

Wie resilient sind wir im Netz?

Abschlussbericht zur
Grundlagenstudie
„Digitale Resilienz in der
Mediennutzung“

Wie resilient sind wir im Netz?

Abschlussbericht zur Grundlagenstudie
„Digitale Resilienz in der Mediennutzung“

Dr. Leif Kramp
ZeMKI, Universität Bremen

Dr. Stephan Weichert
VOCER Institut für Digitale Resilienz



Inhalt

Einleitung: Was wir unbedingt über Resilienz im Digitalen wissen sollten.....	4
10 Essentials der Studie	7
Ein Blick in die Daten	11
Omnipräsenz digitaler Mediennutzung.....	12
Wertschätzung und Motive digitaler Mediennutzung	13
Selbsteinschätzung der Social-Media-Nutzung	14
Haltung und Einflüsse bei der Social-Media-Nutzung	15
Psychisches Wohlbefinden bei der digitalen Mediennutzung.....	16
Handlungsbedarf aus Sicht der Mediennutzer:innen.....	17
Gesundheitsbezogene Aspekte digitaler Mediennutzung	18
10 Risiken und Herausforderungen digitaler Mediennutzung: Auftrag an Gesellschaft, Medienpraxis und Medienregulierung	19
Der individuelle Umgang mit kollektiven Herausforderungen	22
Paul (22)	23
Kerstin (31)	24
Anne (45)	25
Harald (54).....	26
Agnes (74).....	27
Digitale Entrümpelung: 10 Resilienz-Tipps zum individuellen Stressabbau.....	28
Fazit: Resilienz in der digitalen Gesellschaft.....	32
10 Handlungsempfehlungen: Digitale Resilienz als soziale Metakompetenz	33
Die Autoren.....	36
Impressum.....	37

Einleitung

Was wir unbedingt über **Resilienz** im Digitalen wissen sollten

„Es könnte ein Modell für die Gesellschaft der Zukunft werden, dass sie resilienter wird. Resilienter werden heißt widerstandsfähiger werden. [...] Dahinter steckt die Erwartung oder Einsicht, dass bestimmte negative Ereignisse drohen, die man vermeiden will. Es geht nicht mehr um Steigerung des bisherigen Verhaltens, sondern um den Schutz vor Beschädigung, auch um die Einsicht in die eigene Verletzlichkeit.“

– der Soziologe Andreas Reckwitz im Interview mit dem Berliner Tagesspiegel, Dezember 2022

Krieg in der Ukraine, Energiekrise und Inflation, der dritte Corona-Winter und die drohende Rezession – viele Menschen sind unsicher und orientierungslos, sie treibt vor allem eine Sorge um: Wie gehen wir mit der Krise um, mit *den* Krisen? Wie können wir trotz Krisen hoffnungsfroh, zuversichtlich und robust bleiben. Und vor allem: Wie können wir stark bleiben, körperlich und seelisch?

Digitale Kommunikation und Nachrichten nehmen seit vielen Jahren besonders in Krisenzeiten einen immer höheren Stellenwert in der Bevölkerung ein – auch die Pandemie hat die Nachfrage nach digitalen Medieninhalten noch einmal massiv verstärkt. Smartphone & Co. machen uns ständig erreichbar – auch für belastende Krisen-News: Nahezu pausenlos werden Nutzende sozialer Medien und Nachrichten-Apps mit Hiobsbotschaften und den Einlassungen anderer Nutzer:innen dazu konfrontiert.

Als Medien- und Kommunikationswissenschaftler interessieren uns seit Beginn der Pandemie im Frühjahr 2020 die Besonderheiten und Fallstricke der digitalen *Mediennutzung* in Krisenzeiten. In unserer breit angelegten Studie zur „Digitalen Resilienz in der Mediennutzung“ haben wir – in Kooperation mit dem Wort & Bild Verlag – untersucht, wie sich die digitale Mediennutzung auf das psychische Wohlbefinden der Deutschen auswirkt und wie sie sich vor einer digitalen Total-Überlastung konkret schüt-

zen und sich eine dahingehende Robustheit und Souveränität bewahren können.

Denn die Kehrseite der gestiegenen digitalen Mediennachfrage in Krisen ist: Der digitale Konsum verursacht bei vielen Menschen „alarmierende Symptome eines psychischen Unwohlseins“ – so eines der zentralen Studienergebnisse. Viele Nutzende sind erschöpft, wenden sich gar von digitalen Medien ab. Die Hälfte der von uns befragten unter 30-Jährigen fühlt sich gestresst aufgrund ständiger Erreichbarkeit. Ein Viertel der Befragten unter 30 beklagt psychische Probleme.

Digitale Resilienz kann hier entgegenwirken – also die Stärkung der individuellen und der strukturellen Widerstandskraft im Digitalen unter den Widrigkeiten der aktuellen weltpolitischen und innergesellschaftlichen Lagen. Es geht uns in diesem Studienbericht darum, die Belastungsgrenzen im Hinblick auf die gestiegene Digitalnutzung auszuloten und die Resilienz für Nutzende selbst, aber auch für Medien und Gesellschaft insgesamt zu diskutieren. Eine Kalamität zeigt sich vor allem darin, dass viele Menschen in unübersichtlichen Zeiten gut informiert werden wollen (und müssen) – *Wie läuft es denn jetzt weiter mit der Pandemie, dem Krieg in der Ukraine, der Energiekrise?* –, ihnen aber angesichts der Flut an negativen Nachrichten eine chronische mentale Überlastung droht.

Aus der „Negativitätsspirale“ herausfinden

Die Medien haben wiederum die Pflicht, die Bevölkerung kontinuierlich über die Nachrichtenlage informiert zu halten und das Krisengeschehen umfassend abzubilden, indes ihr Publikum nicht zu überlasten, so dass es sich letztlich „nachrichtenumüde“ abwendet. Wenn Menschen nicht nur in Deutschland, sondern auch in anderen Ländern weltweit ihren Nachrichtenkonsum in den vergangenen Monaten einschränken, weil sie eine „News Fatigue“ verspüren oder gar einen sich abzeichnenden „News Burnout“ erleiden, also eine totale Erschöpfung als Folge von zu intensivem Nachrichtenkonsum, dann sollten nicht nur bei Journalist:innen die Alarmglocken läuten. Der unerbittlich fließende Nachrichtenstrom in den digitalen Medien ist nicht nur für Publika und Medienschaffende, sondern auch für Politik und Zivilgesellschaft ein schwieriges Dilemma.

Bei andauerndem Stress, Frustration, Überlastung und auch dem Suchtverhalten in der bzw. durch digitale Mediennutzung setzt unser empirisch-theoretisches Konzept der Resilienz an, das wir für die wissenschaftliche Durchdringung und Analyse der sozialen Folgen der Digitalisierung adaptiert haben.

Mentale Robustheit nimmt ab

Im permanenten Ausnahmezustand, wenn wir von einer Krise in die nächste geraten, fügt sich beides – Resilienz und Digitalität – zusam-

men. Uns ist daran gelegen, eine individuelle wie auch gesellschaftliche digitale Resilienz zu entwickeln und zu fördern, also eine innere Widerstandskraft, die Menschen helfen kann, aus der „Negativitätsspirale“ herauszufinden und stärker in eine Gestaltungsrolle zu schlüpfen. Ziel unserer Studie „Digitale Resilienz in der Mediennutzung“ ist es daher zu ergründen, wie professionelle Medien und ihr Publikum dem Strudel des belastenden Medienkonsums entkommen können.

Auf Basis des quantitativen Teils der vorliegenden Grundlagenstudie, einer Forsa-Repräsentativbefragung in deutschen Haushalten, können wir belegen, dass viele Menschen in Deutschland aufgrund der aktuellen Informations- und Nachrichtenlage gestresst, unruhig und erschöpft sind. Viele sind überfordert, weil das Krisengeschehen in den Medien kein Ende zu nehmen scheint, sich die Negativschlagzeilen überschlagen und sie gleichzeitig das Gefühl haben, daran nichts ändern zu können. Die mentale Robustheit nimmt ab, zugleich steigt das Risiko eines emotionalen Erschöpfungszustandes, der dazu führen kann, dass Menschen keine Nachrichten mehr hören, lesen oder sehen wollen.

Aus der Repräsentativbefragung wissen wir, dass der Bedarf bzw. der Wunsch in der Bevölkerung sehr hoch ist, etwas gegen Desinformation und Hass im Netz zu unternehmen – aber was genau, das bleibt schemenhaft. Wissentlich sind offenbar bisher sehr wenige Menschen „Fake News“ auf den Leim gegangen. Das eigentliche Problem scheint vielmehr zu sein, dass in der Bevölkerung der Eindruck entstehen könnte, dass sich Falschinformationen über alle Medien hinweg verbreiten –



und zwar je häufiger der Begriff öffentlich diskutiert wird. Der unschöne Nebeneffekt: Die Menschen reduzieren ihren Konsum nicht nur bei Facebook, TikTok & Co., sondern sie schränken ihre Nutzung über alle Medien hinweg ein, auch weil selbst professionelle Medienangebote unter „Fake News“-Verdacht stehen. Das, was eigentlich erreicht werden soll – Sensibilisierung und Aufklärung –, bewirkt in bestimmten Bevölkerungsteilen das genaue Gegenteil.

Mit professionellen Medien abgeschlossen?

Im qualitativen Befragungsteil der Studie zeigt sich wiederum: Die individuellen und psychischen Beschwerden in der Bevölkerung aufgrund ihrer digitalen Mediennutzung sind zum Teil schwerwiegend und vielfältig: Manche entwickeln eine große Skepsis gegenüber allem, was Medien berichten, einige beklagen depressive Verstimmungen. Es steht zu vermuten, dass die Vermeidungshaltung gegenüber digitalen Nachrichten nicht nur vorübergehend im Zuge von Corona-Pandemie und Ukraine-Krieg auftritt, sondern permanent ist oder sich eher noch verstärkt – auch weil das weltpolitische Krisengeschehen kein Ende zu nehmen scheint. Das ist beunruhigend und herausfordernd zugleich, aber es gibt bei allen emotionalen Störungsbildern auch gute Nachrichten: Menschen, mit denen wir persönlich gesprochen haben, wenden trickreiche Coping-Strategien an, um sich selbst und ihre Angehörigen vor digitaler Medienüberlastung zu schützen.

Erschwerend hinzu kommt allerdings, dass der grassierende Hass im Netz dazu führt, dass sich viele Menschen (vermutlich zunehmend) komplett aus Debatten in Social Media raushalten, nicht nur weil sie es schlicht nicht mehr ertragen können, sondern weil sie erkennen (und dies uns gegenüber artikulieren), dass die dortige Debattenkultur zur sozialen Spaltung beiträgt. Das ist etwas, was in der Bevölkerung breit reflektiert wird – von der Taxifahrerin über die Rentnerin bis

zur Pflegekraft. Jedoch kann dies potenziell auch dazu führen, dass der digitale Hass auch letztlich zum Glaubwürdigkeitsverlust des Journalismus beiträgt – und zwar unabhängig davon, wie stark sich Redaktionen um Aufklärungsarbeit oder Fact-Checking bemühen. Es bleibt daher eine der größten Herausforderung in länger anhaltenden Krisen, welchen Umgang die Medien mit der Niedergeschlagenheit des Publikums finden, um das drohende Schwinden des Urvertrauens in sie zu stoppen.

Alarmierend klingt ein weiterer Befund: Manche Menschen scheinen mit professionellen Medien abgeschlossen zu haben – obwohl sie Journalismus generell eine hohe Bedeutsamkeit zuschreiben.

Für dieses scheinbare Paradoxon haben wir folgende Erklärung: Das Vertrauen in die Medien, vor allem in die öffentlich-rechtlichen Sender, Qualitätszeitungen und andere Medienmarken, ist zwar nach wie vor relativ hoch. Allerdings führt der aufgeregte Krisenmodus dazu, dass viele Mediennutzende verzweifeln, sich ohnmächtig fühlen, weil sie nicht wissen, wie sie mit dem Krisenfokus in der Berichterstattung und der allgegenwärtigen Live-Ticker-Logik umgehen sollen – und sie haben es sich aus Selbstschutz angewöhnt, Nachrichten teils weitgehend zu ignorieren.

Die psychischen Belastungsgrenzen sind stets individuell, ebenso die sich daraus ableitenden Empfehlungen zur Steigerung der Widerstandskraft im Digitalen. Zwar können weder Medien noch Nutzende das Weltgeschehen unmittelbar beeinflussen, aber ein „verantwortungsvoller Journalismus“ (Georg Mascolo) kann im Rahmen seines Informationsauftrags dazu beitragen, dass seine Nutzer die Krisenlage umfassender einordnen und im Idealfall auch verarbeiten können.

*Leif Kramp und Stephan Weichert
im Dezember 2022*



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.

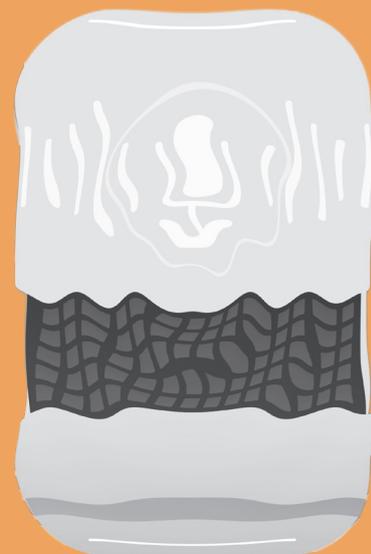
2 ● Das „Online-Sein“ wird von der Mehrheit der Deutschen in Krisen- und Kriegszeiten als große Belastung empfunden. Es gibt dabei einen empirisch belegbaren Zusammenhang von digitaler Medienutzung und psychischem Wohlbefinden – dieser steht offenbar in einem Verhältnis wechselseitiger direkter Beeinflussung. 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.

