

Andrea C. Hoffmann

Was der Krieg mit uns macht – Über die psychologischen Auswirkungen der Kriegsberichterstattung

Zusammenfassung: Die psychischen Auswirkungen von Kriegsberichterstattung auf das Medienpublikum können sowohl positive als auch negative Effekte nach sich ziehen. Zu Beginn eines Konflikts überwiegen die positiven Effekte der aktiv aufgesuchten Nachrichtenangebote wie die Stillung von Informations- und Orientierungsbedürfnissen oder auch ein als angenehm erlebter Nervenkitzel. Mit zunehmender Dauer drohen durch das kontinuierliche emotionale Engagement jedoch negative Gefühle wie Furcht und Stress überhandzunehmen, die der Medienutzer als psychisch belastend erlebt. In Folge kommt es zu Abwehrstrategien wie Vermeidungsverhalten gegenüber Kriegsnachrichten, die dem Zweck dienen, den Betrachter von den unerwünschten psychischen Auswirkungen exzessiver Kriegsberichterstattung zu schützen.

1 Gefühlte Kriegsbeteiligung

Als Bundeskanzler Olaf Scholz am 27. Februar 2022 seine Regierungserklärung abgab und dabei erstmals das Wort „Zeitenwende“ in den Mund nahm, war der Krieg in der Ukraine genau drei Tage alt. Seitdem kannten die Nachrichtenkanäle kein anderes Thema mehr: Pausenlos wurde in den ersten Kriegstagen vom russischen Angriff auf die Ukraine und von den Verteidigungsanstrengungen des Landes berichtet. „Ich weiß genau, welche Fragen sich die Bürgerinnen und Bürger abends am Küchentisch stellen, welche Sorgen sie umtreiben angesichts der furchtbaren Nachrichten aus dem Krieg“, sagte Scholz in seiner Rede vor dem Deutschen Bundestag: „Wir erleben eine Zeitenwende. Und das bedeutet: Die Welt danach ist nicht mehr dieselbe wie die Welt davor.“ (Scholz 2022).

Der Kanzler sollte Recht behalten: Seit Kriegsbeginn leben die Deutschen in einer neuen Realität. Dabei hat sich ihr Alltag größtenteils nicht verändert. Weder in Berlin noch in Köln wurden je Luftangriffe beobachtet oder russische Panzer gesichtet. Trotzdem hatten die Deutschen gerade zu Beginn das Gefühl, plötzlich „im Krieg“ zu sein, viele machten sich Sorgen. Die mediale Berichterstattung über den Krieg war die Ursache dafür.

In den ersten Wochen nach der Invasion der Ukraine waren die Medien voll mit Kriegsberichten – und die Menschen konsumierten sie ausgiebig, oftmals viele Stunden am Tag. Diese Aktivität blieb nicht ohne Auswirkung auf ihr Wohlbefinden und ihre Stimmung (Klump 2022). Aber welche psychologischen Effekte hatte die ausgiebige Hinwendung zum medialen Kriegsgeschehen? Und wie veränderten sich diese Effekte sowie das Mediennutzungsverhalten mit fortschreitender Dauer des Ukraine-Konflikts?

In diesem Beitrag werden wir unser Augenmerk zuerst auf die positiven Effekte der Kriegsberichterstattung legen, die meist zu Beginn eines Kriegs oder einer Krise überwiegen. Wir explorieren, welche Faktoren zu einem besonders intensiven emotionalen Engagement beim Mediennutzer beitragen – und wie es mit zunehmender Dauer oder bei starker Intensität auch negative Gefühle auszulösen vermag.

2 Gratifikationen durch Kriegsberichterstattung

Unmittelbar nach Kriegsbeginn stürzten sich die Menschen regelrecht auf Nachrichtenangebote, die den Konflikt thematisierten. Laut einer Studie der ZDF-Medienforschung gaben 43 Prozent der Befragten an, im März 2022 mehr Nachrichten zu konsumieren als normalerweise – und gemäß ihrer subjektiven Wahrnehmung sogar noch mehr als zu Beginn der Corona-Pandemie. Diese Wahrnehmung deckt sich allerdings nicht ganz mit den gemessenen Nutzungszahlen, die bei beiden Krisen einen vergleichbaren Anstieg der Nutzung von TV-Nachrichten verzeichnet (Klump 2022).

