. Diese Faktoren fallen in die drei Hauptkategorien der TPB: Einstellung gegenüber dem Verhalten, subjektive Normen und wahrgenommene Verhaltenskontrolle (vgl. Ajzen, 1985, S. 11 ff.).

Es gibt jedoch auch Unterschiede zwischen den Studien. Einige SchülerInnen bevorzugten die Betonung ihrer Individualität durch Faktoren wie Selbstwahrnehmung und Selbstdarstellung, während andere dem Einfluss von subjektiven Normen und dem Bedürfnis nach Zugehörigkeit erlagen. Es fielen Jugendliche auf, die überzeugt waren von ihrer Kontrolle über den Gesamt Ablauf einer Teilnahme an einer Internetchallenge.

## **7 Zusammenfassung**

Die Theorie des geplanten Verhaltens bietet einen Rahmen für das Verständnis, die Verhaltensabsicht und die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme von Jugendlichen an gefährlichen Online-Herausforderungen. Diese Teilnahme kann auch im Kontext von Maslows Hierarchie der Bedürfnisse und den intrinsischen und extrinsischen Motivationsfaktoren betrachtet werden. Über die Motivationsfaktoren und deren Wichtigkeit kann zusammenfassend festgestellt werden, dass Jugendliche zum einen das Gefühl haben, ihr Verhalten kontrollieren zu können, wenn sie an Online-Herausforderungen teilnehmen, was sowohl intrinsisch als auch extrinsisch sein könnte und als Sicherheitsbedürfnis interpretiert werden kann (vgl. Ajzen, 2020, 316 ff.; vgl. Maslow, 1943, S. 375 ff.; vgl. Rusch, 2017, S. 113). Zum anderen wird die Teilnahme hauptsächlich durch äußere Faktoren wie sozialen Druck und den Einfluss von Influencern bestimmt, was als soziale Bedürfnisse verstanden wird (vgl. Ajzen, 2020, S. 316 ff.; vgl. Falgoust et al., 2022, S. 6 f.; vgl. Maslow, 1943, S. 375 ff.; vgl. Rusch, 2017, S. 113; vgl. Shroff et al., 2020, S. 308 ff.). Darüber hinaus könnte das Bedürfnis nach Anerkennung, das sowohl intrinsisch als auch extrinsisch sein könnte, durch den Wunsch nach Bewunderung von Gleichaltrigen verstärkt werden, was als Wertschätzung gesehen wird (vgl. Ajzen, 2020, 316 ff.; vgl. Maslow, 1943, S. 375 ff.; vgl. Rusch; 2017, S. 113; vgl. Villani et al., 2019, S. 687 ff.). Schließlich ist das Streben nach Selbstverwirklichung und das Erreichen des eigenen Potenzials, das als Selbstverwirklichung gesehen wird, als intrinsisch einzustufen (vgl. Ajzen, 2020, 316 ff.; vgl. Maslow, 1943, S. 375 ff.; vgl. Roth et al., 2021, S. 2; vgl. Scherr; Wang, 2021, S. 7).

Zusammen bieten die Theorie des geplanten Verhaltens, Maslows Bedürfnispyramide und die Zuordnung der intrinsischen sowie extrinsischen Motivationsfaktoren einen umfassenden Rahmen für die Identifikation von Motivationsfaktoren und ihre Bedeutsamkeit für Jugendliche in Bezug auf gefährliche Online-Herausforderungen.

## **8 Kritische Betrachtung**

In Anbetracht der zehn vorgestellten Studien wird deutlich, dass sie unterschiedliche Facetten der TPB hervorheben und aufzeigen, wie diese Theorie zur Analyse der Motivation zur Teilnahme an Onlineherausforderungen herangezogen werden kann. Beachtet werden muss bei der Anwendung dieser Theorie, dass die TPB ein allgemeines Modell ist und nicht alle spezifischen Nuancen oder Kontexte berücksichtigt werden. Jeder Mensch ist

einzigartig und kann aus verschiedenen Gründen motiviert sein, an solchen Challenges teilzunehmen (vgl. Ajzen; Schmidt, 2020, S. 19 ff.; vgl. Pan et al., 2023, S. 27 ff.).

Es zeigt sich, dass die Einstellung, subjektive Normen und die wahrgenommene Verhaltenskontrolle wichtige Faktoren sind, die das Verhalten beeinflussen. Jugendliche befinden sich in einer Phase intensiver persönlicher Entwicklung. Dies bedeutet eine dynamische Veränderlichkeit von Einstellungen und Normen. Die Messwerte zum Zeitpunkt der Teilnahme können von denen des Befragungszeitpunktes abweichen. Die TPB berücksichtigt hauptsächlich interne Faktoren wie die Einstellung, die subjektive Normen und die wahrgenommene Verhaltenskontrolle. Sie berücksichtigt weniger externe Faktoren wie den sozioökonomischen Status, das Bildungsniveau oder den Zugang zu Technologie, die ebenfalls das Verhalten beeinflussen können. Die TPB kann lediglich als Teil eines Konzeptes hilfreich sein, um menschliches Verhalten zu verstehen und zukünftiges Verhalten vorherzusagen. Dies liegt daran, dass das tatsächliche Verhalten von vielen anderen Faktoren beeinflusst werden kann, die im Modell nicht berücksichtigt werden (vgl. Ajzen; Schmidt, 2020, S. 19 ff.; vgl. Pan et al., 2023, S. 27 ff.).