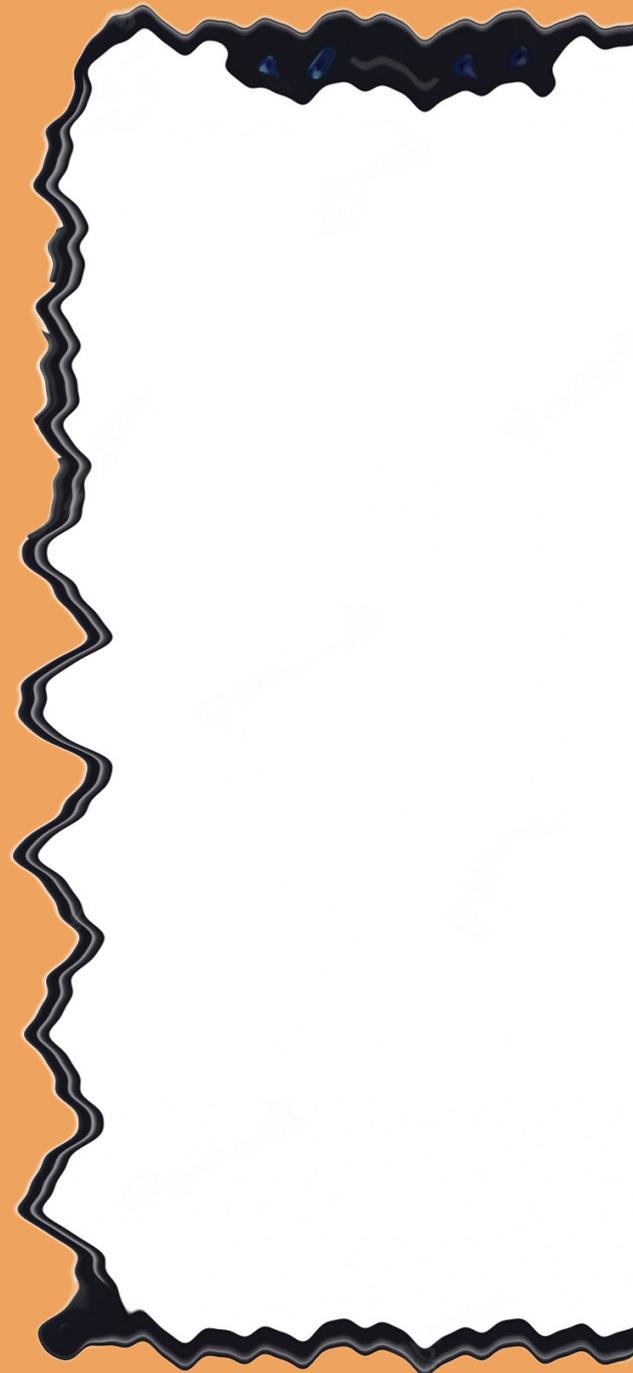
7 ● Zum gesundheitlich-mentalenen Selbstschutz reagiert die Mehrheit der Bundesbürger:innen mit einem Bündel aus individuellen, teils sehr kreativen Maßnahmen zum Umgang mit digitalen Erschöpfungssymptomen und Belastungsstörungen, die der Steigerung ihrer Resilienz im Digitalen zuträglich sind – von 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.



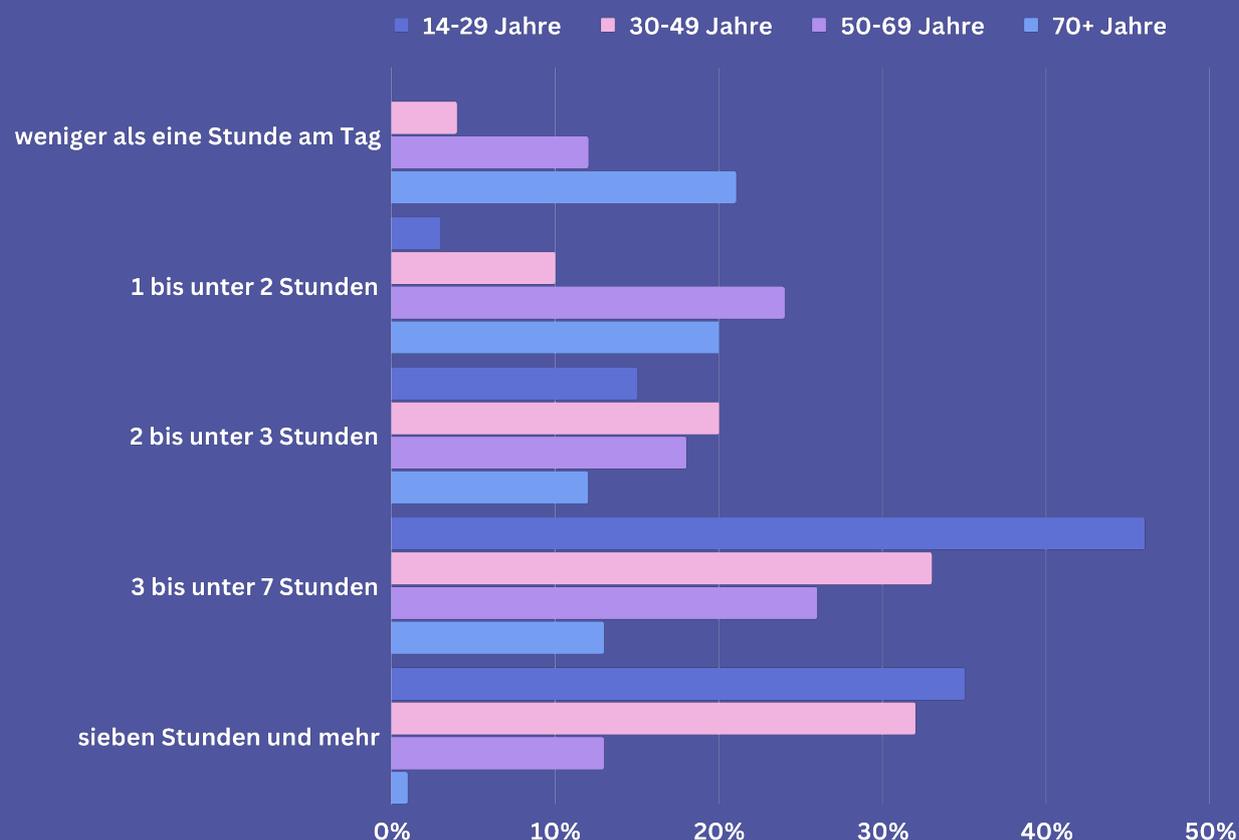
Ein Blick in die Daten

Für die Grundlagenstudie „Digitale Resilienz in der Mediennutzung“ wurde das Meinungsforschungsinstitut forsa beauftragt, im Zeitraum 25. Oktober bis 15. November 2021 eine Repräsentativbefragung durchzuführen, die Einblicke gibt in Wahrnehmung, Motive und Implikationen rund um das Nutzungsverhalten unterschiedlicher digitaler Medienangebote gibt. Als Erhebungsmethode wurde eine computergestützte Telefonbefragung anhand eines strukturierten Fragebogens gewählt, an der 1.001 deutschsprachige Personen ab 14 Jahre in Privathaushalten teilnahmen, davon 935 Internetnutzer:innen, auf die sich die nachfolgenden Ergebnisse beziehen.

Die Befragung wurde als Ad Hoc-Studie mit Hilfe von computergestützten Telefoninterviews (CATI) durchgeführt werden. Bei dem computergestützten Erhebungsverfahren wurde der gesamte Ablauf der Umfrage programmgesteuert von zentralen Telefonstudios aus abgewickelt und kontrolliert. Die CATI-Interviews wurden mit einem Sample aus Festnetz- und Mobilnummern durchgeführt. Die Auswahl der Zielpersonen erfolgt

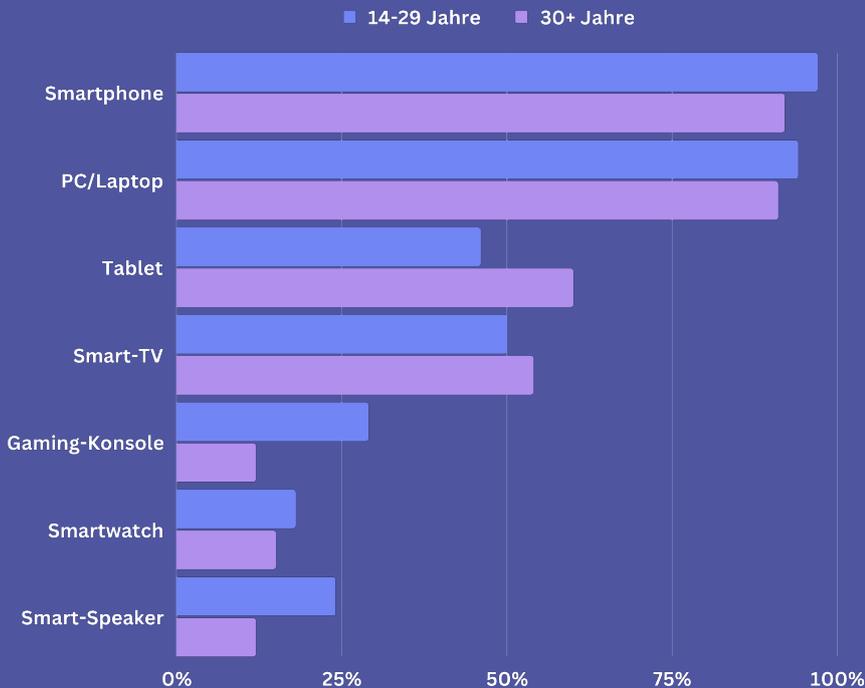
durch eine mehrstufige systematische Zufallsauswahl (Auswahlgrundlage: ADM Telefon-Master-sample). Die Repräsentativbefragung wurde mit einem Dual-Frame-Design umgesetzt, bei dem das angestrebte Verhältnis zwischen Festnetz- und Mobiltelefonanschlüssen von 75:25 realisiert werden konnte. Der Anteil von Mobiltelefonanschlüssen in der Telefonerhebung im Umfang von einem Viertel aller Kontakte ist deshalb bedeutsam, da vor allem in der jüngeren Bevölkerung im Alter bis 29 Jahren bzw. bis 39 Jahren seit geraumer Zeit eine abnehmende Erreichbarkeit über Festnetzanschlüsse festgestellt wird. Die Gesamtstichprobe als auch der darin enthaltene Anteil der Internetnutzenden ist durch eine gleichmäßige Altersverteilung sowie ein weithin ausgeglichenes Verhältnis weiblicher (51%) und männlicher Befragter (48,9%) gekennzeichnet. Erfreulich ist zudem, dass bei den insgesamt 32 Fragen des zur Anwendung gekommenen Fragebogens durchweg auffällig selten mit „weiß nicht/keine Angabe“ geantwortet wurde. Dies deutet wir als hohe Affinität der Befragten zum Thema Resilienz in der digitalen Mediennutzung.

Wie lange nutzen Sie am Tag normalerweise das Internet bzw. sind Sie online? n=1.001



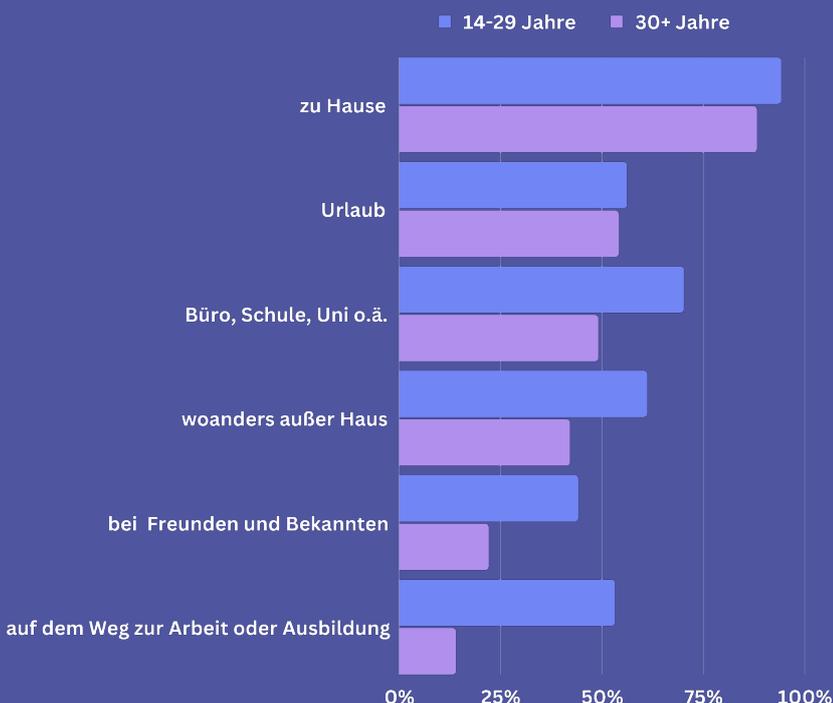
Omnipräsenz digitaler Mediennutzung

Welche der folgenden digitalen internetfähigen Mediengeräte nutzen Sie persönlich in Ihrem Haushalt bzw. gehen damit ins Internet? n=935



Das Smartphone ist für die meisten deutschen Internet-Nutzer:innen zur Fernsteuerung ihres beruflichen und privaten Alltags geworden: Die Handy-Dichte liegt bei 93 Prozent, bei den unter 30-Jährigen sogar bei sagenhaften 97 Prozent. Auch andere Endgeräte sind häufig oder regelmäßig in Gebrauch, um Online-Zeit zu verbringen, etwa feste oder tragbare Computer, Tablets und Smart-TVs, teilweise auch Spiele-Konsolen, Smart Speaker und Smart Watches. Letztere sind als Technikausstattung im Altersvergleich gerade bei jüngeren Nutzer:innen beliebt.

Wo nutzen Sie häufig oder gelegentlich Online-Medienangebote? n=935



Ob zu Hause, im Büro, in der Schule, Ausbildungsstätte oder Hochschule – die Deutschen sind nahezu überall digital vernetzt. Sogar im Urlaub, beim Spaziergang oder in der U-Bahn legen die meisten selten das Handy weg, um weiterhin erreichbar zu sein und Online-Medien zu nutzen. Besonders ausgeprägt ist dieser digitale Überall-Medienkonsum bei jüngeren Befragten und Instagram-Hauptnutzer:innen. Letztere nutzen Online-Medienangebote deutlich häufiger „im Büro, in der Schule, in der Ausbildungsstätte oder Universität“ (67 Prozent), „an anderen Orten außer Haus“ (64 Prozent), „bei gemeinsamen Treffen mit Freunden und Bekannten“ (45 Prozent) und „auf dem Weg zur Arbeit, Schule, Ausbildungsstätte oder Universität“ (48 Prozent) als das Mittel der Befragten; alle Werte liegen hier jeweils 13 bis 26 Prozentpunkte höher als im Durchschnitt.