Die Kommunikationswissenschaft liefert verschiedene Erklärungsansätze dafür, dass Nachrichten über das Geschehen in der Ukraine in den ersten Kriegstagen Hochkonjunktur hatten: Der Uses and Gratifications-Ansatz, der nach dem „Nutzen“ bzw. der „Belohnung“ für die Zuwendung zu Medieninhalten fragt, diskutiert im Hinblick auf die Kriegs- und Krisenberichterstattung verschiedene mögliche Gratifikationen:

- *Informationsgratifikation*: Das Publikum erhält durch die medialen Berichte über den Krieg eine Fülle von Information über beteiligte Parteien, über die Ursachen und Auswirkungen des Konflikts, welche ihm helfen, die Ereignisse einzuordnen und für sich zu deuten (Rubin 1984).
- *Unterhaltunggratifikation*: Kriegsnachrichten können zur Unterhaltung beitragen, da das Publikum mit ihnen Dramatik, emotionale Erregung und Spannung erlebt (Perse und Courtright 1993).
- *Identitätsgratifikation*: Die Nachrichten über den Krieg stärken die Identität des Publikums, indem sie ihm das Gefühl der Zugehörigkeit zu einer be-

stimmten Konfliktpartei vermitteln, wie in diesem Fall zu der Gruppe der Verbündeten der Ukraine (Katz et al. 1974).

- *Interaktionsgratifikation*: Kriegsberichterstattung kann als Gesprächsanlass dienen; der Mediennutzer wird durch sie befähigt, an den Gesprächen „am Küchentisch“ teilzunehmen, Fakten beizusteuern und seine Meinung gegenüber anderen argumentativ zu vertreten (Katz et al. 1974).

Aus der Perspektive des Uses and Gratifications-Ansatzes ist der verstärkte Konsum von Nachrichteninhalten, die mit dem Kriegsgeschehen in Verbindung stehen, in den ersten Kriegstagen also einen erhöhtem Orientierungsbedürfnis geschuldet. Diese Befunde decken sich mit späteren Untersuchungen, wie etwa einer kulturvergleichenden Studie in den USA und in Südkorea, die ähnliche Gratifikationen annimmt:

- *Befriedigung von Neugierde*: Die Kriegsberichterstattung erlaubt es dem Publikum, seine Wissenslücken bezüglich des neuen Konflikts zu schließen.
- *Erhöhung des Wissens über politische Angelegenheiten*: Die Leser oder Zuschauer erweitern durch die Mediennutzung ihr Wissen über Hintergründe und Zusammenhänge des Konflikts.
- *Bestätigung von politischen Überzeugungen*: Wenn die Kriegsberichterstattung mit den eigenen Überzeugungen übereinstimmt, kann dies zur Untermauerung der eigenen Ansichten und zu einer Stärkung des politischen Engagements führen.

Wie die Stärkung der eigenen Überzeugungen in ein gesteigertes politisches Engagement mündete, war in Deutschland in den ersten Wochen nach Beginn des Ukraine-Krieges anschaulich zu beobachten: Unter den medialen Eindrücken zeigten die Menschen eine erhöhte Bereitschaft, Geflüchteten aus dem Kriegsgebiet zu helfen und diese bei sich zu beherbergen. Auch der Wille, der Ukraine umfangreiche Militärhilfe zu gewähren, war ein Novum für die Deutschen; sogar Parteien mit einer dezidiert pazifistischen Tradition wie Bündnis90/Die Grünen machten sich diese Position zu eigen.

Die Ereignisse in der Ukraine und ihre mediale Darstellung lösten eine starke emotionale Betroffenheit in der Bevölkerung aus. Diese Betroffenheit liegt in der Dramatik der Medieninhalte begründet: Im Krieg wird geschossen und gestorben. Menschen kämpfen um ihr Überleben, sie werden verletzt, Menschen fliehen aus ihrer Heimat, sie sind militärischer Aggression und Willkür ausgesetzt. Von ihrem Leid zu erfahren, rührt uns hinter unseren Fernsehgeräten oder Computerbildschirmen an. Fast noch aufwühlender ist jedoch der Gedanke, dass die Bedrohung sich ausweiten und auch uns selbst betreffen könnte. Dass wir latent in Gefahr schweben und uns ein Schicksal wie das der Ukrainer selbst ereilen könnte, ver-

setzt uns in einen Zustand der inneren Alarmbereitschaft, der sich physisch in einem erhöhten neuronalen Erregungsniveau manifestiert (Zillmann 2013).