Im Folgenden werden einige potenzielle Einschränkungen der vorliegenden Studie sowie Vorschläge für Verbesserungsmöglichkeiten in zukünftigen Forschungsarbeiten erörtert:

#### **Einschränkungen**

- Die Zuordnung der Motivationsfaktoren zu den Kategorien der TPB basiert auf einer allgemeinen Interpretation der Faktoren und könnte je nach Kontext variieren.
- Einige Motivationsfaktoren könnten mehreren Kategorien zugeordnet werden, abhängig von ihrer spezifischen Definition und Anwendung in den jeweiligen Studien.
- Die Anzahl der Wiederholungen eines bestimmten Motivationsfaktors spiegelt nicht unbedingt seine Relevanz wider. Häufig erwähnte Faktoren sind nicht unbedingt relevanter für eine bestimmte Altersgruppe als ein seltener erwähnter Faktor.

#### **Verbesserungsmöglichkeiten**

- Eine detailliertere Analyse oder ein eingehenderes Verständnis der jeweiligen Studien könnte zu einer genaueren Zuordnung der Motivationsfaktoren führen.
- Zukünftige Forschungsarbeiten könnten sich auf die Entwicklung von Methoden zur Messung und Bewertung dieser Faktoren in verschiedenen Kontexten konzentrieren.

- Weitere Untersuchungen im Zusammenhang mit gefährlichen Internet-Herausforderungen sollten folgen, um junge Menschen und ihre Absichten im Hinblick auf Mutproben im World Wide Web noch besser verstehen und vorhersagen zu können.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die TPB ein nützliches Werkzeug zur Vorhersage zur Teilnahme an Onlineherausforderungen sein kann, aber sie hat auch ihre Grenzen und sollte nicht isoliert betrachtet werden. Es ist wichtig, sie im Kontext anderer theoretischer Modelle, statistischer Analyseverfahren und unter Berücksichtigung spezifischer individueller und sozialer Faktoren zu verwenden. Weitere Forschung in diesem Bereich ist notwendig, um ein besseres Verständnis dieser Phänomene zu erlangen und geeignete Maßnahmen zur Minimierung der Risiken zu entwickeln.

Zur Beantwortung der Frage, welche Motivationsfaktoren junge Menschen am stärksten antreiben, sollte in einer weiteren Arbeit eine quantitative Analyse durchgeführt werden, um ein robustes Ergebnis zu erzielen. Die vorhandenen Informationen sind jedoch überwiegend qualitativer Natur und es ist schwierig, eine genaue Rangfolge der Faktoren zu erstellen. Deutlich wird, dass sich Faktoren wie Unterhaltung, soziale Motivation und Zugehörigkeitsbedürfnis sowie persönliche Handlungsfähigkeit in den vorgestellten Studien häufig wiederholen und daher als besonders wichtige Treiber angesehen werden könnten. Denkbar wäre jedoch, dass die Relevanz dieser Faktoren von individuellen Unterschieden und dem jeweiligen Kontext abhängt.

## **9 Fazit**

Die Forschungsfrage „Lässt sich das Verhalten von Jugendlichen im Alter von 12 bis 25 Jahren, an einer gefährlichen Internetchallenge teilzunehmen, anhand möglicher Motivationsfaktoren vorhersagen?“ stand im Mittelpunkt der Untersuchung. Es wurde festgestellt, dass eine positive Einstellung gegenüber den Herausforderungen, sozialer Druck und das Gefühl der Kontrolle über das Verhalten die Hauptmotivationsfaktoren sind. Diese Faktoren sind eng mit den Komponenten der Theorie des geplanten Verhaltens von Ajzen verknüpft. Die Studien zeigen Unterschiede in Bezug auf den Einfluss von subjektiven Normen, dem Bedürfnis nach Zugehörigkeit und individuellen Faktoren wie Selbstwahrnehmung und Selbstdarstellung. Die wahrgenommene Verhaltenskontrolle variiert ebenfalls zwischen den Studien. Verschiedene Faktoren können das Verhalten der TeilnehmerInnen beeinflussen. Eine weitere Studie identifizierte Selbstaussdruck, Identitätsschöpfung und den Wunsch nach Erweiterung der Onlinepräsenz als mögliche

Faktoren. Die Kombination aus Theorie des geplanten Verhaltens, statistischen Analyseverfahren wie der logistischen Regressionsanalyse und der Einbeziehung von intrinsischen und extrinsischen Motivationsfaktoren stellt einen soliden Ansatz zur Vorhersage des Verhaltens von Jugendlichen gegenüber gefährlichen Internet-Challenges dar. Die Integration weiterer Theorien und Schlüsselfaktoren kann zusätzlich dazu beitragen, ein noch umfassenderes Bild des Verhaltens und der Vorhersagbarkeit abzubilden. Durch die Untersuchung der zuvor identifizierten Motivationsfaktoren lässt sich ein tiefgreifendes Verständnis der zugrunde liegenden Determinanten dieses Verhaltens erlangen. Besonders aufschlussreich ist dabei die Berücksichtigung von Normen und die Motivation zur Einhaltung dieser Normen. Auf der Grundlage dieser Faktoren und weiterer relevanter Prädiktoren lässt sich ein Modell erstellen, das die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme an solchen Challenges vorhersagt. Die Qualität der mit diesem Ansatz erzielbaren Vorhersagen ermöglicht die Entwicklung präventiver Maßnahmen zur Verhinderung oder Reduzierung gefährlichen Verhaltens.