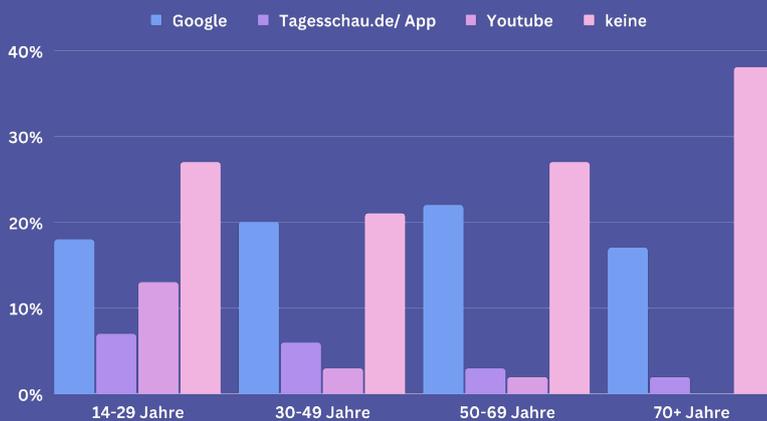
Wertschätzung und Motive digitaler Mediennutzung

Für welche der folgenden digitalen Medienangebote geben Sie derzeit Geld aus? n=935



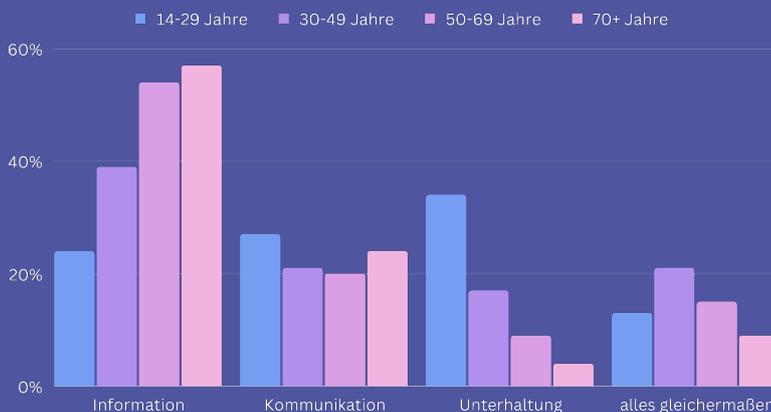
Die im Medienbereich vieldiskutierte Frage, inwiefern (und wieviel) die Deutschen bereit sind, für digitale Medienangebote zu bezahlen, lässt sich eindeutig beantworten: Eine vergleichsweise hohe Zahlungsbereitschaft besteht derzeit mehrheitlich lediglich für Video- und Audio-Streaming-Dienste – bei den unter 50-jährigen sind es fast 70 Prozent, die für Video-Portale aktuell Geld bezahlen, bei den unter 29-jährigen ist es die Hälfte, die für Audio-Streaming zahlt. Für digitale Nachrichten dagegen wendet nur ein Fünftel Geld auf.

Welche Internet-Quelle nutzen Sie am häufigsten für Informationen, um mitreden zu können? n=935



Google überall: Wer mitreden möchte, konsultiert nicht selten die Suchmaschine des Tech-Giganten aus dem Silicon Valley. Auch das ebenfalls zum Konzern Alphabet gehörige Videportal YouTube wird von jungen Menschen als eine häufige Informationsquelle angegeben. Ansonsten werden traditionelle journalistische Medienmarken querbeet genannt, die Menschen im Netz konsultieren, um an Informationen zu kommen. Bemerkenswert: Keine Hauptinformationsquelle haben 27 Prozent der Befragten. Dies trifft stärker auf Menschen mit Haupt- und Realschulabschluss zu (34 Prozent) denn auf solche mit Abitur-/ Hochschulabschluss (20 Prozent).

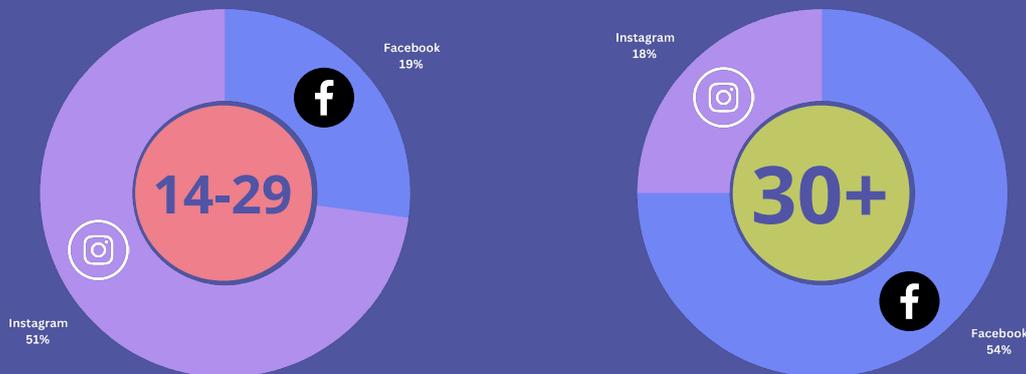
Für welche der folgenden 3 Möglichkeiten nutzen Sie persönlich das Internet hauptsächlich?



Die Gründe zur Nutzung des Internets sind vielfältig. Primär wird beides genutzt, um sich zu informieren, aber auch um zu kommunizieren und um sich unterhalten zu lassen – allerdings mit großen Unterschieden zwischen den Altersgruppen: Jüngere wollen im Internet generell am liebsten unterhalten werden, während Menschen ab 50 ein starkes Informationsbedürfnis umtreibt.

Selbsteinschätzung der Social-Media-Nutzung

Denken Sie nun bitte an das soziale Netzwerk, das Sie am häufigsten nutzen – und nennen Sie es. n=503



Etwa ein Drittel der Internetnutzer:innen besucht täglich soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram, TikTok oder andere, unter den 14- bis 29-Jährigen sind es sogar 55 Prozent. Die meisten täglichen Nutzer:innen sozialer Netzwerke sind dort weniger als eine Stunde (33 Prozent) oder ein bis unter zwei Stunden am Tag aktiv (41 Prozent). Auch hier tendieren jüngere Menschen unter 30 zu einer längeren Nutzung: Ein Fünftel nutzt soziale Netzwerke zwei bis drei Stunden täglich, ein Sechstel drei bis sieben Stunden.

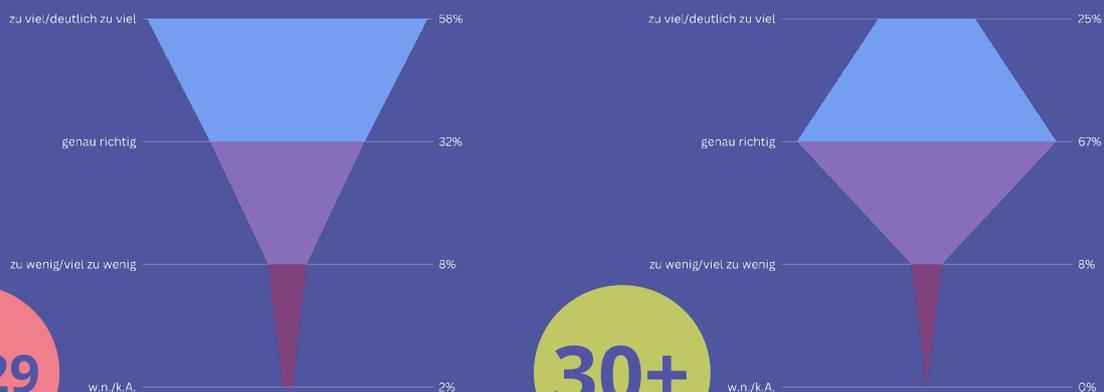
Das Hauptmotiv für die Nutzung sozialer Netzwerke ist simple Neugier: Die Mehrheit aller Befragten will – unabhängig von Alter und Bildungsstand – erleben, was andere gepostet haben und schaut deshalb regelmäßig vorbei. Allerdings wollen diese Mitteilungen offenbar nur wenige aktiv kommentieren.

Welche der folgenden 5 Möglichkeiten treffen bei Ihrer Nutzung von sozialen Netzwerken auf Sie am ehesten zu? n=503



ab **14**

Wie würden Sie selbst den Umfang Ihrer Nutzung sozialer Netzwerke alles in allem einstufen? Als ... n=503

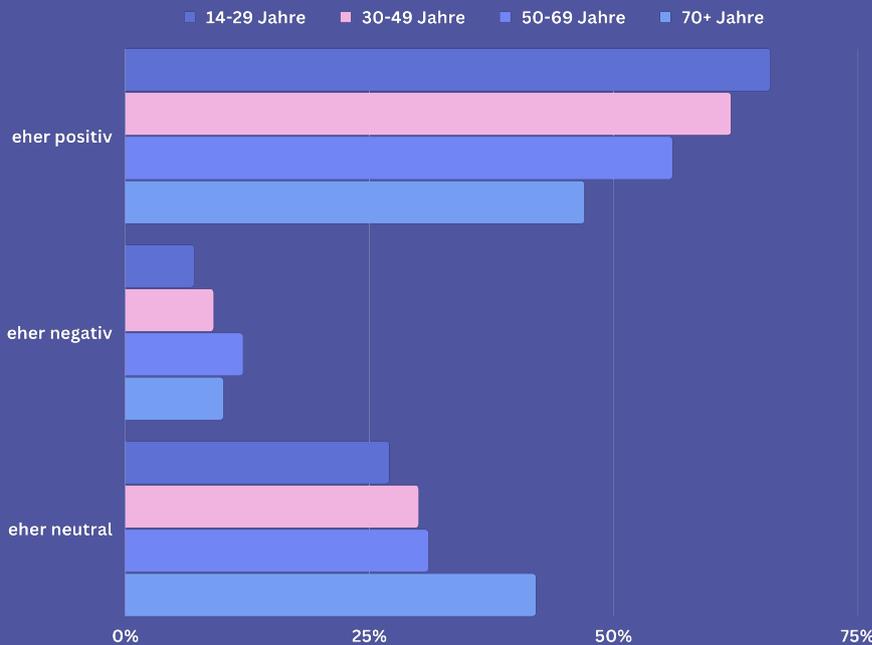


14-29

30+

Haltung und Einflüsse bei der Social-Media-Nutzung

Empfinden Sie persönlich ‚digitale Vernetzung‘ als eher positiv oder als eher negativ – oder ist das für Sie eher neutral? n=935



Der Begriff digitale Vernetzung, von dem seit Jahren die Rede ist, ist vorwiegend mit positiven Gefühlen besetzt: Die meisten deutschen Internet-Nutzer:innen verbinden mit der Digitalisierung somit eher Chancen als Risiken – trotz bekannter Risiken wie beim Datenschutz oder bei der Kommerzialisierung.

In der Gesamtbetrachtung zeigen sich diejenigen, bei denen Facebook oder Instagram zu den meistgenutzten sozialen Netzwerken zählen, dem Begriff aufgeschlossener gegenüber als der Durchschnitt (59 Prozent): 73 Prozent (Instagram als häufigstes genutztes Netzwerk) und 70 Prozent (Facebook) stehen der „digitalen Vernetzung“ positiv gegenüber oder sie sehen darin eher Chancen als Risiken.

Eine Überdosis Mensch, gepaart mit einer Portion wahrgenommener Dummheit und Oberflächlichkeit – das wurde gerade in Krisenzeiten für viele Befragte offenbar zum Teil ihres digitalen „ausgeprägten Soziallebens“. Gefragt nach dem Zusammenhang von Mediennutzung und psychischer Widerstandskraft, überwiegt bei vielen Befragten (mit Ausnahme der jüngeren) die Annahme, dass der Einfluss auf ihr Wohlbefinden eher gering oder sogar sehr gering sei. Doch benennen Vielnutzer:innen eindeutige Negativeffekte wie Überforderung, Zeitdruck, körperliche Symptome oder seelisches Unwohlsein wegen der permanenten Erreichbarkeit. Verursacht bzw. verstärkt werden diese Belastungen durch die Nutzung von Social Media und Messengerdiensten, denen vor allem Frauen negative Folgen zuschreiben. Nur wenige der psychisch beeinflussten Nutzer:innen gewinnen Facebook, Instagram, TikTok und WhatsApp positive Auswirkungen auf ihr Wohlbefinden ab.