3 Suche nach emotional aufgeladenen Inhalten

Für die Hinwendung zu solch emotional aufgeladenen und zum Teil angsteinflößenden Medieninhalten liefert die Arousal-Theorie von Zillmann und Bryant (1985) einen interessanten Erklärungsansatz, der sich auf Kriegsnachrichten gut anwenden lässt (Zillmann 2000; Knobloch-Westwick und Kepplinger 2006). Diese Theorie geht davon aus, dass wir einen Anstieg der neuronalen Erregung als angenehm „erregend“ empfinden – und dass die Herstellung dieses Zustandes ein Hauptmotiv für die Mediennutzung darstellt, insbesondere für die Hinwendung zu Fernsehen bzw. Bewegtbildmaterial (Zillmann 2013). Die Medienindustrie macht sich diesen „Durst“ nach physiologischer Stimulierung zunutze: Jeder Spielfilm, aber auch jeder Nachrichtenclip zielt darauf ab, uns als Zuschauer emotional zu „packen“, damit wir unsere Exposition gegenüber dem Medium fortsetzen. Denn dass wir uns angeregt fühlen, ist die Grundvoraussetzung für unsere Bereitschaft, unsere Aufmerksamkeit auf die präsentierten Inhalte zu lenken.

Ein Krieg wiederum ist aus der Perspektive der Arousal-Theorie ein sehr anregendes, aber auch aufwühlendes Ereignis. Wenn sich die Zuschauer direkt mit den vom Kriegsgeschehen betroffenen Personen identifizieren und Empathie für sie empfinden, kann das Betrachten der entsprechenden Berichterstattung starke physiologische Reaktionen hervorrufen. Das gesteigerte Interesse in der Anfangsphase eines Krieges ist demnach dadurch zu erklären, dass die Hinwendung beim Publikum ein höheres Erregungsniveau auslöst und dieses aufrecht erhält (Knobloch-Westwick und Kepplinger 2006).

Erhöhte Erregung kann vom Publikum bis zu einem gewissen Maß als angenehm oder anregend empfunden werden, etwa wenn wir uns einem spannenden Film ansehen. Wichtig ist jedoch, dass das Erleben der physiologischen Erregung aus Sicht der Arousal-Theorie nicht zwangsläufig positiv ist. Ganz im Gegenteil: Ist die Intensität der Erregung zu hoch oder die Dauer der Exposition zu lang, so kann negatives Erleben wie Furcht oder Stress damit einher gehen.

Ob und wann diese Erfahrung umschlägt, ob also aus einer positiv erlebten Stimulierung ein Erleben mit negativen psychischen Folgen wird, ist individuell verschieden und unterliegt unterschiedlichen Einflussfaktoren. Wichtig ist zum einen die bereits erwähnte Dauer und Intensität der Exposition gegenüber Kriegsnachrichten: Eine längere und intensivere Exposition kann zu stärkeren psychischen Auswirkungen wie Stress, Angst, Verstimmung oder Depression führen als

eine kürzere, weniger intensive Exposition. Dies mag der Grund dafür sein, dass Nachrichten über das Kriegsgeschehen erst längere Zeit nach dem Auftreten des Konflikts als unangenehm, deprimierend oder negativ wahrgenommen werden, während sie in den ersten Tagen und Wochen noch positiv erlebt werden.

Ein weiterer wichtiger Faktor ist die Persönlichkeitsdisposition des Mediennutzers: Wie viel „Nervenkitzel“ oder „Spannung“ dieser sucht und verträgt, hängt maßgeblich von seinem oder ihrem Charakter ab: Die Spannweite reicht dabei von den sogenannten „sensation seekers“, also Menschen, die stets auf der Suche nach neuen Umweltreizen und Erfahrungen sind und deswegen möglicherweise von erhöhter Erregung angezogen werden (Zuckerman 1994), bis zu „Hypersensitiven“, die sensibel auf zu viele Reize reagieren, sich von diesen überfordert fühlen und sich tendenziell lieber abschotten, da sie stärker von negativen Emotionen betroffen sind (Acevedo et al. 2014).