Die Wiederholung von acht Motivationsfaktoren in zehn verschiedenen Studien könnte auf eine signifikante Tendenz hinweisen, die in zukünftigen Arbeiten genauer untersucht werden sollte.

## 10 Handlungsempfehlung

Die ExpertInnen in der Studie von Hilton et al. schlagen vor, gefährliche Herausforderungen durch weniger riskante oder lustige Herausforderungen zu ersetzen, die den gleichen Nervenkitzel bieten, jedoch eine Beaufsichtigung durch Dritte vorsehen (vgl. Hilton et al., 2021, S. 8). Villani et al. empfehlen Interventionen zur Reduzierung von Stress und riskantem Verhalten bei Jugendlichen, um ihre Teilnahme an der „Blue Whale Challenge“ zu verhindern (vgl. Villani, 2019, S. 686 ff.).

Basierend auf der Analyse der zehn Studien im Kontext der TPB können folgende Handlungsempfehlungen abgeleitet werden:

- **Bildungsprogramme** – Es könnte hilfreich sein, Bildungsprogramme zu entwickeln, die Jugendliche über die potenziellen Risiken von Onlineherausforderungen informieren. Diese Programme sollten darauf abzielen, die Einstellungen der Jugendlichen gegenüber diesen Herausforderungen zu verändern und ihnen zu helfen, dem sozialen Druck zu widerstehen.

- **Eltern und Erzieher** – Eltern und Erzieher könnten ermutigt werden, mit Jugendlichen über Onlineherausforderungen zu sprechen und sie zu ermutigen, kritisch über die Konsequenzen ihres Verhaltens nachzudenken.
- **Soziale Medienplattformen** – Soziale Medienplattformen könnten stärker in die Pflicht genommen werden, um gefährliche Herausforderungen zu identifizieren und zu entfernen. Sie sollten mit positiven Normen und Ressourcen die gesunde Entwicklung gerade der Jugendlichen fördern, die sich unter Druck gesetzt fühlen, an diesen Herausforderungen teilzunehmen.

Diese Empfehlungen basieren auf einer allgemeinen Anwendung der TPB. Weitere Untersuchungen zur Klärung spezifischer Aspekte des Verhaltens von Jugendlichen in Bezug auf Onlineherausforderungen sind erforderlich.

## Literaturverzeichnis

- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. In: Kuhl, J.; Beckmann, J. (Hrsg.): *Action control: From cognition to behavior*. Berlin, Heidelberg: Springer Verlag, S. 11–39. [http://dx.doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3\\_2](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2)
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50 (2), S. 179–211.
- Ajzen, I. (2006). *Behavioral interventions based on the theory of planned behavior*. <https://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.intervention.pdf> (06.09.2023).
- Ajzen, I. (2011). *The theory of planned behaviour: Reactions and reflections*. *Psychology & Health*, 26(9), S. 1113-1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Ajzen, I. (2012). *The theory of planned behavior*. In: Lange, P. A. M.; Kruglanski, A. W.; Kruglanski, T.; Higgins, E. (Hrsg.): *Handbook of theories of social psychology*, Band 1, London: SAGE, S. 438–459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215>
- Ajzen, I. (2019). *Icek Ajzen: The theory of planned behavior with background factors*. <https://people.umass.edu/aizen/tpb.background.html> (11.10.2023).
- Ajzen, I. (2020). *The theory of planned behavior: Frequently asked questions*. *Human Behavior and Emerging Technologies*; 2 (4) S. 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Ajzen I.; Fishbein M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs.
- Ajzen, I.; Fishbein, M. (2005). *The influence of attitudes on behavior*. In: Albarracín, D.; Johnson, B. T.; Zanna, M. P. (Hrsg.): *The handbook of attitudes*. Mahwah (New Jersey): Lawrence Erlbaum Associates Publishers, S. 173–221.
- Ajzen, I.; Schmidt, P. (2020). *Verhaltensänderung mit Hilfe der TPB*. In: Hagger, M. S.; Cameron, L. D.; Hamilton, K.; Hankonen, N.; Lintunen, T. (Hrsg.): *Das Handbuch der Verhaltensänderung*. Cambridge University Press, S. 17–31. <https://doi.org/10.1017/9781108677318.002>
- Arnold, C.; Klee, C. (2016). *Akzeptanzforschung*. In: Dies.: *Akzeptanz von Produktinnovationen*. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 9–20. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-11537-1\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-658-11537-1_3)