Wie groß ist der Einfluss Ihrer Nutzung von sozialen Netzwerken oder Messengerdiensten auf Ihr psychisches Wohlbefinden – egal ob positiv oder negativ? n=887

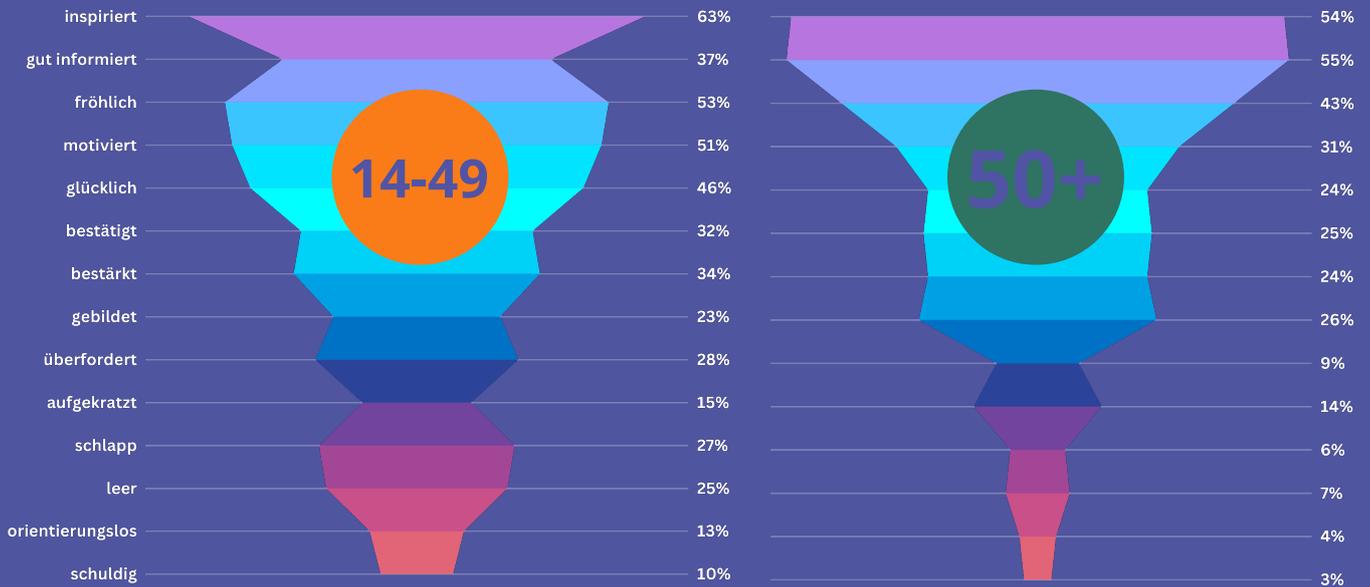


Und wie macht sich dieser Einfluss bei Ihnen bemerkbar? n=181

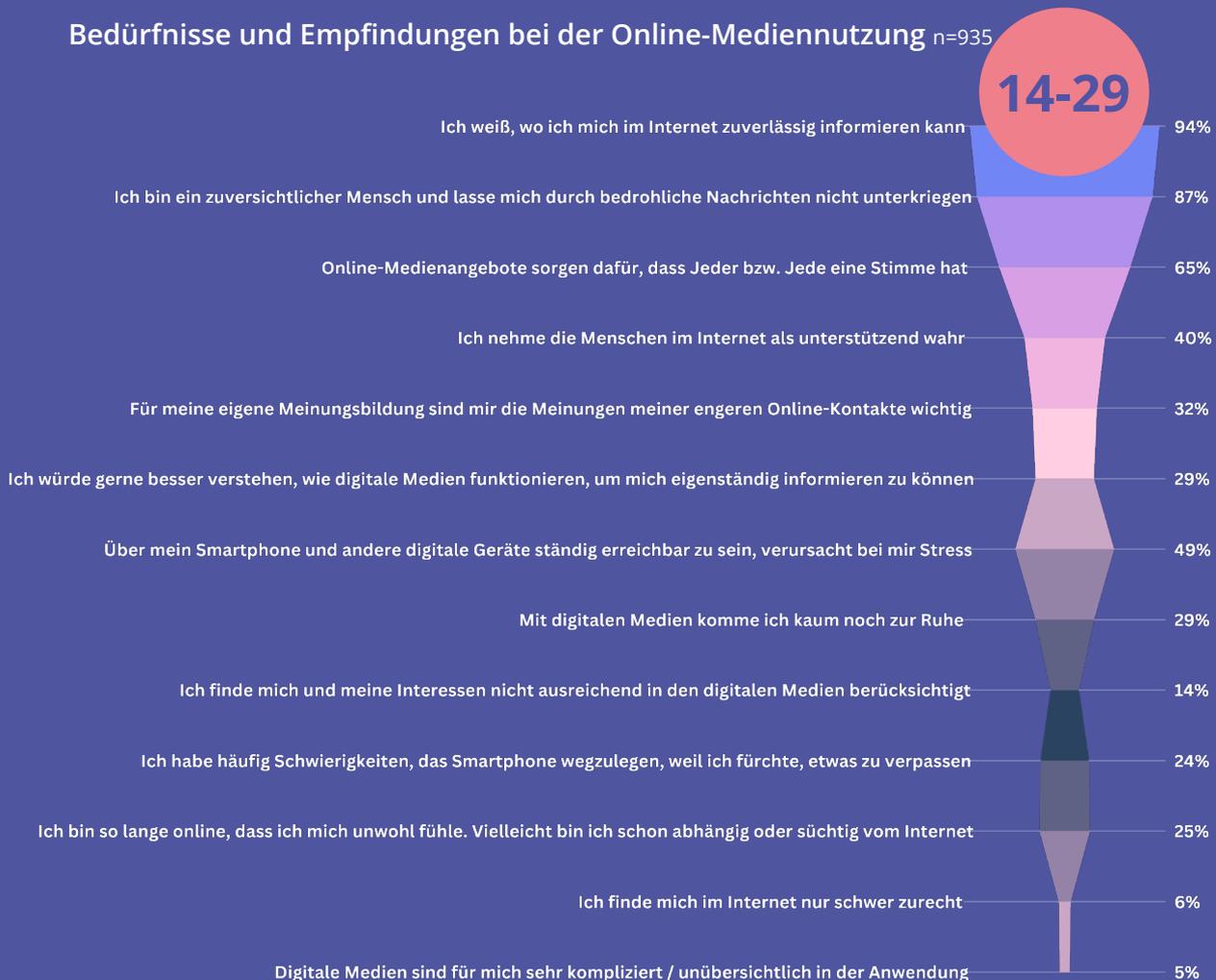


Psychisches Wohlbefinden bei der digitalen Mediennutzung

Wie fühlen Sie sich normalerweise, nachdem Sie soziale Netzwerke genutzt haben? n=503



Bedürfnisse und Empfindungen bei der Online-Mediennutzung n=935

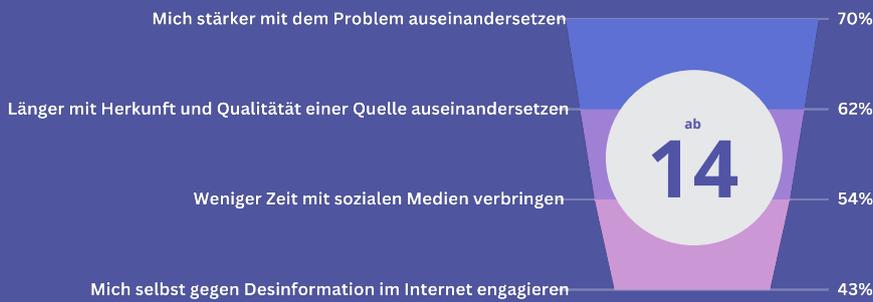


Handlungsbedarf aus Sicht der Mediennutzer:innen

Ich würde mir von Online-Medienangeboten wünschen, dass... n=935

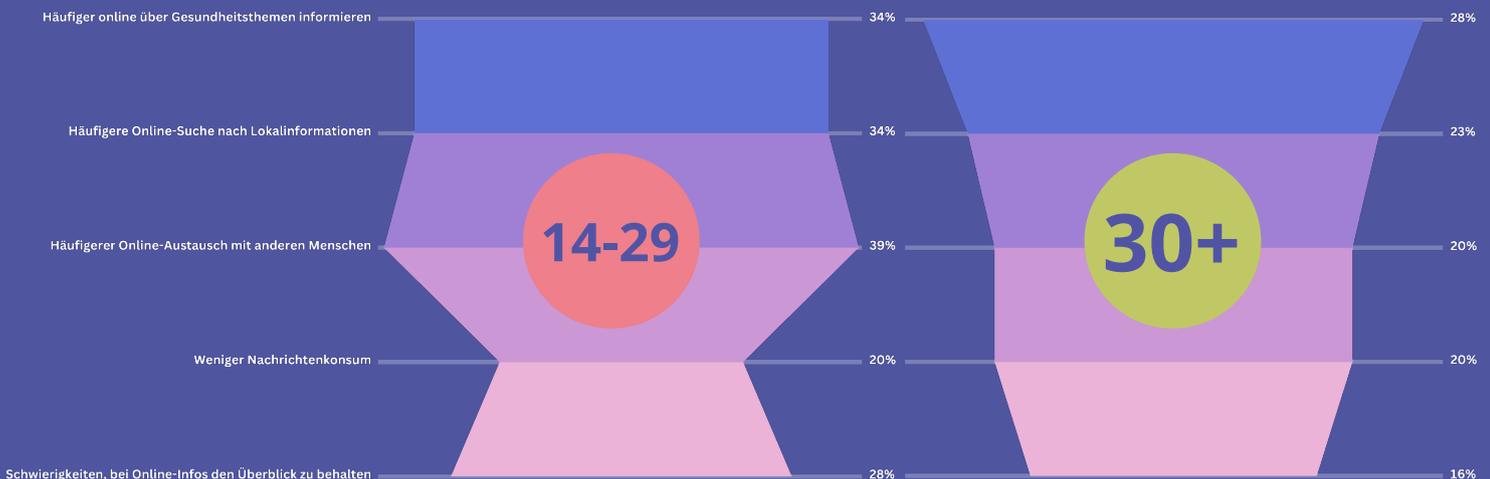


Was wären Sie bereit, selbst dafür zu tun, um sich besser vor Einflussnahme, Manipulation und Desinformation (Fake News) in digitalen Medien zu schützen? n=935



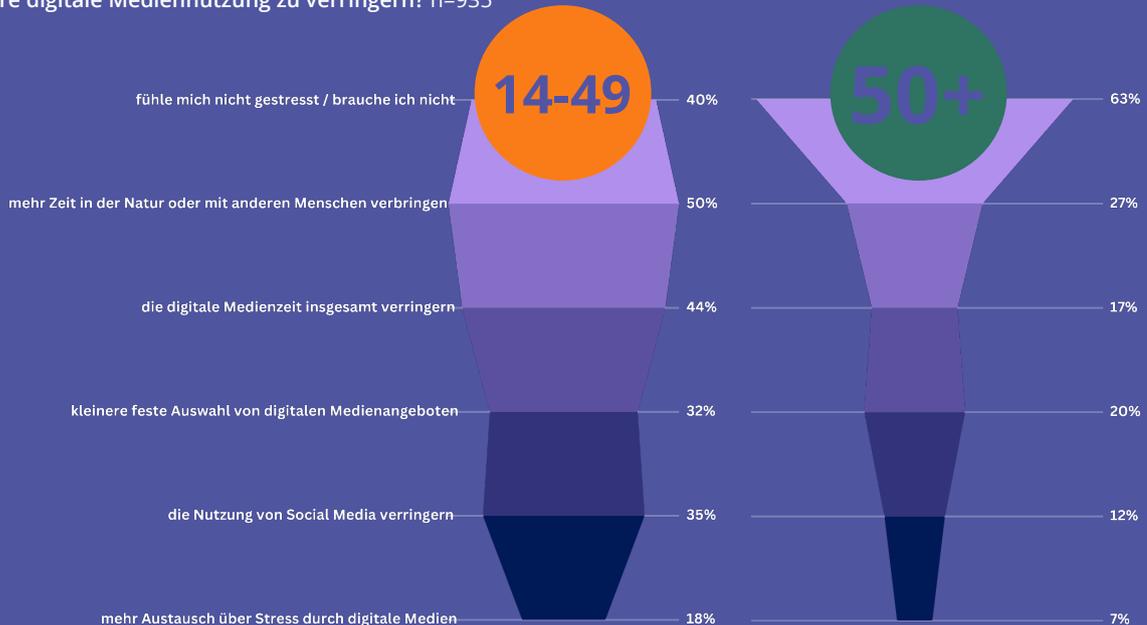
Wer schützt Nutzer:innen vor Einflussnahme und Abhängigkeiten durch digitale Medien? Die Mehrheit der Menschen unter 30 sieht die Betreiber von sozialen Netzwerken, aber auch die Medienregulierung und regierungsunabhängige Organisationen in der Pflicht, dagegen etwas zu unternehmen. Im Altersmittel setzen die Befragten aber mehrheitlich auf das Prinzip Eigenverantwortung – und sehen sich selbst in der Pflicht.

Was wären Sie bereit, selbst dafür zu tun, um sich besser vor Einflussnahme, Manipulation und Desinformation (Fake News) in digitalen Medien zu schützen? n=935



Gesundheitsbezogene Aspekte digitaler Mediennutzung

Welche der folgenden Möglichkeiten könnten Ihnen wahrscheinlich helfen, den Stress oder Ihre Belastung durch Ihre digitale Mediennutzung zu verringern? n=935



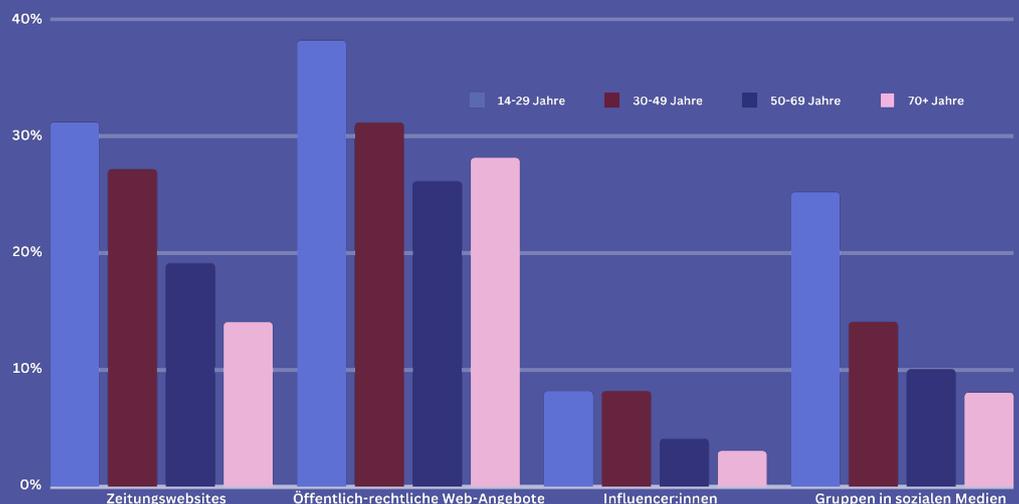
Interesse an bestimmten Gesundheitsthemen n=935



Gesundheitsthemen stoßen auf ein generelles Interesse. Vor allem bei Themen wie psychische Belastungen, Stressbewältigung und allgemeines Wohlbefinden, aber auch Selbstoptimierung, Ernährung und Bewegung ebenso wie bei Krankheitsthemen ist das Interesse – wenn auch sehr unterschiedlich – vorhanden. Nur etwa zwei Drittel der Befragten ab 50 fühlen sich durch ihre digitale Mediennutzung nicht gestresst. Bei den 14- bis 49-Jährigen sind es sogar nur 40 Prozent, bei Menschen unter 30 ein Drittel, die sich nicht gestresst fühlen.