Außerdem spielt die momentane kognitive und affektive Verarbeitungskapazität der Mediennutzer für Kriegsnachrichten eine Rolle: Einige Menschen können situativ bedingt besser mit den aufwühlenden Kriegsnachrichten umgehen, weil ihr persönliches Stresslevel gerade niedriger ist. Befindet sich der Mediennutzer hingegen in einer schwierigen Lebenssituation, ist er oder sie psychisch labil oder hat bereits eine traumatische Vorerfahrung, so kann er oder sie wiederholte Exposition von Kriegsnachrichten als belastend empfinden und möglicherweise eher negative psychische Reaktionen zeigen (Rutter et al. 2020; Delhomme et al. 2012).

Nicht jede intensive oder kontinuierliche Exposition gegenüber Kriegsnachrichten führt zwingend zu negativen psychischen Folgen. Sicher ist aber, dass Kriegsberichte, denen sich der Zuschauer kurz nach dem Auftreten des Konflikts zuwendet, als positiver erlebt werden als die Berichterstattung über das Kriegsgeschehen zu einem späteren Zeitpunkt. Ja, es scheint, als erreiche die Kriegsberichterstattung, die anfangs vom Publikum aktiv gesucht wird, um Informations- und Orientierungsbedürfnisse zu befriedigen sowie um das Identitätsgefühl zu stärken, oder einfach, um einen Nervenkitzel in Form von positiv erlebter physischer Erregung zu erfahren, irgendwann einen Kipppunkt in der Gunst der Betrachter. Wenn diese Saturierung eingetreten ist, befriedigen die Berichte nicht länger wichtige Bedürfnisse der Mediennutzer, sondern belasten diese. Dann schlägt die Erfahrung ins Negative um.



4 Sekundäre Traumatisierung durch Kriegsberichte

Zu den möglichen negativen Folgen einer intensiven und lang anhaltenden Exposition gehören Stimmungsstörungen, Angstzustände, Schlafstörungen und Depressionen (Holman et al. 2014). Diese können insbesondere dann auftreten, wenn die Zuschauer die Hoffnung auf eine positive Entwicklung verlieren und sich hilflos gegenüber dem Kriegsgeschehen fühlen. Die Überzeugung, dass das Geschehen nicht beeinflussbar und das eigene Handeln folglich irrelevant ist, führt zu einer pessimistischen Grundstimmung und Ohnmachtsgefühlen. In der Psychologie gilt das Konzept der gelernten Hilflosigkeit (Sigmund 2000), bei dem die Betroffenen in einer Art Lähmung verharren, weil sie die Hoffnung verloren haben, dass ihr Handeln die erhoffte Wirkung zeigen wird, zudem als wichtiger Erklärungsansatz für das Auftreten von Depressionen.

Im schlimmsten Fall kann die kontinuierliche Konfrontation mit belastenden Kriegsbildern oder mit Gewaltszenen beim Mediennutzer zu Symptomen einer posttraumatischen Belastungsstörung (PTBS) führen. Da der Mediennutzer dem Geschehen nicht unmittelbar ausgesetzt ist, sondern die verstörenden Eindrücke medial vermittelt beobachtet, spricht man von sekundärem traumatischem Stress, sekundärer Traumatisierung oder „vicarious trauma“ (dt. „stellvertretendes Trauma“, Pearlman und Saakvitne 1995; Jenkins und Baird 2002). Diese Symptomatik liegt vor, wenn ein Mediennutzer verstörende Medieninhalte imaginiert, ohne dies zu intendieren. Oft treten diese unerwünschten Imaginationen nachts in Form von Träumen auf und können Schlafstörungen verursachen. Die Episoden gehen mit Angstzuständen, Depressionen und sozialem Rückzug einher (World Health Organization 2014; Berslau 2009).

Die Exposition gegenüber verstörenden Inhalten in den Medien zählt zwar – mit Ausnahme einer professionellen Exposition – nicht offiziell zu den Auslösern von PTBS (American Psychiatric Association 2013). Trotzdem wurde die Verbindung dieser indirekten Exposition gegenüber traumatisierenden Inhalten durch die Medien mit akuten Stresssymptomen nachgewiesen, die vergleichbar und teilweise sogar stärker sind als die durch eine direkte Exposition gegenüber traumatisierenden Stimuli hervorgerufen werden (Holman et al. 2014). Das Auftreten von Stress-Symptomen nach einer medialen Exposition gegenüber verstörenden Inhalten wiederum wurde mit negativen Auswirkungen auf die physische und psychische Gesundheit in Verbindung gebracht (Silver et al. 2013; Holman et al. 2008).

