

Essentials der Studie

1 Digitale Kommunikation und Nachrichten nehmen in Krisenzeiten in der Bevölkerung einen sehr hohen Stellenwert ein; ● gerade während der Pandemie war und ist eine starke Nachfrage an digitalen Medieninhalten zu verzeichnen - noch nie wurden mehr digitale Endgeräte parallel genutzt als heute. Allerdings treten verstärkt emotionale Erschöpfungseffekte durch digitale Medien zutage, weshalb ihre Nutzung von hoher Ambivalenz geprägt ist.

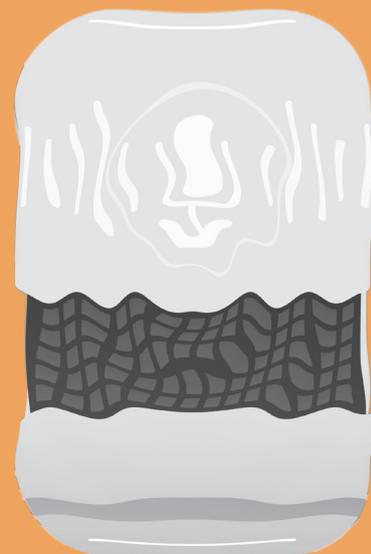
2 Das „Online-Sein“ wird von der Mehrheit der Deutschen in Krisen- und Kriegszeiten als große Belastung empfunden. Es gibt dabei einen empirisch belegbaren Zusammenhang von digitaler Medienutzung und psychischem Wohlbefinden – dieser steht offenbar in einem Verhältnis wechselseitiger direkter Beeinflussung. Die meisten Menschen unter 50 sagen, dass sie ihr Smartphone „zu viel“ oder „deutlich zu viel“ zu nutzen, auch viele Jüngere zählen mit mehr als sieben Stunden zu den Heavy Usern.

3 ● Angesichts des permanenten Nachrichtenstroms wenden sich viele Menschen in Deutschland von den digitalen Medien ab, weil sie von ihrer Mediennutzung erschöpft sind, sich ausgebrannt fühlen - besonders Jüngere fühlen sich überfordert, schlapp und leer. Diagnosen lauten hier: „News Burnout“, „News Avoidance“ und „News Fatigue“.



4 ● Als Ursache für den diagnostizierten „digitalen Burnout“ lassen sich unter anderem das generell rückläufige Vertrauen in digitale Medien, die Macht- und Hilflosigkeit der Bundesbürger:innen gegenüber dem globalen Krisengeschehen sowie das gestiegene Unwohlsein durch die Omnipräsenz von Social Media im beruflichen und privaten Alltag festmachen.

5 ● Viele populäre digitale Medienangebote – vor allem diffuse Quellen in sozialen Netzwerken und Messenger-Diensten – lösen den Anspruch der faktenbasierten und sachorientierten Informiertheit nicht ausreichend ein, geschweige denn, dass sie den Menschen dabei helfen, mit der Krisensituation besser zurechtzukommen oder diese zu bewältigen. Viele Menschen wünschen sich deshalb, dass in sozialen Netzwerken netter und sachlicher miteinander diskutiert wird.



6 ● Vor allem soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram, Twitter, TikTok und weitere Angebote verstärken digitale Abhängigkeiten und können sogar ein psychisches Suchtverhalten hervorrufen - der digitale Dauer-Krisenmodus hat diese Fehlentwicklungen massiv verschärft. Der Großteil der Deutschen unter 50 würde daher gerne weniger Zeit mit Social Media verbringen, um sich besser zu fühlen.