Wie hat sich die Mediennutzung durch Corona verändert? Es wird häufiger digital nach Informationen gesucht, und es gibt einen häufigeren Austausch mit anderen über aktuelle Geschehnisse. Besonders unter jüngeren Menschen zeigt sich eine häufigere Nutzung etablierter Informationsanbieter im Netz als auch von nutzerbetriebenen Gruppen in sozialen Medien. So genannte Influencer:innen haben allerdings keinen relevanten Anstieg erfahren.

Welche der folgenden Online-Angebote haben Sie während bzw. seit der Corona-Pandemie häufiger genutzt als vor Beginn der Pandemie? n=935



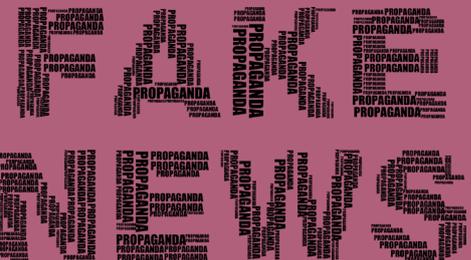
10 Risiken und Herausforderungen digitaler Mediennutzung –

Auftrag an Gesellschaft, Medienpraxis und Medienregulierung

Social-Media-Sog: Die Studienergebnisse legen nahe, dass es vielen Menschen in Deutschland offenbar schwerfällt, sich der Anziehungskraft der sozialen Netzwerke zu entziehen. Die Angst etwas zu verpassen (FOMO = Fear of Missing out), ist ein verbreitetes Phänomen gerade in Krisen- und Kriegszeiten, das nicht selten eine Nutzungsspirale schlechter Nachrichten im Digitalen („Doomscrolling“) in Gang setzt.



Fake-News-Fog: Je häufiger der Begriff der „Fake News“ öffentlich diskutiert wird, desto eher wird deren Verhältnismäßigkeit vernebelt: Immer mehr Menschen nehmen an, dass alle digitalen Medienangebote für Desinformation anfällig sind und sich diese in digitalen Medien rasant und massenhaft verbreiten – was einen veritablen Reputationsschaden und einen Glaubwürdigkeitsverlust für professionelle Anbieter zur Folge haben kann.



False-Online-Balance: In den sozialen Netzwerken kommt tendenziell eine laute extrovertierte Minderheit zu Wort, während die Mehrheit der Nutzenden schweigt; diese Schieflage in der Online-Kommunikation hat unmittelbaren Einfluss auf die Debattenkultur und birgt das Risiko einer falsch ausbalancierten öffentlichen Meinungsbildung, derer sich – leider – die journalistischen Medien bedienen, wenn sie in ihrer Berichterstattung Themen oder „Stimmungsbilder“ aus dem Internet einfangen wollen.





News-Burnout: Die hohe Nutzungsdauer und Nutzungsfrequenz digitaler Endgeräte in Krisenzeiten führt zu emotionalen Abnutzungserscheinungen und Erschöpfungssymptomen – mit direkten Folgen für die digitale Nachrichtenrezeption: Gerade für Vielfachnutzer:innen steigt durch den exorbitanten Mediengebrauch die Verwechslungsgefahr beliebiger Inhalte bzw. sinkt die Sichtbarkeit von qualitativ hochwertigen Informationen.



Digitale Depression: Aus einer konsequenten medialen Einkapselung kann kommunikative und soziale Isolation resultieren, wenn sich sämtlicher Austausch ausschließlich auf digitale Medien stützt und die Anbindung an den Familien- oder Freundeskreis keine Option darstellt. Unsere qualitativen Studienergebnisse deuten darauf hin, dass der wenig empathische und teils aggressive Ton in den sozialen Netzwerken dem Einvernehmen nach bei Einzelnen, aber nicht wenigen im Extremfall zu depressiven Verstimmungen oder Angst- und Belastungsstörungen führt.



Bevormundungs-Dilemma: Die Studienergebnisse belegen, dass sich viele Deutsche mehr lösungsorientierte Berichterstattung wünschen, jedoch lehnt es die Mehrheit ab, durch professionelle Medienangebote „an die Hand genommen“ zu werden. Dieses professionelle Dilemma einer Ratgebendenrolle bei gleichzeitig potenzieller Bevormundung der Bevölkerung birgt vor allem für Journalist:innen das Risiko eines Vertrauensbruchs, indem Nutzende den Eindruck gewinnen, im digitalen Journalismus werde ihnen etwas „vorgekauft“ oder moralisch vorgeschrieben (bspw. Maskenpflicht und Lockdowns in der Corona-Pandemie, Waffenlieferungen in die Ukraine etc.).



Digitale Hass-Kultur: Hass im Netz wird in Krisen- und Kriegszeiten von den Deutschen als gravierendes Problem erkannt und in seiner Wirkung klar benannt, allerdings sind sie angesichts fehlender konkreter Handreichungen unsicher, wie sie der Verwehrlosung digitaler Diskurse begegnen sollen bzw. ob und inwiefern die Steigerung der individuellen Widerstandsfähigkeit in öffentlichen Debatten – Stichwort Gegenrede – in der Verantwortung von Konzernen, Regulierung und Medienpolitik liegt.

Emo-Faktor: Ein weiterer Grund für die gezielte Schwächung und Ent-Demokratisierung des digitalen Gemeinwesens ist in den – häufig kurz aufeinander folgenden – emotionalen Scheingefechten zu suchen, die sachorientierten Argumentetransfer nahezu unmöglich machen: Die hohe Dichte an Stimmungen, Spekulationen und Beleidigungen setzt vielen Nutzenden zu, die im Netz einen Ort der Spekulation und Propaganda sehen. Es ist aber auch für das professionelle News-Geschäft toxisch, wenn faktenferne Emotionen das kommunikative Geschehen beherrschen.



Gesundheits-Polarisierung: Im Gesundheits- und Wissenschaftsbereich ist die Anfälligkeit der Online-Kommunikation für Falschinformation und Verunglimpfungen besonders krass. Häufig werden in den Netz-Debatten über medizin- und gesundheitsbezogenen Informationen digitale Gräben zwischen Nutzenden sichtbar, die in hohem Maße die politische und soziale Polarisierung verschärfen, wenn diese nicht von professionellen Medien angemessen moderiert und deeskaliert werden.



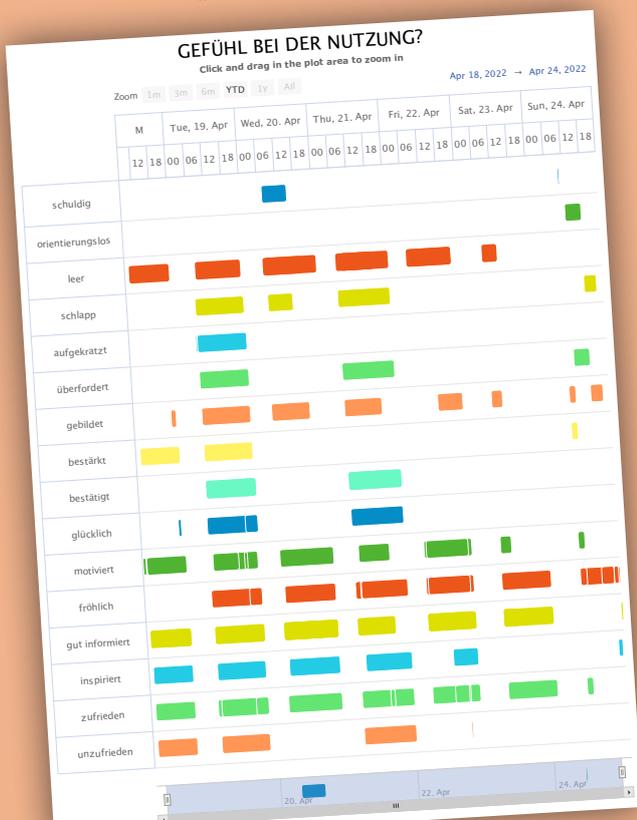
Demokratie-Bremse: Im Strukturwandel digitaler Öffentlichkeit zeigen sich in Zeiten der Polykrisen besonders die Ambiguitäten neuer medialer Realitäten und deren Eigendynamiken (extremistische Mobilisierung, soziale Polarisierung, Kriminalisierung) im Einklang mit Demokratie-Resilienz. Wenn das Miteinander im Digitalen nicht gefestigt wird, droht in Phasen notwendiger Solidarität ein massiver Glaubwürdigkeitsverlust in das Krisen- und Katastrophenmanagement demokratischer Institutionen.



Der individuelle Umgang mit kollektiven Herausforderungen

Im Anschluss an die repräsentative Bevölkerungsbefragung wurden über 50 Teilnehmende ausgewählt, um sie nochmals intensiver zu Aspekten ihres persönlichen Wohlbefindens bei der digitalen Mediennutzung, zur Bedeutung journalistischer Online-Inhalte für ihr Informationsverhalten sowie zu ihren Bewältigungsstrategien im Falle eines digital-medial induzierten Unwohlseins zu befragen. Einige der Teilnehmer:innen führten zudem im Anschluss an die Tiefeninterviews für einen Zeitraum von bis zu einer Woche ein digitales Medientagebuch (siehe Beispiel), das die Interviewdaten hinsichtlich ihrer psychischen Belastungen während der digitalen Mediennutzung ergänzte.

Auf den folgenden Seiten werden exemplarisch fünf Befragte vorgestellt, deren Medienkonsum von jeweils unterschiedlichen Belastungen und Überforderungen, aber auch von gezielten Strategien im Umgang mit Krisen zeugt. Sie stammen aus verschiedenen Landesteilen Deutschlands und repräsentieren unterschiedliche Altersgruppen und Bildungsstände. Sie liefern wichtige Anhaltspunkte zur Erarbeitung einer Strategie zur Resilienzsteigerung für digitale Mediennutzer:innen. Die beschriebenen Personen, deren Namen aus Datenschutzgründen pseudonymisiert wurden, wurden. Vielen der Befragten war es zudem wichtig, dass im Zusammenhang mit digitaler Mediennutzung „etwas getan wird“ – und zwar individuell und institutionell gesprochen. Vor allem diejenigen, die sich in ihrer digitalen Mediennutzung teilweise oder größtenteils überfordert fühlen, sehen sich mit dieser digitalen Überforderung allein gelassen, tauschen sich – wenn überhaupt – nur noch im engeren Freundes- und Familienkreis darüber aus und entwickeln zuweilen trickreiche Strategien, um sich selbst in ihren digitalen Medienkonsum „zu überlisten“.



Der Überforderte

Paul ist 22 Jahre jung, studiert an der Universität Rostock und kann nicht mehr. Seit einigen Wochen ist er medial vollkommen ausgepowert: Wie viele andere Bundesbürger ist Paul mit dieser Negativitätsspirale, die sich in der weltweiten Nachrichtenlage widerspiegelt, hoffnungslos überfordert. Sein psychisches Unwohlsein und das andauernde Erschöpfungsgefühl bis hin zu seiner Angst vor Vereinsamung werden von den Dynamiken der Berichterstattung zusätzlich getriggert. Weil er sich das Kriegsgeschehen in der Ukraine „nicht mehr anschauen kann“, hat Paul seinen generellen Medienkonsum radikal eingeschränkt – und damit die Nutzung von journalistischen Nachrichtenangeboten. Seit Wochen nutzt er digitale Medien wie Instagram, WhatsApp und alle paar Tage auch YouTube nicht aus Informationsgründen, sondern fast ausschließlich zu Eskapismuszwecken, indem er sich „irgendeinen Quatsch anschaut“, weil er sich unterhalten, ablenken lassen möchte.

Paul beklagt ein wachsendes Unwohlsein „wegen der Fülle an unterschiedlichen Themen“, er berichtet von emotionalen Abhängigkeiten aufgrund seines teils massiven täglichen Internet-Konsums und der ständigen digitalen Verfügbarkeit. Ihm geht es nach dem ausgiebigen Konsum sozialer Netzwerke wie Instagram Reels nach eigenen Angaben „schlechter als vorher“, er berichtet zudem von depressiven Verstimmungen und zwingt sich selbst zu festen digitalen Auszeiten.

Paul muss zunehmend feststellen, dass er „den ganzen Tag am Handy hängt“, ohne genau zu wissen warum. Er versuche daher, seine digitale Medienzeit generell runterzufahren oder bewusster zu gestalten, um sich selbst zu kontrollieren – oder sich mit einfachen Tricks zu behelfen. Eine der einfachsten Coping-Strategien, die Paul umsetzt, ist der Verzicht auf digitalen Datenverkehr, und zwar bewusst: Paul nutzt das WLAN nur, wenn er zu Hause ist – was im Umkehrschluss bedeutet, dass wenn er unterwegs ist, keinen mobilen Datenverkehr zulässt und folglich auch keine digitale Medieninhalte. Selbst im Studium loggt er sich absichtlich nicht in das WLAN seiner Hochschule ein.

Auch wenn ihm die Kommunikation via WhatsApp leicht von der Hand geht und ihm der Austausch mit seinen Freunden nach eigener Aussage „gut tut“, räumt Paul zugleich ein, dass er die digitale Mediennutzung insgesamt als „anstrengend“ und „unbefriedigend“ empfindet: Zu tun hat das zum einen mit der Debattenkultur im Netz, in der Paul mitunter den respektvollen Umgang miteinander vermisst; zum anderen erkennt er auf der individuellen Ebene, dass sich viele junge Erwachsene in seinem Umfeld – anders als er – in ihrer digitalen Mediennutzung nicht im Griff haben und sich „darin verlieren“, manche auch „in etwas reinsteigern“. Er selbst nutze „Insta nur, wenn mir langweilig ist“. Die allgemeine Angst, aber auch die Überforderung, die viele Menschen aufgrund der Berichterstattung über den Krieg umtreibt, artet bei Paul in einer Nachrichtenvermeidung aus: „Ich möchte mir das nicht mehr anschauen“, sagt er und ist selbst ein wenig überrascht darüber, dass diese Vermeidung im schlimmsten Falle auch bedeutet, dass er sich zuweilen gar nicht mehr oder nicht genug über die allgemeine Nachrichtenlage informiert.