- Atherton, R. R. (2020). *The ‚Nutmeg Challenge‘: A dangerous social media trend*. In: Archives of Disease in Childhood, 106 (5), S. 517–518.  
<https://doi.org/10.1136/archdischild-2020-319407>
- Avery, A. H.; Rae, L.; Summitt, J. B.; Kahn, S. A. (2016). *The fire challenge*. In: Journal of Burn Care & Research, 37 (2), S. e161–e165.  
<https://doi.org/10.1097/bcr.0000000000000324>
- Bargh, J. A.; McKenna, K. Y. A.; Fitzsimons, G. M. (2002). *Can you see the real me? Activation and expression of the ‚true self‘ on the internet*. Journal of Social Issues, 58 (1), S. 33–48. <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00247>
- Beyens, I.; Frison, E.; Eggermont, S. (2016). *“I don’t want to miss a thing”: Adolescents’ fear of missing out and its relationship to adolescents’ social needs, Facebook use, and Facebook related stress*. Computers in Human Behavior, 64, S. 1–8.  
<https://www.doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Bridget, B. M.; Kuehn, M. S. J. (2018). *Simple models and Ice Bucket Challenge fuel progress in ALS treatment*. JAMA, 319 (6), S. 535–537.  
<https://doi.org/10.1001/jama.2017.20704>
- Brislin, R. W. (1970). *Back-translation for cross-cultural research*. Journal of Cross Cultural Psychology, 1 (3), S. 187–216.
- Brunstein, J. C. (2018). *Implizite und explizite Motive*. In: Heckhausen, J.; Heckhausen, H. (Hrsg.): Motivation und Handeln. Springer-Lehrbuch. Berlin, Heidelberg: Springer Verlag. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-53927-9\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-662-53927-9_9)
- Bucknell, C.; Bossen, R.; Kottasz, R. (2020). *Uses and gratifications sought by preadolescent and adolescent TikTok consumers*. Young Consumers, 21 (4), S. 463–478. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2020-1186>.
- Catalina, B.; López de Ayala, M.; García, A. (2014). *Los riesgos de los adolescentes en internet*. Revista Latina de Comunicación Social, 69, S. 462–485.  
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1020>
- Conner, M.; Sparks, P. (2015). *Theory of planned behaviour and the reasoned action approach*. University of Sussex. Chapter. <https://hdl.handle.net/10779/uos.23425988> (11.11.2023).
- Delfos, M. F. (2011). *Wie meinst du das? Gesprächsführung mit Jugendlichen*. 4. Auflage, Weinheim, Basel: Beltz Verlag.

- Deslandes, S. F.; Coutinho, T. E.; Ferreira, T. R.; Flach, R. M. (2020). *Online challenges among children and adolescents: Self-inflicted harm and social media strategies*. *Salud colectiva*, 16, S. e3264.
- Dolan, R.; Conduit, J.; Frethey-Bentham, C.; Fahy, J.; Goodman, S. (2019). *Social media engagement behavior: A framework for engaging customers through social media content*. *European Journal of Marketing*, 53 (10), S. 2213–2243.  
<https://doi.org/10.1108/EJM-03-2017-0182>
- Falgoust, G.; Winterlind, E.; Moon, P.; Parker, A.; Zinzow, H.; Madathil, K. C. (2022). *Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on TikTok*. *Human Factors in Healthcare*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100014>
- Fischer, P.; Jander, K.; Krueger, J. (2018). *Einstellungen und Verhalten*. Sozialpsychologie für Bachelor. Springer-Lehrbuch. 2. Auflage, Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-662-56739-5\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-662-56739-5_6)
- Fishbein, M.; Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. 2. Auflage, New York (NY): Bantam Doubleday Dell Publishing Group.
- Graf, D. (2007). *Die Theorie des geplanten Verhaltens*. In: Krüger, D.; Vogt, H. (Hrsg.): *Theorien in der biologiedidaktischen Forschung*. Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-540-68166-3\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-540-68166-3_4)
- Grant-Alfieri, A.; Schaechter, J.; Lipshultz, S. E. (2013). *Ingesting and aspirating dry cinnamon by children and adolescents: The „cinnamon challenge“*. *Pediatrics*, 131 (5), S. 833–835. <https://doi.org/10.1542/peds.2012-3418>
- Hilton, Z.; Brion-Meisels, G.; Graham, R. (2021). *Erforschung wirksamer Präventionserziehung als Antwort auf gefährliche Online-Challenges*, hrsg. durch Praesidio Safeguarding. [https:// praesidiosafeguarding.co.uk/safe-guarding/uploads/2021/11/968-German-2-compressed.pdf](https://praesidiosafeguarding.co.uk/safe-guarding/uploads/2021/11/968-German-2-compressed.pdf) (14.11.2023).
- Jacquier, D. (2019). *Desafíos virtuales: La tensión entre el riesgo y la socialización [Virtual challenges: The tension between risk and socialization]*. *Revista Sociedad*, 39, S. 188–205.