Besonders gut wurde die traumatisierende Wirkung von Medieninhalten im Zusammenhang mit der Berichterstattung über die Terroranschläge in New York am 11. September 2001 und die darauffolgende US-Invasion im Irak untersucht. Sil-

ver et al. (2013) konnten in einer Langzeitstudie nachweisen, dass US-Bürger, die die Berichterstattung über die Terroranschläge und den Krieg besonders intensiv verfolgten und über vier Stunden täglich fernsahen, noch zwei oder drei Jahre nach der Exposition eine erhöhte posttraumatische Stressbelastung aufwiesen.

Vor allem Menschen, die bereits traumatische Vorerfahrungen haben, sind anfällig dafür, durch die Medienberichterstattung über verstörende Inhalte erneut traumatisiert zu werden: Offenbar kommt es bei wiederholter Exposition zu keiner Habituation, sondern zu einem kumulativen Effekt (Garfin et al. 2015). Die traumatische Vorerfahrung muss allerdings nicht direkt sein, um diesen kumulativen Effekt nach sich zu ziehen. Sie kann vielmehr durch die mediale Berichterstattung ausgelöst worden sein. So zeigte sich bei einer vergleichenden Untersuchung von Mediennutzern in New York, die die Terroranschläge vom 11. September 2001 medial oder live miterlebt hatten, und von solchen Mediennutzern in Boston, die den dortigen Terroranschlag auf den Stadtmarathon medial oder live miterlebt hatten, dass die physische Nähe zum traumatisierenden Ereignis eine untergeordnete Rolle spielte (Garfin et al. 2015): Sowohl Menschen, die von den Ereignissen aus den Medien erfahren hatten, als auch solche, die sie live erlebt hatten, wiesen eine posttraumatische Symptomatik auf.

5 Kipppunkt der Kriegsberichterstattung

In der deutschen Bevölkerung verschlechterte sich die Stimmung einige Wochen nach Ausbruch des Ukraine-Krieges erheblich: Die ZDF-Zuschauerforschung stellt im März 2022, rund drei Wochen nach Kriegsbeginn, ein hohes Maß an Belastung durch die Kriegsnachrichten und Ängste vor den Folgen des Krieges fest (Klump 2022). Diese Sorgen manifestierten sich auf mannigfaltige Weise: Einige Menschen begannen, Nahrungsvorräte anzulegen, andere besorgten sich Jod-Tabletten, um für den Fall eines Atomkrieges gewappnet zu sein, und wieder andere (der Autorin bekannten Personen) horteten daheim Bargeld und beantragten Pässe für ihre minderjährigen Kinder, um in dem Fall, dass die russische Aggression sich auch auf Deutschland richten würde, schnell die Flucht ergreifen und Deutschland verlassen zu können.

Auch unter den Jugendlichen in Deutschland schlug die Stimmung um: Rangierte im Vorjahr noch der Klimawandel auf dem ersten Rang der wichtigsten Themen, so bekundeten bei einer Befragung des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest einige Monate nach Kriegsbeginn unter 1000 Jugendlichen 78 Prozent der Befragten, dass sie den Ukraine-Krieg für das wichtigste Thema hielten. Die Frage, ob sie sich Sorgen um den Frieden in Europa machen,

bejahten 78 Prozent der 14- bis 19-Jährigen. 73 Prozent fürchteten, dass der Ukraine-Krieg eine schlechtere Zukunft nach sich zieht und 58 Prozent hatten Angst, dass es auch in Deutschland zum Krieg kommen wird (Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest 2022).