Die Getriebene

Kerstin ist eine 31-jährige Finanzbeamtin aus Hessen. Sie lacht viel, macht gerne Späße. Es gebe nur einen Ort, an den sie ihr Handy nicht mitnehme: „Das stille Örtchen“. Tatsächlich habe sie die Gewohnheit ihres Ex-Mannes, ausgiebige Smartphone-„Sitzungen“ auf der Toilette abzuhalten, derart geärgert, dass sie sich geschworen habe, es nicht soweit kommen zu lassen. Ihre Fröhlichkeit während des Gesprächs bekommt Risse, als sie sich deutlich macht: „Mein Handy begleitet mich so eng durch den Tag, das ist so normal wie morgens Schlappen anzuziehen.“ Sie habe gemerkt, dass sie besonders empfänglich für sozialen Druck sei, der sich schnell über die Smartphonennutzung manifestiere.

„Man muss hier posten und da mitbekommen, was jemand macht oder nicht macht. Das ging mir schon mit Anfang 20 auf den Keks“, sagt die junge Frau. Schon im Alter von 25 bis 26 Jahren sah sie sich dazu gezwungen, ihre Facebook-Nutzung stark einzuschränken. Zu viel Push, zu viel Rauschen sei zu ihr durchgedrungen. Ihre Social-Network-Nutzung sei schließlich hauptsächlich davon geprägt gewesen, Filter ein- und Benachrichtigungen abzuschalten.

So nutzt Kerstin Telegram, weil sie die Möglichkeit schätzt, nicht ihre Telefonnummer preisgeben zu müssen: „Ich möchte mich digital nicht nackig machen.“ Trotzdem gehört WhatsApp – zumal für engere Kontakte – zu ihren alltäglichen Kommunikationsinstrumenten. In der Trennungsphase von ihrem Mann hat sie gelernt, stark zu selektieren und (seine) Nachrichten zu archivieren und damit auszublenden, ohne sie löschen zu müssen. Sie werde schnell fähig, wenn es ihr nicht gelingt, „die Ohren auf Durchzug zu schalten“. Dann würde sie gern das Smartphone weglegen, es gelinge ihr aber nicht. Auch deshalb geht das Handy nun täglich ab 21 Uhr automatisch in den Ruhemodus.

Kerstin glaubt, dass es der Gesellschaft insgesamt gut tun würde, wenn sich Menschen häufig gegenseitig ignorierten. Für eine Spaltung brauche es immer zwei Seiten. Sie habe gelernt, dass es sich für die Konfliktbewältigung lohne, seinen eigenen Geltungsdrang zu zügeln und seine Meinung für sich zu behalten. Wenn es ihr zu viel werde, bringe sie ihr Handy möglichst weit weg – zum Beispiel in den Keller, um sich selbst zu überlisten. Die ständige Verfügbarkeit sei einfach etwas Tolles, doch auch eine Belastung; denn Fluch und Segen lägen bei der digitalen Mediennutzung eng beieinander. „Man muss sich bewusst von dem lösen, was einen unter Druck setzt, und sei es durch Selbstüberlistung und Trick 17.“ Für sie bedeute das im Zweifel: bei allem Vertrauen in die Vielfalt und Auswahlmöglichkeiten an Informationsquellen die digitale Mediennutzung rigide einschränken. Eine verlässliche Anlaufstelle bleibe ihre Lokalzeitung, die sie „tatsächlich noch auf Papier“ beziehe, zumindest jeden Samstag.



Die Skeptikerin

Anne (45) ist bekennende Digitalskeptikerin und digitale Wenignutzerin. Ihr Handy ist „im Beruf immer mit dabei“, nach der Arbeit und am Wochenende schaltet sie aber ihre digitalen Endgeräte aus, um selbst abzuschalten. Sie ist stark „genervt“ von der ständigen Erreichbarkeit in ihrem Job. Es mache sie „schon fertig“, wenn Chef, Patientin-nen und Wohnschwerstern sie permanent anrufen, ihr WhatsApp-Nachrichten oder Emails schicken. Das Gefühl, nicht in Ruhe gelassen zu werden und keine Freiheit mehr zu haben, wird dadurch verstärkt, dass es „zu Hause so weitergeht“ – wenn sie nicht selbst das Smartphone abschaltet, um nach der Arbeit mit dem Hund im Wald für zwei Stunden die Ruhe zu genießen. Soziale Netzwerke oder Streaming-dienste lehnt sie ab, weil sie bei ihr Stress, Wut oder ein Genervtsein hervorrufen. Sie nutzt nur Google News zur gezielten Informationssuche. Gelegentlich skypet sie mit einer entfernt lebenden Freundin und empfindet diesen Austausch als „angenehm“.

Am meisten Sorgen bereitet Anne der Umgang ihrer Pflegekinder mit digitalen Medien: Im fehlenden Einfluss auf die permanente Erreichbarkeit – auch innerhalb des Schulsystems – erkennt sie ein Dilemma. „Die Kinder hängen ständig davor, geben zu viel im Internet preis und sie sehen sich nur noch am Handy“, sagt sie und findet soziale Netzwerke daher „eigentlich überflüssig“.

Anne glaubt, dass es inzwischen „viel zu viele“ digitale Medieninhalte gibt und „dass es immer mehr werden“. Sie heißt es nicht für gut, dass dieses „Zuviel“ der Mediennutzung bei ihr Stress und Unwohlsein auslöst. Dem begegnet sie damit, dass sie „innehalten und tief Luft holen muss“ oder einfach „das Handy 30 Minuten beiseitelegt“ und irgendetwas liest. In puncto Glaubwürdigkeit hält Anne die Informationssuche im Internet vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie für schwierig, aus ihrer Sicht hat „der Staat dazu beigetragen“, dass Informationen in Bezug auf das Impfgeschehen unvollständig waren. Anne ist kritisch bei der Bewertung von Informationen aus dem Netz: „Man darf nicht alles glauben“, erklärt sie und man müsse „genau hinschauen“, wo Informationen herkommen.

Wenn sie skeptisch ist, was die Glaubwürdigkeit einer Informationsquelle angeht, macht Anne sich die Mühe und schaut auch andere Quellen an, um sie miteinander zu vergleichen: „Wenn alle das Gleiche berichten, muss es ja stimmen“, sagt sie mit Blick auf deutsche Fernsehsender. Andererseits kritisiert sie am Journalismus genau dies: Dass Nachrichten nach ihrem Eindruck zu gleichförmig sind und mitunter die Gegenseite – Beispiel Russland in der Ukraine-Krise – nicht zu Wort kommt und nur eine Seite gehört werde. Bei aller Skepsis schätzt sie am professionellen Journalismus die Ehrlichkeit und „jede Menge

Arbeit“, die Reporter in Krisen- und Kriegsgebieten leisten. Insgesamt wünscht sie sich mehr „Ausgewogenheit“ von digitalen journalistischen Angeboten und „nicht immer dasselbe“.

Die Corona-Pandemie ruft bei Anne negative Gefühle hervor: Für sie ist Corona „beängstigend“, sagt sie, und meint dies auf die Impfpflicht bezogen. Um ihren Optimismus nicht zu verlieren, orientiert sie sich vor allem an ihrer Familie und unterhält sich sehr häufig mit Patienten, die „das alles schonmal erlebt haben“ (Ukraine-Krieg). Bei der Krisenberichterstattung in den Nachrichten schaltet sie dafür schonmal „eher ab“. Anne sagt, dass vor allem den Kindern die Krise „richtig erklärt werden muss“.



Der Vorsichtige

Harald blickt mit 54 Jahren auf ein langes Berufsleben als Reparaturelektriker im Telekommunikationsbereich zurück. Harald ist digitaler Gelegenheitsnutzer und weiß seine Medienzeit über den Tag verteilt sinnvoll für unterschiedliche Zwecke einzusetzen. In der Regel ergebe sich die digitale Mediennutzung für ihn von selbst: zwischendurch mit dem Smartphone, abends nach der beruflichen Arbeitszeit dann meist mit dem iPad.

Digitale Medienangebote nutzt er gezielt, „so wie es sich gibt“: E-Mails beruflich, Netflix und Spotify via Familien-Lizenz, WhatsApp im Freundeskreis. Darüber erhält er auch Links von Bekannten, Freunden und Arbeitskollegen zu interessanten Informationsquellen. Bei Twitter folgt er bestimmten Menschen, um sich über aktuelle Themen zu informieren, „weil die bedeutend schneller sind als die Mainstream-Medien.“

Seine Haltung gegenüber dem digitalen Medienangebot erscheint funktional differenziert und diszipliniert, aber auch zurückhaltend vorsichtig: Während der Arbeitszeit und bei gemeinsamen Treffen mit Freunden verzichtet er bewusst auf die Nutzung des Smartphones – Computer bedient er bei der Arbeit allenfalls, um Bestellungen einzugeben oder dienstliche Termine in den digitalen Kalender einzutragen.

Eine soziale Spaltung und Polarisierung in der (deutschen) Gesellschaft durch soziale Netzwerke im Internet hält er für „grundsätzlich schon möglich“. Generell sieht er einen „allgemeinen Werteverfall“ in der Gesellschaft, der sich vor allem darin ausdrücke, dass es heutzutage offenbar leicht sei, über jemanden zu schimpfen, der einem nicht gegenüberstehe. Insgesamt profitiere die Gesellschaft aber von der Vielfalt an Informationen, die durch Social Media zur Verfügung stünden. Eine Welt ohne die ständige Verfügbarkeit von digitalen Medieninhalten sei für ihn kaum vorstellbar: „Wie soll es noch anders sein?“ Die Entwicklung könne ja schwerlich zurückgedreht werden. Sorgen bereite ihm, dass vor allem „junge Leute stark gefährdet“ seien, „dass es ihnen zu viel wird.“ Speziell Kinder seien in Gefahr: „Es gibt nicht nur Gutes im Netz.“ Sein eigenes Smartphone sei „nahezu immer auf lautlos“ gestellt: „Gerade wenn ich unter Leuten bin, mag ich nicht, dass es läutet. Ich will mich nicht knechten lassen von dem Teil.“ Und wenn es ihm trotzdem zu viel wird, lässt er sein Handy einfach zu Hause.

Harald hat eine insgesamt vorsichtige Haltung gegenüber Informationen entwickelt, die im Internet veröffentlicht und geteilt werden. Speziell in der Corona-Pandemie habe sich gezeigt, dass sich „auch viel Gegensätzliches zu den Mainstream-Medien“ im Netz finden lasse. Besonders kritisch sei er eingestellt gegenüber Informationen, die ihn über WhatsApp erreichen: Hier würden manches Mal „schnell geschossene Postings“ zirkulieren, da gelte es vorsichtig zu sein. Insgesamt sei es manchmal mühselig, glaubwürdige Informationen im Internet zu finden, „aber machbar“. Ein wichtiges Glaubwürdigkeitskriterium für ihn: wenn ein Inhalt von verschiedenen Redaktionen geprüft und die Information dadurch gesichert sei. Konkret suche er meist über Google, um einen Überblick über die Bewertungslage zu bekommen. Da sehe er, ob verschiedene Quellen zum selben Ergebnis kommen.

Die Optimistin

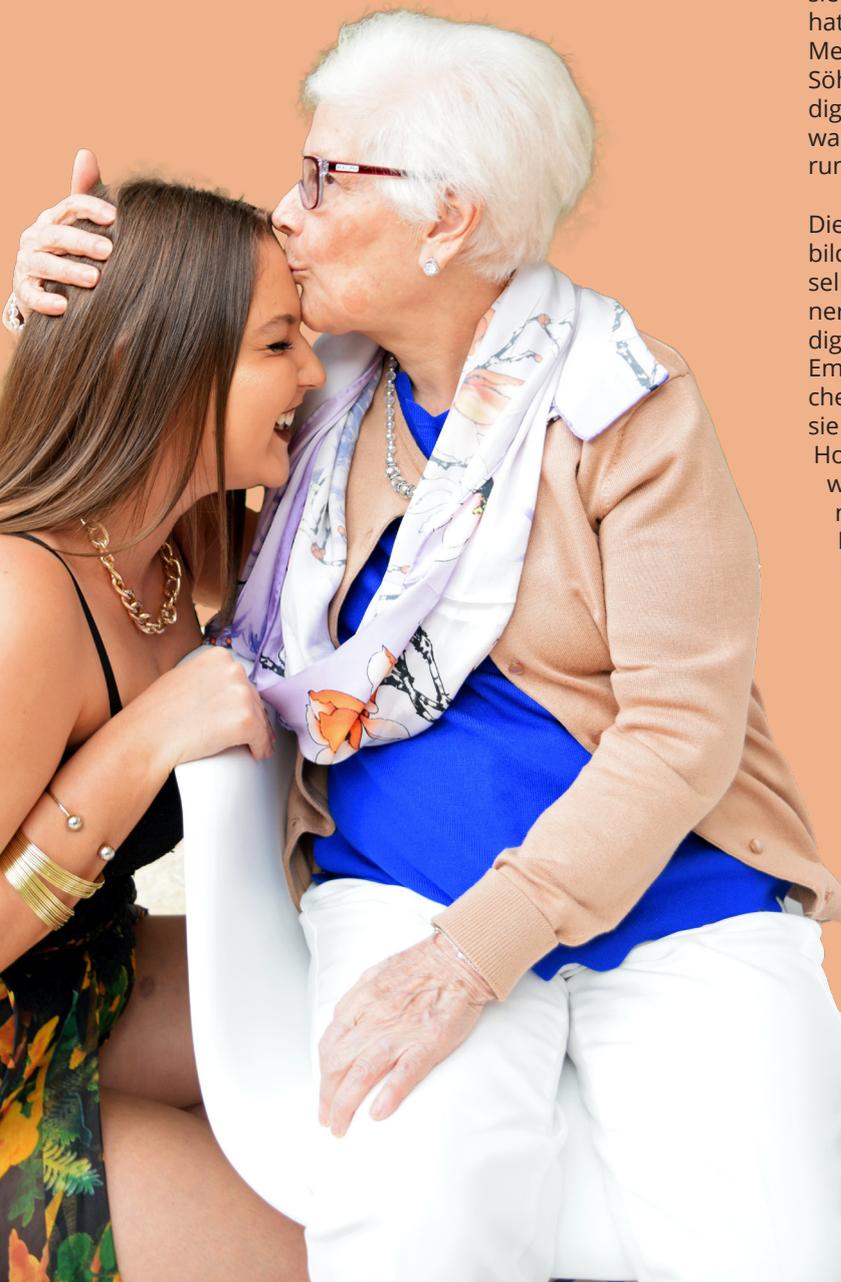
Agnes ist 74 Jahre alt. Als Rentnerin, die viele Jahrzehnte als Physiotherapeutin in einer Psychiatrie arbeitete, ist Agnes in Bezug auf digitale Medien abgeklärt: In der Psychiatrie kam sie schon vor mehr als zehn Jahren in Kontakt mit den psychischen Folgen digitaler Medien. Sie hatte dort vor allem mit Borderline-Patient:innen zu tun, deren Handynutzung einen Verstärkereffekt auf ihre psychischen Leiden hatte, vor allem Depression und Suchtverhalten.