- Jost, M. (2014). „Echt krasse Mutprobe“ – *Jugendliches Risikoverhalten, Mutproben und Selbstüberschätzung*. Hamburg: Disserta Verlag.
- Juárez-Escribano, M. B. (2019). *La necesidad de clasificar los retos virales para establecer un sistema de prevención eficaz [The need to classify viral challenges to establish an effective prevention system]*. En *Aproximación periodística y educomunicativa al fenómeno de las redes sociales*, S. 1267–1280. McGraw-Hill Interamericana.
- Jugendstiftung Baden-Württemberg (2014). *Stärken – Kompetenzen – Qualifikationen: Das Praxisheft zur ressourcen- und lösungsorientierten Arbeit mit Jugendlichen*. 2. komplett aktualisierte und erweiterte Auflage. <https://www.jugendstiftung.de/wp-content/uploads/2019/03/Staerkenheft.pdf> (16.10.2023).
- Jugendschutz.net (2020). *Selbstgefährdung im Netz: Kinder und Jugendliche besser schützen*. Bericht 2020. [https://www.jugendschutz.net/fileadmin/daten/publikationen/lageberichte/bericht\\_2020\\_selbstgefaehrdung\\_im\\_netz.pdf](https://www.jugendschutz.net/fileadmin/daten/publikationen/lageberichte/bericht_2020_selbstgefaehrdung_im_netz.pdf) (14.11.2023).
- Kammler, T. (2013). *Anerkennung in der Peergroup*. In: *Anerkennung und Gewalt an Schulen*. Wiesbaden: Springer Verlag, S. 117–125. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-19053-2\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-531-19053-2_7)
- Katz, E. (1959). *Mass communication research and the study of culture*. *Studies in Public Communication*, 2 (1), S. 1–6.
- Katz, E.; Blumler, J. G.; Gurevitch, M. (1974). *Utilization of mass communication by the individual*. In: Blumler, J. G.; Katz, E. (Hrsg.): *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills: Sage Publications, S. 19–32.
- Khasawneh, A.; Chalil Madathil, K.; Dixon, E.; Wisniewski, P.; Zinzow, H.; Roth, R. (2019). *An investigation on the portrayal of blue whale challenge on YouTube and Twitter*. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 63 (1), S. 887–888. <https://doi.org/10.1177/1071181319631179>
- Khasawneh, A.; Chalil Madathil, K.; Zinzow, H.; Rosopa, P.; Natarajan, G.; Achuthan K.; Narasimhan, M. (2021). *Factors contributing to adolescents' and young adults' participation in web-based challenges: Survey study*. *JMIR Pediatr Parent* 4 (1), S. e24988. <https://doi.org/10.2196/24988>
- Le Breton, D. (2010). *Le goût de la syncope: les jeux d'étranglement*. *Adolescence*, 282, S. 379–391. <https://doi.org/10.3917/ado.072.0379>

- Luxton, D. D.; June, J. D.; Fairall, J. M. (2012). *Social media and suicide: A public health perspective*. American Journal of Public Health, 102 (S2), S. 195–200.  
<https://doi.org/10.2105/ajph.2011.300608>
- Maier, G. W.; Esch, F.-R.; Kirchgeorg, M. (2018). *Motiv Definition*. Gabler Wirtschaftslexikon. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/motiv-39694/version-263096> (12.11.2023).
- Maslow, A. H. (1943). *A theory of human motivation*. Psychological Review, 50, S. 370–396.
- McEachan, R.; Conner, M.; Taylor, N.; Lawton, R. (2011). *Prospective prediction of health-related behaviours with the theory of planned behaviour: A meta-analysis*. Health Psychology Review, 5 (2), S. 97–144. <https://doi.org/10.1080/17437199.2010.521684>
- McEachan, R.; Taylor, N.; Harrison, R.; Lawton, R.; Gardner, P.; Conner, M. (2016). *Meta-analysis of the reasoned action approach (RAA) to understanding health behaviors*. Annals of Behavioral Medicine, 50 (4), S. 592–612.
- Moher, D.; Liberati, A.; Tetzlaff, J.; Altman, D. G.; PRISMA Group (2009). *Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement*. PLoS medicine, 6 (7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- Montaño, D. E.; Kasprzyk, D. (2015). *Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model*. In: Glanz, K.; Rimer, B. K.; Viswanath, K. (Hrsg.): Health behavior: Theory, research, and practice. 5. Auflage, Hoboken, NJ, US: Jossey-Bass/Wiley, S. 95–124.
- MPFS – Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2020). *JIM-Studie 2020. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020\\_Web\\_final.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf) (15.06.2023).
- Omar, B.; Dequan, W. (2020). *Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage*. iJIM, 14(4), S. 121–137.
- Ortega-Barón, J.; Machimbarrena, J. M.; Montiel, I.; González-Cabrera, J. (2022). *Viral internet challenges scale in preadolescents: An exploratory study*. Current Psychology, 42, S. 12530–12540. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02692-6>
- Pan, Y.; Huang, Y.; Kim, H.; Zheng, X. (2023). *Factors influencing students' intention to adopt online interactive behaviors: Merging the theory of planned behavior with*

*cognitive and motivational factors*. The Asia-Pacific Education Researcher, 32, S. 27–36. <https://doi.org/10.1007/s40299-021-00629-y>

Prechtel, M. (2016). *Substanzbezogene Mutproben: Befunde zum Risikoverhalten von Jugendlichen und Interpretation der Kontexte aus chemischer und biologischer Sicht*. 2. Fassung, Weingarten: PH-Weingarten. [https://www.chemie.tu-darmstadt.de/media/prechtel\\_2/sonstiges\\_3/online\\_publication\\_prechtel\\_youtube\\_challenge\\_2016.pdf](https://www.chemie.tu-darmstadt.de/media/prechtel_2/sonstiges_3/online_publication_prechtel_youtube_challenge_2016.pdf) (14.11.2023.).