Der rapide und messbare Stimmungseinbruch liegt auch in einem Gefühl der Überforderung begründet, die der kontinuierliche Strom an Nachrichten über das Geschehen in der Ukraine auslöst. Das zugrunde liegende Phänomen wird Informationsmüdigkeit („information fatigue“) genannt: Die Mediennutzer fühlen sich durch die stetige Informationsflut belastet und erfahren durch sie chronischen Stress. Dieses Empfinden kann wiederum zu einer Verkürzung ihrer Aufmerksamkeitsspanne bei der Exposition führen: Die Mediennutzer nehmen die Kriegsinformationen dann nur noch oberflächlich auf, ohne sich emotional zu engagieren. Darunter leidet allerdings die Verarbeitungstiefe, sprich die Fähigkeit, die Information zu verstehen, sie mit vorhandenen Wissensbeständen zu verbinden, sie auf dieser Grundlage zu deuten und sie zu erinnern (Radechovsky und Schumann 2023)

Angesichts der vielfältigen negativen Auswirkungen, die kontinuierliche Kriegsberichterstattung auf die Psyche der Mediennutzer haben kann – und wenige Wochen nach Beginn des Ukraine-Krieges offenbar zumindest in Teilen der deutschen Bevölkerung auch hatte, erstaunt es kaum, dass die Betroffenen Strategien entwickeln, um sich vor diesen ungewollten Effekten zu schützen. Vermeidungsverhalten, in Bezug auf das Vermeiden von Nachrichten auch „news avoidance“ genannt, beinhaltet den aktiven und bewussten Rückzug von Nachrichten (Skovsgaard und Andersen 2020). Die Menschen meiden Tageszeitungen sowie Informationsangebote im Internet, sie schalten Radio- oder Fernsehgeräte ab, wenn dort Nachrichten gesendet werden. Der Mechanismus, der im Hinblick auf die Kriegsberichterstattung dahintersteht, ist simpel: Indem Mediennutzer verstörende Nachrichten, Bilder oder Videos aus dem Krieg gezielt aus ihrem Leben verbannen, entgehen sie den negativen psychologischen Effekten, die diese Medienhalte hervorrufen können.

Nach dem Digital News Report des Reuters Institut 2023 versuchte im zweiten Kriegsjahr jeder zehnte erwachsene Internetnutzer in Deutschland aktiv, Nachrichten zu vermeiden. 65 Prozent der Befragten versuchen dies immerhin gelegentlich (Newman 2023). Frauen vermeiden nach dieser Erhebung im weltweiten Durchschnitt öfter Nachrichten als Männer (39 % versus 33 %), was die Vermutung nahelegt, dass Frauen stärker unter negativen psychischen Folgen durch Nachrichten-Exposition leiden. Dieser Zusammenhang müsste jedoch empirisch überprüft werden. Während rund die Hälfte der Vermeider (53 %) Nachrichten-Angeboten generell aus dem Weg gehen, versucht ein Drittel (32 %) ganz gezielt bestimmten Themen zu meiden. Am häufigsten wurde dabei der Ukraine-Krieg genannt: Vier von zehn Mediennutzern (39 %) geben an, die Kriegsnachrichten möglichst nicht zu konsumieren. Am stärks-

ten ist die Ablehnung in Ländern, die sich geographisch in unmittelbarer Nähe des Konflikts befinden – und wo die emotionale Betroffenheit, die Kriegsnachrichten auslösen, am stärksten sein dürfte. In Finnland versuchten 75 Prozent der Befragten Nachrichten über den Ukraine-Konflikt zu meiden; in Deutschland waren es immerhin 52 Prozent (Newman 2023).

Solch aktives Vermeidungsverhalten gegenüber Kriegsnachrichten kann zunächst zu einer kurzfristigen Entlastung der Mediennutzer führen, da sich diese einer weiteren Exposition gegenüber belastenden Inhalten verweigern – und sich auf diese Weise vor einer weiteren Kumulation der unerwünschten negativen Folgen schützen. So können Gefühle von Angst oder depressive Verstimmungen reduziert oder zumindest nicht weiter gefüttert werden (Toff und Nielsen 2022). Dauert die Nachrichten-Verweigerung länger an, besteht allerdings die Gefahr, dass wichtige Informationen von den betreffenden Personen nicht mehr wahrgenommen werden und sich deren Realitätsbild verzerrt (Newman et al. 2022).