Vor dem Hintergrund dieser langjährigen Erfahrungen bringt Agnes eine große Distanz gegenüber allen nicht-journalistischen Inhalten im Internet mit – indem sie diese kaum nutzt und sich zumindest die Nutzungszeiten – vor allem abends – fest einteilt. Wenn das Internet selten genutzt wird, dann selbstbestimmt. Agnes konsumiert digitale Inhalte im Netz, wenn Sie „Sachen nachguckt, die sie interessieren“. Dann sucht sie über Google nach allem möglichen, was sie gezielt recherchieren möchte, bemüht dazu auch mehrere und unterschiedliche Quellen, um diese im Zweifel zu prüfen.

Auch digitale Auszeiten und Situationen ohne Handy gibt es im Haushalt von Agnes, nämlich dort, wo es „gesellschaftlich unangenehm“ werden könnte, zum Beispiel „wenn Besuch da ist“ oder „während des Essens“. Wenn Sie mit dem Hund nach draußen Gassi geht, bleibt das Handy ebenfalls zu Hause. Agnes stresst die digitale Medienzeit nicht. Aber sie sieht natürlich täglich, inwiefern digitale Endgeräte und Medien im Alltag ihrer Familie eine sehr große Rolle spielen und diesen auch beeinflussen und strukturieren. Sie selbst kommuniziert mit ihren Kindern, Enkelkindern und ihrem Mann über unterschiedliche Whats-App-Gruppen, und das auch sehr regelmäßig (etwa dreimal pro Woche). Andere Messenger-Dienste nutzt sie ebenso wenig wie soziale Netzwerke. Gleichwohl hat sie zu Facebook, Instagram & Co. eine dezidierte Meinung: Einerseits hat sie großes Vertrauen in ihre Söhne, Töchter und Enkel, dass diese vertrauensvoll digitale Medien nutzen. Andererseits erkennt sie im wachsenden Einfluss des Handys eine Herausforderung für die Medienpädagogik.

Die ältere Dame, die sich für belesen und sehr gebildet hält (und in unserem Gespräch auch diesen selbstbewussten Eindruck vermittelt), hat nach eigener Aussage zeitlebens nur positive Erfahrungen mit digitalen Medien gemacht: Ob WhatsApp, Google, Emails (fünf pro Tag) – all das ist für sie selbst erfreulicher und täglicher Zeitvertreib im Privaten, durch den sie Kontakt zu anderen pflegt und etwa auch ihren Hobbies nachgehen kann. Dennoch: „Ich würde mir wünschen, dass es mehr Leute gibt, die denken können und weniger Halbgebildete, wie sie sich häufig im Internet herumtreiben.“ Darin drückt sich ihr größtes Unbehagen und zugleich Agnes größter Wunsch aus, wenn es um die Verbesserung des Informationsangebots im Netz geht.

Bei der Frage nach ihrer persönlichen Grundhaltung in der Corona-Pandemie betont Agnes, dass „es reicht“. Pandemien habe es zwar immer schon gegeben, aber trotzdem ist sie dessen überdrüssig und appelliert daran, den Optimismus nicht zu verlieren. Sie sei „immer schon Optimistin gewesen“, sagte sie, „Gelassenheit ist gerade in dieser Phase wichtig“. Die Lebenserfahrung einer 74-Jährigen drückt sich auch darin aus, dass sie betont, es habe „schon immer Schlimmes und Gutes gegeben“. Auch der Ukraine-Krieg löst bei ihr keine veränderte Mediennutzung aus – die sei „gleichgeblieben“. Doch sie wünscht sich, dass der Krieg bald aufhört: „Ich bin alt, ich werd's überleben, aber ich habe Kinder und will, dass die auch in Frieden und Freiheit leben können.“



Digitale Entrümpelung: 10 Resilienz-Tipps zum individuellen Stressabbau

Bildschirm-Kontrolle: Überdenken und kontrollieren Sie regelmäßig Ihre digitale Bildschirmzeit: In den Einstellungen vieler Smartphones können Sie leicht nachsehen, wie viel Zeit Sie mit welchen Anwendungen in Anspruch nehmen und wie sich Ihre Nutzungszeiten über längere Zeiträume entwickelt haben. Überlegen Sie einmal, ob Sie beim Klicken und Scrollen durch Videofeeds und Chats vielleicht die Zeit aus den Augen verloren haben und stellen Sie dies den Tätigkeiten gegenüber, für die Sie beruflich oder privat gerne mehr ihrer wertvollen Zeit aufbringen würden – zum Beispiel Familie, Sport oder Hobbies. Achtung: Sie werden von der wahrscheinlich sehr hohen Nutzung wie viele Menschen überrascht sein – aber seien Sie beruhigt, schon diese eine Selbsterkenntnis ist der erste Schritt zu mehr Resilienz im Digitalen!



Digitale Ballast entsorgen: Räumen Sie Ihr Smartphone und Tablet mit einem einfachen Trick auf: Löschen Sie einfach alle überflüssigen Apps, die Sie über kurz oder lang als Zeitfresser identifizieren konnten und die keinen echten Mehrwert in Ihrem Beruf oder in Ihrem Leben darstellen – im Regelfall sind das alle Social-Media-Anwendungen wie Instagram, Twitter, TikTok und Facebook, vielleicht auch YouTube. Nutzen Sie den Großteil der Anwendungen stattdessen nur noch auf Ihrem Desktop-PC – aber nur die, die Sie beruflich oder privat benötigen oder wirklich nutzen. Tipp, um Ihnen diesen Schritt zu erleichtern: Sortieren Sie erstmal alle unwichtigen Apps auf die letzte Seite Ihres Anzeigen-Bildschirms auf dem Smartphone und beobachten Sie in den nächsten Wochen, wie häufig Sie diese aufrufen – dann löschen Sie alle auf den letzten Seiten.





Benachrichtigungs-Optimierung: Stellen Sie Ihr Smartphone konsequent auf lautlos und unterbinden Sie sämtliche Geräusche ihrer digitalen Wegbegleiter, zum Beispiel die lästigen Ping-Töne nach dem Erhalt von Nachrichten via E-Mail, WhatsApp/Signal oder Social Media. Verbieten Sie Ihrem Smartphone grundsätzlich die Möglichkeit von Push-Benachrichtigungen und antworten Sie nicht immer gleich, wenn Sie eine Kurznachricht, einen Social-Media-Like oder eine E-Mail erhalten. Behalten Sie den Impuls, unbedacht auf Nachrichten zu reagieren, unter Ihrer eigenen Kontrolle. Weiterer Tipp: Auch die Vibration Ihres Smartphones lässt sich komplett ausschalten, auch dies ist in der Regel ein wichtiger Schritt zu mehr Selbstwirksamkeit in der Nutzung digitaler Endgeräte.



Für digitale Minimalisten: In den Einstellungen Ihres Smartphones oder Ihres Tablets können Sie Ihre Bildschirmanzeige ganz einfach auf monochrom stellen – und sei es testweise für wenige Stunden. Es ist verblüffend festzustellen, wie viel geringer das eigene Suchtverhalten selbst bei Erwachsenen ist, wenn die Signalfarbe (rot) auf den digitalen Endgeräten in ein Schwarz-weiß-Design umgestellt wird. Geheimtipp: Auch die eingebaute Waage Ihres Smartphones lässt sich ausschalten, so dass der Bildschirm Ihres Smartphones nicht gleich zu leuchten beginnt, sobald Sie es in die Hand nehmen oder einfach nur bewegen.



Funkstille statt Dauer-Erreichbarkeit: Erwerben Sie auf dem Gebrauchtmärkte (z.B. bei ebay Kleinanzeigen) ein altes funktionstüchtiges Handy und tauschen es (gelegentlich) gegen Ihr Smartphone aus. Wenn es Ihr berufliches Umfeld zulässt, nutzen Sie das Mobiltelefon unterwegs dann nur noch zum Telefonieren oder höchstens für den Versand von SMS. Wenn das nicht gelingt, nutzen Sie zumindest privat einen alten „Knochen“ und informieren Ihre Freunde und Familie, dass Sie zu bestimmten Zeiten nur noch telefonisch, nicht aber per WhatsApp,

Signal oder per E-Mail erreichbar sind. Mit der Unerreichbarkeit tun Sie Ihrem Gehirn (und wahrscheinlich sogar Ihrem Freundeskreis) etwas Gutes, weil es weder Sie noch andere unter Zugzwang setzt. Erfahrungsgemäß wird Ihre Abstinenz mit Freude belohnt – mit einer „Joy Of Missing Out“ (JOMO). Simpel, aber effektiv ist es auch, die mobilen Daten zu bestimmten Zeiten einfach abzustellen – etwa in der Universitätsbibliothek, beim Einkaufen oder beim Wochenendtrip ins Schwimmbad. So kommen Sie gar nicht erst in die Versuchung, permanent Messenger-Dienste zu nutzen oder von unterwegs E-Mails zu verschicken. Tipp: Eine Steigerung dieses Experiments ist es, seinen Mobilfunkvertrag zu kündigen und ab sofort nur noch Prepaid-Karten zu nutzen.



Social-Media-Diät: Befreien Sie sich vom suchartigen Checken, Scrollen und Aktualisieren von Neuigkeiten in Nachrichten- und Social-Media-Apps, etwa Facebook, Instagram & Co. Seien Sie mutig und machen Sie eine mehrwöchige Nachrichten-Kur, bei der Sie sich darauf konzentrieren, nur einmal bis wenige Male am Tag (digitale) News-Medien zu nutzen, um auf den neuesten Stand zu kommen. Überlegen Sie im Anschluss, was Ihnen in dieser Zeit gefehlt hat oder was Ihnen entgangen ist – und wie viel Fast News Ihnen wichtig ist und guttut. Für Radikale: Wenn Sie zu den ganz Mutigen gehören, löschen Sie alle Social-Media-Accounts auf einmal oder fokussieren Ihre Aktivitäten auf maximal einen.



Ruhepausen: Vereinbaren Sie feste Auszeiten mit sich selbst, in denen das Smartphone und der PC vollkommen tabu sind, etwa nach Feierabend oder am Wochenende. Gehen Sie gezielt ohne Handy aus dem Haus und üben bewussten Verzicht von digitalen Medien an zuvor definierten Orten, etwa auf der Toilette, im Schlafzimmer oder beim Abendbrottisch. Solche ritualisierten Verbotszonen helfen, sich nicht selbst zu betrügen. Zusatztipp: Suchen Sie einen Ort, an dem Sie Ihr Smartphone für mehrere Stunden vor sich selbst "verstecken"; erst nach einer zuvor festgelegten Uhrzeit (Wecker stellen!) nehmen Sie es wieder hervor.





Digital Detox: Entgiften Sie Ihre Digitalnutzung ganz allgemein, indem Sie sich etwas Gutes tun, das nicht-digital ist – gehen Sie in der Natur spazieren, arbeiten Sie im Garten, gehen Ihrem Lieblings-Hobby nach, machen Sie Gymnastik, meditieren Sie oder faulenzten Sie ganz bewusst – und das alles ohne Handy-Kamera, WhatsApp oder Google Maps. Sie werden sehen, wie einfach das ist!

Vertrag mit sich selbst: Machen Sie einen „Digitalnutzungs-Deal“ mit sich selbst, in dem Sie kurz niederschreiben, welche souveräne Idealnutzung von digitalen Medien Sie sich im Vergleich zu Ihrem derzeitigen – vermutlich zu hohen – Digitalkonsum (s. Punkt 1 Bildschirm-Kontrolle) wünschen. Tipp: Notieren Sie dazu etwa eine maximale Stunden- bzw. Minutenzahl pro Tag und die gewünschte Häufigkeit und Art der Anwendungen („Ich möchte Facebook künftig insgesamt eine Stunde täglich nutzen und nicht häufiger als 20 Mal pro Tag aufrufen; ich möchte Inhalte nur liken, die ich wirklich verstanden habe“).



Achtsam bleiben: Blicken Sie hinter die Kulissen Ihrer genutzten digitalen Informationsquellen. Je besser Sie verstehen, was Nachrichtenangebote im Digitalen ausmacht, wer sie herstellt, was sie antreibt, welchen Zweck sie haben, desto mehr Transparenz gewinnen Sie darüber, wie Ihnen das Weltgeschehen vermittelt wird. Gehen Sie dabei quellenkritisch vor, prüfen Sie bei Zweifeln die Quelle durch einen Plausibilitäts-Check stets doppelt und wenden Sie sich niemals von professioneller Berichterstattung ab. Merke: Journalismus von Ihnen bekannten Medienmarken bleibt die zuverlässigste Informationsquelle im Netz – im Unterschied zu Hörensagen, Propaganda, Hasrede, Desinformation.



Fazit

Resilienz in der digitalen Gesellschaft

Glassener durch die Krise zu kommen bedeutet, die eigene Selbstwirksamkeit im Umgang mit digitalen Medien zu trainieren und dadurch dem Publikum zu einem aktiveren Handlungsrahmen zu verhelfen. Eine unserer Empfehlungen ist, dass professionelle Medien in Zukunft „digitale Beipackzettel“ formulieren, um beispielsweise die Entstehung der eigenen Berichterstattung transparenter zu machen, für eine konstruktivere Streitkultur sorgen, indem sie mehr zuhören und erklären, statt zu meinen. Dabei geht es um mehr „radikale Ehrlichkeit“ in den Medien, die eben auf das Vertrauen des Journalismus einzahlen kann. Dazu gehört das Eingeständnis von professionellen Fehlern und Unsicherheiten, die Offenlegung eigener Motive und der journalistischen Agenda, falls es eine gibt.