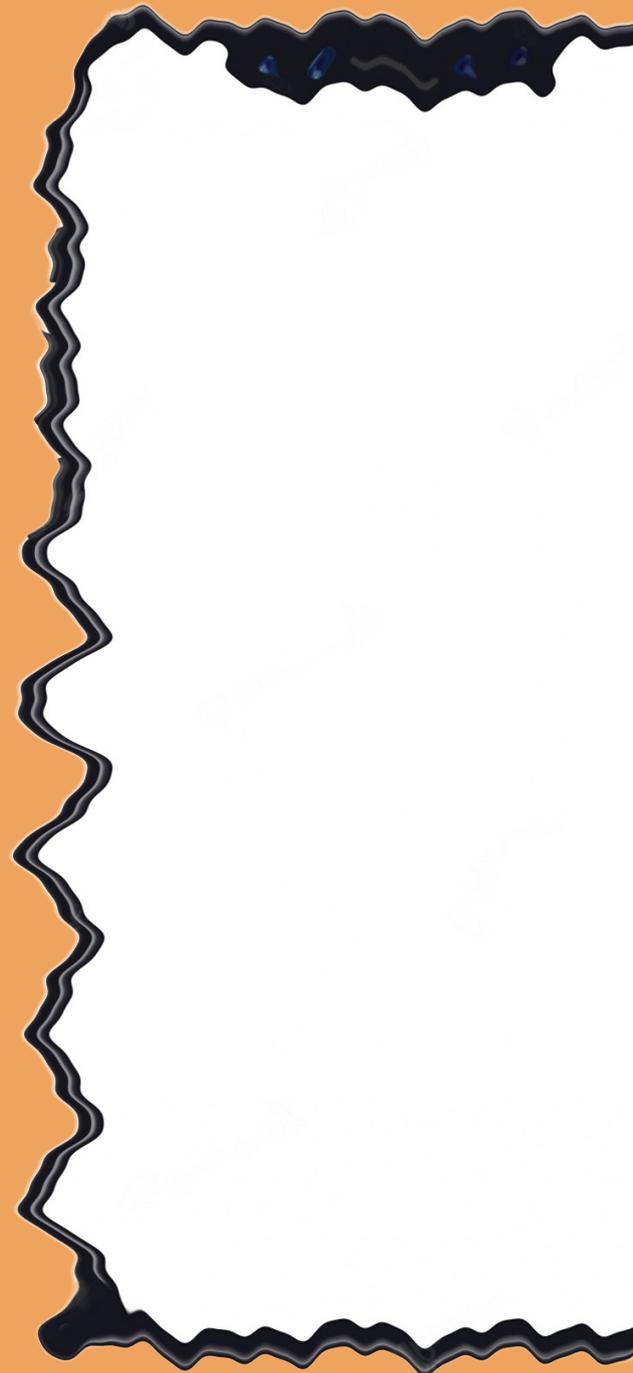
7 ● Zum gesundheitlich-mentalenen Selbstschutz reagiert die Mehrheit der Bundesbürger:innen mit einem Bündel aus individuellen, teils sehr kreativen Maßnahmen zum Umgang mit digitalen Erschöpfungssymptomen und Belastungsstörungen, die der Steigerung ihrer Resilienz im Digitalen zuträglich sind – von der Social-Media-Diät über den digitalen Entzug („Digital Detox“) bis hin zu ausgleichenden Freizeitaktivitäten in der Natur oder sportliche Betätigung.

8 ● Die Studienergebnisse implizieren, dass viele Menschen von professionellen Angeboten erwarten, dass sich diese den Mechanismen der weitverbreiteten Empörungs- und Eskalationslogik entziehen – auch und gerade mit einem selbstkritischen Blick auf die gesundheitlichen Aspekte im Umgang mit der Digitalisierung. Auch verlangt das Publikum nach einem entschiedeneren Vorgehen gegen Desinformation („Fake News“) seitens Politik und Medien.



9. In kurz aufeinander folgenden Krisen gilt es umso mehr, journalistische Medien nachhaltig zu verbessern, ihren qualitativen Mehrwert herauszustellen und sich dezidiert von anderen – möglicherweise toxischen – Inhalten selbstbewusst abzugrenzen. Zwar wünschen sich die Deutschen von professionellen Online-Angeboten eine lösungsorientierte Berichterstattung über Missstände, sie wollen jedoch keinesfalls „an die Hand genommen“ werden. Dies gilt insbesondere für gesundheitsbezogene Informationen im unmittelbaren Lebensumfeld, etwa in Bezug auf Fragen der Prävention, Achtsamkeit und Gesundheitsförderung.

10. Digitale Mediennutzung in Krisenzeiten ruft Handlungsbedarf in Bezug auf die individuelle Widerstandskraft hervor. Auch wenn sich die deutliche Mehrheit der Nutzenden selbst in der Verantwortung sieht, etwas gegen das durch digitale Medien hervorgerufene Unwohlsein zu tun, kann digitale Resilienz als neue Metakompetenz gesellschaftlich nur verankert werden, wenn Medien und handelnde Politik zu ihrer systematischen Förderung und Verstärkung beitragen.





**Dialog fördern
Krisen bewältigen
Gemeinwohl stärken**

kontakt@digitale-resilienz.org

www.digitale-resilienz.org

Herausgegeben im Dezember 2022 vom
VOCER Institut für Digitale Resilienz
c/o Verein für Medien- und Journalismuskritik e.V.
Postfach 201454
20204 Hamburg
Vereinsregister: Amtsgericht Hamburg VR 20584
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE304756572
Vertreten durch den Sprecher des Vereinsvorstands: Dr. Stephan Weichert