Puente, H.; Sequeiros, C. (2019). *Goffman y los videojuegos*. Revista Española de Sociología, 28, S. 289–230.

Raithel, J. (2011). *Die Bedeutung von Risikoverhalten im jugendlichen Entwicklungsprozess*. pro jugend, 4, S. 4–7.

Rheinberg, F.; Vollmeyer, R. (2019). *Motivation: Grundriss der Psychologie*. 9., erweiterte und überarbeitete Auflage, Stuttgart: Kohlhammer Verlag.

Rossolatos, G. (2015). *The Ice-Bucket Challenge: The legitimacy of the memetic mode of cultural reproduction is the message*. Signs and Society, 3 (1), S. 132–152.

Roth, R.; Ajithkumar, P.; Natarajan, G.; Achuthan, K.; Moon, P.; Zinzow, H.; Chalil Madathil, K. (2021). *A study of adolescents' and young adults' TikTok challenge participation in South India*. Human Factors in Healthcare, 1. <https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100005>

Ruggiero, T. (2000). *Uses and gratifications theory in the 21st Century*. Mass Communication and Society, 3 (1), S. 3–37.

Rump, M. (2022). *Tödliche Würge-Mutprobe: Eltern verklagen TikTok*. Deutschland sicher im Netz (DSiN). <https://difü.de/news/kommunikation/toedliche-wuerge-mutprobe-eltern-verklagen-tiktok/> (20.06.2023).

Rusch, S. (2019). *Stressmanagement*. 2. Auflage. Ein Arbeitsbuch für die Aus-, Fort- und Weiterbildung. Berlin, Heidelberg: Springer Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-59436-0>

Sargeant, J.; Harcourt, D. (2012). *Doing ethical research with children*. Open University Press.

Scherr, S.; Wang, K. (2021). *Explaining the success of social media with gratification niches: Motivations behind daytime, nighttime, and active use of TikTok in China*.

Computers in Human Behavior, 124, 106893.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106893>

Schlaile, M. P.; Knausberg, T.; Mueller, M.; Zeman, J. (2018). *Viral ice buckets: A memetic perspective on the ALS Ice Bucket Challenge's diffusion*. Cognitive Systems Research, 52, S. 947–969. <https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2018.09.012>

Shao, G. (2009). *Understanding the appeal of user-generated media: A uses and gratification perspective*. Internet Research, 19 (1), S. 7–25.  
<https://doi.org/10.1108/10662240910927795>

Sheeran, P.; Webb, T. L. (2016). *The intention-behavior gap*. Social and Personality Psychology Compass, 10 (9), S. 503–518.

Shroff, N.; Shreyass, G.; Gupta, D. (2020). *Virale Internet-Herausforderungen: Eine Studie zu den Motivationen hinter der Teilnahme von Social-Media-Nutzern*. In: Senjyu, T.; Mahalle, P. N.; Perumal, T.; Joshi, A. (Hrsg.): Information and Communication Technology for Intelligent Systems. ICTIS 2020, Band 2, Singapur: Springer.  
[https://doi.org/10.1007/978-981-15-7062-9\\_30](https://doi.org/10.1007/978-981-15-7062-9_30)

Silva, L.; Mondal, M.; Correa, D.; Benevenuto, F.; Weber, I. (2016). *Analyzing the targets of hate in online social media*. In: Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 10 (1), S. 687–690.

Stalder, F. (2017). *Kultur der Digitalität*. 2. Auflage, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