Virusängste, Kriege, Klimakatstrophe und der gesellschaftliche Wandel werden uns so schnell nicht loslassen – sicherlich werden sie uns dauerhaft begleiten. Und damit entsteht eine ungeahnte und unbekannte Herausforderung – und Verantwortung – für diejenigen, die uns diese Themen näherbringen, darüber Bericht erstatten, uns erklären, wie wir uns pragmatisch dazu verhalten sollten und das Geschehen in größere Zusammenhänge einordnen, womöglich Perspektiven aufzeigen, wie es weitergeht. Die Medien können mit einer soliden, faktenorientierten und ausgewogenen Berichterstattung der weit verbreiteten Haltung „Ändern kann ich ohnehin nichts“ entgegenwirken – auch wenn sie sich nicht hinreißen lassen sollten, selbst zu Gestalter:innen zu werden; denn das wäre Aktivismus, kein Journalismus.

Wir beschäftigen uns mit Krisenkommunikation seit der 9/11-Berichterstattung, also seit nunmehr 21 Jahren. Damals waren die entscheidenden Massenmedien Fernsehen

und Radio. Sie trugen zur gesellschaftlichen Verarbeitung der Krise maßgeblich bei. Sie konnte man auch eher mal abschalten. Mit dem Smartphone interagieren wir heutzutage ständig: lesen Nachrichten, kommunizieren privat und beruflich, scrollen durch die sozialen Medien. Das massenhaft genutzte Krisenkommunikationsmedium Nummer eins ist – fast über alle Altersgruppen und soziale Schichten hinweg – inzwischen das Internet und seine digitalen Ausspielkanäle. Diese triggern bei den Menschen verschiedene Emotionen wie Freude und Verbundenheit, aber auch Angst und Ärger. Man könnte zugespitzt sagen, dass das Smartphone inzwischen Bestandteil unseres Bewusstseins ist, da die Informationen, die uns darüber erreichen, uns sehr viel stärker nahegehen – kognitiv und psychisch – als das vorher bei Fernsehen und Radio der Fall war.

Wenn wir über Resilienz in der digitalen Gesellschaft nachdenken, stellt sich die Häufung von Krisen und der damit verbundene, teils emotionalisierte Mediengebrauch als gesamtgesellschaftliche Aufgabe dar. Unsere Befragungsergebnisse deuten darauf hin, dass es in der Bevölkerung nicht nur eine generelle Überforderung im Umgang mit Krisen auf vielen Ebenen gibt, sondern wir beobachten eine weit verbreitete Ohnmacht, die mit einer gewissen Hilflosigkeit einhergeht. Diesem schädlichen Effekt sind vor allem solche Menschen ausgesetzt, die digital engagiert sind, aber erst noch lernen müssen, in ihrer Mediennutzung resilient zu werden. Unser dringlicher Appell ist es, angesichts von digitalem Suchtverhalten, Depressionen und Nachrichtenvermeidung neue ganzheitliche Ansätze, Methoden und Werkzeuge zur Resilienzsteigerung zu entwickeln. Denn bei dieser Herausforderung geht es um nichts weniger als die Vulnerabilität der Gesellschaft – und damit die Resilienz unserer Demokratie.



10 Handlungsempfehlungen: Digitale Resilienz als soziale Metakompetenz

Miteinander reden: Digitale Resilienz zur Stärkung einer wehrhaften Demokratie muss im vordigitalen bzw. vormedialen Raum ansetzen; daher gilt es, verstärkt in Krisen- und Kriegszeiten (analoge) Angebote und physische Orte der Begegnung und des Dialogs zu schaffen („Townhall-Meetings“, „Dörphuus Dialoge“), die gerade in der Fläche bzw. in der Region einen vertrauensvollen Meinungsaustausch fördern.



Digitaler Minimalismus: In der gezielten Einschränkung digitaler Mediennutzung liegt eine Chance, den souveränen Umgang im Digitalen zu fördern und etwaigem Suchtverhalten vorzubeugen, auch lässt sich so dem „Digitalmanagement“ sozialer Kontakte begegnen. Durch alternative soziale Bindungen (Face-to-Face-Varianten der Sozialisation) kann ein wirksamer Ausgleich zu reinen Online-Beziehungen geschaffen werden.



Digitale Arbeit: Digitalisierung verspricht Effizienzsteigerung und schlankere Arbeitsprozesse, etwa durch Überwindung von Raum und Zeit oder (Teil-) Automatisierung. Im Berufsalltag ausgeblendet werden oft die sozialen Bedürfnisse der Mitarbeitenden, u.a. im Hinblick auf Teamarbeit, die allgemeine Arbeitszufriedenheit und persönliche Leistungsgrenzen. Auch digitale Arbeit muss das Miteinander in den Mittelpunkt stellen und sozialen Austausch ermöglichen, ihn bestenfalls stärker ins Blickfeld rücken.





Mental Health: Mentale Gesundheit sollte im beruflichen und privaten Umfeld kontinuierlich gestärkt werden, insbesondere durch präventive Maßnahmen am Arbeitsplatz, um ein Überlastungssyndrom zu vermeiden. Mehr Achtsamkeit sorgt für ein ausgewogenes Verhältnis zwischen dem, was digital machbar erscheint und einer individuellen Selbstwirksamkeit.



Empathischer Krisendialog: Um Hoffnung und Orientierung zu geben, können professionelle Medien den Menschen beistehen und sie befähigen, in Krisen zu Gestalter:innen zu werden, die ihr Schicksal in die Hand nehmen. Ein Wirschaffen-das-Gefühl ist dabei weniger entscheidend als das empathische Zuhören und der konstruktive Krisendialog im Digitalen.



Resilienz-Zentren fürs Digitale: Zur Festigung der Demokratie-Resilienz gehört eine Infrastruktur, in der Medien- und Nachrichtenkompetenz speziell für Krisensituationen entwickelt wird, um einerseits die Resilienz der Mediennutzenden, aber auch die der Medienschaffenden zu fördern. Hierzu ist eine Förderkulisse und ein Regulierungsbedarf erforderlich, der zivilgesellschaftlichen und ehrenamtlichen Initiativen den Ausbau und Einstieg in einschlägige Bildungs- und Resilienzprogramme erleichtert.



Medienrituale: In der Digitalisierungskompetenz aufgehoben sein kann auch der niedrigschwellige Austausch und die Selbstreflexion über das eigene Handeln, Gewohnheiten, Habitualisierungen, Rituale in digitalen Medien. Ein regelmäßiges Gespräch mit Gleichgesinnten hilft, den Alltag zu strukturieren, Anpassungs- und Aktualitätsdruck zu überwinden, aber auch Räume zum Nachdenken zu schaffen, die dem ‚Abschalten‘ dienen.

Resilienter Journalismus: Eine resiliente digitale Gesellschaft ist auf einen resilienten Journalismus angewiesen, ohne den das Nachrichten-Ökosysteme nicht mehr auf Fakten, sondern auf Stimmungen basieren würde. Zugleich ist es entscheidend, dass dieser Journalismus auch die Effekte journalistischer Berichterstattung auf das Publikum und wiederum deren Medien-Resilienz im Sinne einer Verantwortungsethik mitdenkt.



Digitales Bewusst-Sein: Digitale Technologie wahllos zu nutzen, kann im Hinblick auf das soziale Füreinander problematisch sein. Sich digital zu engagieren, jüngere und ältere Menschen einzubeziehen, für sich und seine familiären Bindungen vorzusorgen, stärkt dagegen das Bewusstsein, sich mit dem eigenen Wirkungsradius zu befassen, digital aktiv zu werden und einen Unterschied im Einsatz für die gesellschaftliche Verbundenheit zu machen.



Humanistische Digitalisierung: Eine menschenzentrierte Ausgestaltung der digitalen Transformation ist entscheidend für das Gemeinwohl – nicht erst auf lange Sicht, sondern gegenwärtig. Fernab von rein kapitalistisch getriebenen Technologievisionen sollte es stets um den ganzheitlichen Blick auf das Innovationsgeschehen gehen, fokussiert auf Fragen der digitalen Nachhaltigkeit und zum Wohle der Gesellschaft; dies schützt die Menschen vor Unwuchten in Krisen und stärkt ihre digitale Resilienz als soziale Meta-kompetenz.



Die Autoren

Dr. Leif Kramp

ist Forschungskoodinator des Zentrums für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI) an der Universität Bremen. Der promovierte Medienkulturwissenschaftler und Journalismusforscher begleitet den Wandel der digitalen Medienumgebung seit über 20 Jahren an der Schnittstelle von Wissenschaft und Praxis. Dabei liegt ihm besonders am Herzen zu entschlüsseln, wie das Zusammenspiel von Trieb- und Beharrungskräften mediales Handeln verändert. Kramp gehört zum Gründungsvorstand des Vereins für Medien- und Journalismuskritik (VfMJ), der die VOCER-Bildungsprogramme trägt. Darüber hinaus ist er seit 2018 Mitglied der Nominierungskommission des Grimme Online Awards. In mehr als 30 Büchern und Studien hat er sich mit der Transformation der Medien und des Journalismus beschäftigt. Vor seiner akademischen Laufbahn arbeitete er als Journalist für regionale und überregionale Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften, Online-Portale und Fachmedien mit den Schwerpunkten Medien, Kultur und Gesellschaft.



Dr. Stephan Weichert

setzt sich als Medienwissenschaftler und Publizist mit den Folgen der Digitalisierung für Gesellschaft, Demokratie und Politik kritisch auseinander. Nach 20 Jahren als Hochschullehrer und Leiter verschiedener Studiengänge und Weiterbildungsprogramme gründete Stephan Weichert gemeinsam mit dem Journalisten Alexander von Streit 2020 das unabhängige VOCER Institut für Digitale Resilienz. Parallel zu seiner Karriere als Professor und Medienforscher arbeitete Weichert als Autor und freischaffender Journalist für verschiedene deutsche Tages- und Wochenzeitungen, Hörfunk und Online. 2009 gründete er den gemeinnützigen Think & Do Tank VOCER, der sich für journalistische Nachwuchsförderung und nachhaltige Innovationen in den Medien einsetzt. Weichert hat mehr als 30 Bücher zur digitalen Transformation veröffentlicht und herausgegeben, zuletzt ist der Essayband „Resilienter Journalismus. Wie wir den öffentlichen Diskurs widerstandsfähiger machen“ (2022) erschienen. Davor hat er als Regisseur im Auftrag des WDR die 45-minütige TV-Dokumentation „Medienmacher von morgen. Eine Deutschlandreise ins Digitale“ (2021, 3sat, Eco Media) hergestellt. Weichert engagiert sich in zahlreichen Verbänden und Jurys, u.a. war er Jurymitglied des Adolf-Grimme-Fernsehpreises und stellvertretender Beiratsvorsitzender des Weizenbaum-Instituts für die vernetzte Gesellschaft. Er ist Gründungsmitglied des Forums gemeinnütziger Journalismus. Für seine herausragenden journalistischen Veröffentlichungen zur digitalen Transformation erhielt er 2014 den Medienethik Award.



Impressum

Kramp, Leif; Weichert, Stephan (2022): Wie resilient sind wir im Netz? Abschlussbericht zur Grundlagenstudie „Digitale Resilienz in der Mediennutzung“.

Erscheinungsdatum: 20. Dezember 2022

VOCER Institut für Digitale Resilienz, Hamburg

Das gemeinnützige VOCER Institut für Digitale Resilienz befasst sich seit 2021 unter den Vorzeichen der digitalen Transformation besonders mit individuellen, organisationalen und gesellschaftlichen Herausforderungen in Krisensituationen. Mitgegründet von Alexander von Streit und Stephan Weichert befähigt das Institut durch einen ganzheitlichen Bildungs- und Beratungsansatz Menschen und Organisationen, im digitalen Medienwandel zu bestehen und widerstandsfähiger zu werden. Es bietet in diesem Umfeld eine Medienakademie sowie unterschiedliche Workshops und Veranstaltungen an, in denen konkrete Strategien für eine resiliente Unternehmenskultur erarbeitet werden. Mehr unter: <https://digitale-resilienz.org>

Das VOCER Institut für Digitale Resilienz bedankt sich für die Unterstützung durch den Wort & Bild Verlag, Baierbrunn.

Studie „Digitale Resilienz in der Mediennutzung“

In einer Grundlagenstudie des gemeinnützigen VOCER Instituts für Digitale Resilienz untersuchen die Medienforscher Leif Kramp (ZeMKI, Universität Bremen) und Stephan Weichert (Institut für Digitale Resilienz, Hamburg), wie deutsche Mediennutzende ihre Resilienz in Bezug auf ihr digitales Medienhandeln steigern können: Zunächst wurde in Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut Forsa eine Repräsentativbefragung durchgeführt. Der Berichtsband wurde im Juli 2022 veröffentlicht. Anschließend wurden aus den 1.001 Befragten anschließend 53 Personen ausgewählt, um mit ihnen qualitative Tiefeninterviews zu führen. Hierbei lag der Schwerpunkt auf Aspekten des persönlichen Wohlbefindens und der Kenntlichkeit journalistischer Inhalte sowie auf den unterschiedlichen Coping-Strategien hinsichtlich ihrer Nutzung digitaler Medien im Allgemeinen und sozialer Netzwerke im Besonderen. Der Berichtsband wurde im September 2022 veröffentlicht. Die Befragungsergebnisse wurden daraufhin mit Redaktionsmitgliedern eines deutschen Verlagshauses im Hinblick auf ihre Implikationen für die redaktionelle Innen- und Außenperspektive diskutiert und Schlüsse für die Transformation journalistischer Rollenbilder, Zielgruppenstrategien und die Redaktionsorganisation gezogen.

Verlag

VOCER Institut für Digitale Resilienz
Postfach 20 14 54 | 20204 Hamburg / Germany
info@digitale-resilienz.org | www.digitale-resilienz.org



**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