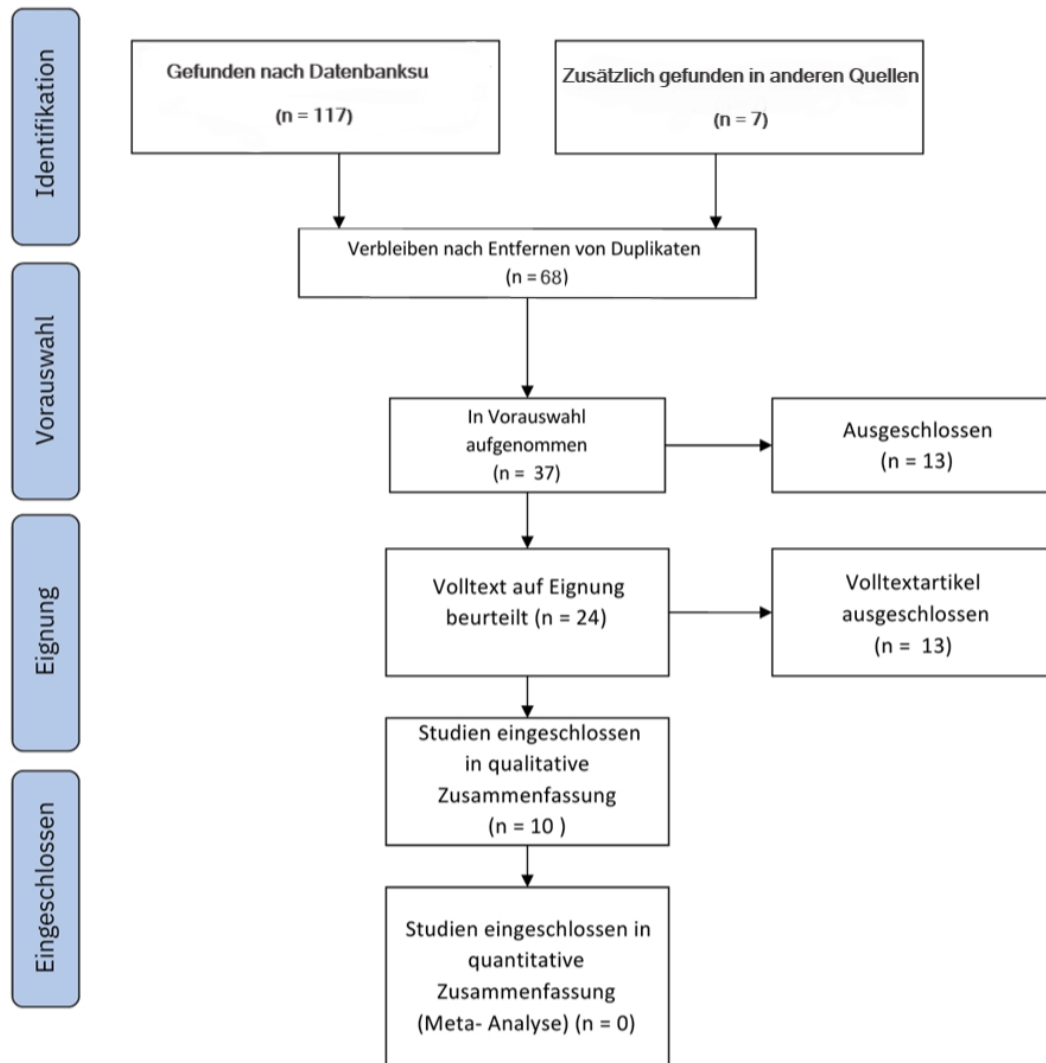
Villani, D.; Florio, E.; Sorgente, A.; Castelli, I.; Riva, G.; Marchetti, A.; Massaro, D. (2019). *Adolescents' beliefs about peers' engagement in an online self-harm challenge: Exploring the role of individual characteristics through a latent class analysis*. Cyberpsychology, Behavior and Social Networking, 22 (11), S. 684–691.

Walden, T. (2022). *Theorieansätze und Hypothesen in der Medienpädagogik: Das Eskapismus-Konzept*. In: Sander, U.; von Gross, F.; Hugger, K. U. (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: Springer Verlag, S. 315–329.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9\\_40](https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9_40)

Zander, S.; Heidig, S. (2019). *Motivationsdesign bei der Konzeption multimedialer Lernumgebungen*. In: Niegemann, H.; Weinberger, A. (Hrsg.): Lernen mit Bildungstechnologien. Berlin, Heidelberg: Springer Verlag, S. 1–23.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-662-54373-3\\_37-1](https://doi.org/10.1007/978-3-662-54373-3_37-1)

# Anhang

## Studienwahldokumentation PRISMA-Flussdiagramm



# Ausgewählten Vergleichsstudien

Ausgewählte Vergleichsstudien mit Motivationsfaktoren (eigene Darstellung)

Autor Jahr Seite	Titel	Design	Motivationsfaktoren
(vgl. Villani et al., 2019, S. 687 ff.)	<i>Adolescents' Beliefs About Peers' Engagement in an Online Self-Harm Challenge: Exploring the Role of Individual Characteristics Through a Latent Class Analysis</i>	Quantitative Studie	1 Zwang durch die Rekrutierer (physisch oder mental) <b>2 Zugehörigkeit</b> 3 Fähigkeit der Rekrutierer <b>4 Stress</b> 5 riskantes Verhalten
(vgl. Shroff et al., 2021, S. 308 ff.)	<i>Viral Internet Challenges: A Study on the Motivations Behind Social Media User Participation</i>	Literaturüberblick (review of literature)	<b>6 Zugehörigkeit</b> 7 Fehlende unmittelbare Belohnungen 8 Darstellungsfähigkeit persönlicher Stärken 9 Assoziation mit Influencern 10 Geschlechtsidentität
(vgl. Falgoust et al., 2022, S. 6-10)	<i>Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on TikTok</i>	Qualitative Studie	<b>11 Unterhaltung</b> 12 Bequemlichkeit 13 Sozialisierung 14 Soziale Unterstützung 15 Informationsaustausch <b>16 Flucht</b> <b>17 Anerkennung</b> 18 Viralität und <b>Ruhm</b> <b>19 Selbstdarstellung</b> 20 Erhaltung von Erinnerungen an Zeit oder Ort 21 Repräsentation
(vgl. Khasawneh et al., 2021, e24288)	<i>Factors Contributing to Adolescents' and Young Adults' Participation in Web-Based Challenges: Survey Study</i>	Quantitative Studie	22 Instrumentelle Einstellung 23 Injunktive Norm 24 Deskriptive Norm 25 Interaktion zwischen injunktiver Norm und Motivation zur Einhaltung
(vgl. Bucknell et al., 2020, S. 370 ff.)	<i>Online challenges among children and adolescents: Self-inflicted harm and social media strategies</i> <i>Desafíos en línea con niñas, niños y adolescentes: violencia autoinfligida y estrategia mediática</i>	Qualitative Studie	26 <b>Unterhaltung</b> und Affekt <b>27 Flucht</b> 28 Kognitive Bedürfnisse 29 Überwachung anderer 30 Beziehungsaufbau <b>31 Selbstdarstellung</b> 32 Soziale <b>Anerkennung</b> und <b>Ruhm</b> 33 Identitätserstellung 34 Lob

<b>Autor Jahr Seite</b>	<b>Titel</b>	<b>Design</b>	<b>Motivationsfaktoren</b>
(vgl. Deslandes et al., 2020, S. 3 ff.)	<i>Online challenges among children and adolescents: Self-inflicted harm and social media strategies</i>	qualitative Studie Diskurs-analyse	<b>35 Zugehörigkeit</b> <b>36 Anerkennung</b> 37 Audienzadhärenz 38 Risiko und Gewalt 39 Körperopfer
(vgl. Hilton et al., 2021, S. 6 ff.)	<i>Erforschung wirksamer Präventionserziehung als Antwort auf gefährliche Online-Challenges.</i>	Qualitative Studie	40 Spannung/Sensation 41 Neugierde <b>42 Anerkennung</b> 43 Stärkung von Freundschaften 44 Steigerung ihrer Popularität 45 Beeindrucken anderer 46 Zugänglichkeit
(vgl. Jacquier, 2019, S. 2011 ff.)	<i>Desafíos virtuales: la tensión entre el riesgo y la socialización</i>	Mixed-Methods-Forschung	47 Informationsbeschaffung <b>48 Unterhaltung</b> 49 Kommunikation <b>50 Soziale Bindung</b> 51 Integration von Online- und Offlinewelt 52 Erweiterung des sozialen Raums 53 Alltägliche Organisation
(vgl. Ortega-Barón et al., 2022, S.12534 ff.)	<i>Viral internet challenges scale in preadolescents</i>	Psychometrische Studie	54 Herausforderungszufriedenheit 55 Soziale Motivation 56 FoMO 57 Online-Idealprojektion (Darstellung eines idealisierten Selbstbildes) 58 Nomophobie 59 Online-emotionale Aufmerksamkeit
(vgl. Roth et al., 2021, S. 4 ff.)	<i>A study of adolescents' and young adults' TikTok challenge participation in South India</i>	Qualitative Forschungsstudie	60 Einstellungen 61 Normen 62 Persönliche Handlungsfähigkeit 63 Wissen und Fähigkeiten 64 Umweltbeschränkungen 65 Gewohnheiten 66 Individuelle Unterschiede

## Kategorisierte Motivationsfaktoren

Kategorisierte Motivationsfaktoren gemäß der Theorie des geplanten Verhaltens (eigene Darstellung)

Motivationsfaktoren	Einstellung gegenüber dem Verhalten	Subjektive Norm	Wahrgenommene Verhaltenskontrolle
Kognitive Bedürfnisse		✓	
Selbstdarstellung		✓	
Ruhm und soziale Anerkennung	✓	✓	
Überwachung anderer		✓	
Aufbau von Beziehungen			✓
Alter und Produktion			✓
Regionale Unterschiede	✓		
Risikoverhalten		✓	
Soziale Erwartungen		✓	
Zugehörigkeit			✓
Audienzzadhärenz	✓		
Attraktivität der Herausforderungen	✓		
Einfluss von Gleichaltrigen	✓		
Kontrolle über die Teilnahme	✓		
Informationsbeschaffung	✓		
Unterhaltung		✓	
Kommunikation		✓	
Soziale Bindung			✓

Motivationsfaktoren	Einstellung gegenüber dem Verhalten	Subjektive Norm	Wahrgenommene Verhaltenskontrolle
Integration online und offline Welt			✓
Erweiterung des sozialen Raums	✓		✓
Alltägliche Organisation		✓	
Soziale Einflüsse		✓	
Selbstwahrnehmung und idealisierte Selbstdarstellung		✓	
Soziale Motivationsfaktoren	✓		
Emotionale Kontrolle			✓
Teilnahme an Online-herausforderung	✓		
Bewältigung der Herausforderung			✓