Langfristig kann Vermeidungsverhalten zu einer begrenzten Informationsgrundlage führen und das Verständnis für komplexe Zusammenhänge und Konflikte und ihren Auswirkungen stark einschränken: Das aktive Vermeiden von Kriegsnachrichten kann zu einer Entfremdung von den Ereignissen in den betroffenen Gebieten führen und das Verständnis für die Bedeutung und Dringlichkeit des Konflikts erodieren lassen. Zudem kommt es in diesem Zusammenhang oft zu einem Verlust der Empathie für die Kriegsgeschehen und zur Unwilligkeit, sich mit ihrem Leiden zu beschäftigen. Dieses Phänomen, auch „compassion fatigue“ genannt, tritt oft in helfenden Berufen wie etwa bei Psychologen oder Krankenhauspersonal auf, aber auch bei Journalisten, die über das Kriegsgeschehen berichten (Hoffmann 2020). Der Verlust an Empathie für die Kriegsgeschehen geht oft mit depressiven Verstimmungen einher.

Darüber hinaus kann Vermeidungsverhalten auf lange Sicht zu einer sozialen Isolation der Vermeider führen, da diese sich aus den aktuellen Geschehnissen und Diskursen zurückziehen und sich mit ihren eigenen Sichtweisen zunehmend unverstanden fühlen. Oft verharren diese Menschen langfristig in einer Filterblase, in der selektiv nur bestimmte Nachrichtenquellen benutzt werden, was ihre Perspektive stark verengt (Newman et al. 2022). Die Kommunikation mit anderen Menschen und gegenseitiges Verständnis wird dadurch erheblich erschwert.

6 Solidarisierung und Engagement

Die psychischen Auswirkungen von Kriegsberichterstattung auf das Medienpublikum können beträchtlich sein – und sowohl positive als auch negative Effekte nach sich ziehen. Zu Beginn eines Konflikts geht die Tendenz dahin, dass Mediennutzer

Information über den Krieg aktiv suchen, weil sie Nutzen aus ihnen ziehen. So befriedigt die Berichterstattung über einen neu aufkommenden Konflikt wichtige Informations- und Orientierungsbedürfnisse. Außerdem trägt die Hinwendung zu diesen Medieninhalten zur Identitätsbildung bei, weil sich die Zuschauer in der Regel mit einer Seite des Konflikts solidarisieren. Dies wiederum mündet in gesteigertes politisches Engagement und Hilfsbereitschaft für die Opfer des Krieges.

Dauert die Berichterstattung über einen Konflikt jedoch längere Zeit an oder wird das zeitliche bzw. das emotionale Engagement der Zuschauer sehr intensiv, so können durch die Exposition negative psychische Effekte ausgelöst werden. Das Gefühl von Furcht, Stress oder depressive Verstimmungen sind mögliche Reaktionen auf eine kontinuierliche Überflutung mit gewalttätigen oder belastenden Medieninhalten, die der Zuschauer nicht adäquat verarbeiten kann. In der Folge kann es zu Abwehrstrategien wie Vermeidungsverhalten gegenüber Nachrichten über den Krieg kommen: In diesem Fall schränkt der Zuschauer seinen Nachrichtenkonsum aktiv ein, um sich vor den unerwünschten psychischen Auswirkungen zu schützen.

Betrachtet man die Karriere der Berichterstattung über einen bestimmten Konflikt, so scheint, dass beim Publikum nach einer gewissen Zeit eine Saturierung erreicht wird: Danach kippt das durch die Mediennutzung ausgelöste Befinden. Mediennutzer ziehen dann weniger aus den Kriegsnachrichten, da sie sich bereits hinreichend orientiert fühlen, und die physiologische Erregung, der Nervenkitzel, den die Kriegsberichterstattung auslöst, sich subjektiv ins Negative verkehren kann: Effekte wie Verunsicherung, Hilflosigkeit oder depressive Verstimmungen werden durch die weitere Rezeption entsprechender Medienangebote ausgelöst. Dies mag der Grund für die vielfach beobachtete Müdigkeit der Mediennutzer sein, sich nach länger anhaltender Kriegsdauer auf weitere Nachrichten und Berichte zu dieser Thematik einzulassen. Dabei lösen diese Berichte wahrscheinlich mehr als nur Langeweile aus: Die Zuschauer spüren, dass sie schädlich für ihr Wohlbefinden sind – und ziehen die entsprechenden Konsequenzen, in dem sie solche Informationen fortan meiden.

Literatur

- Acevedo, B. P., Aron, E. N., Aron, A., Sangster, M. D., Collins, N., & Brown, L. L. (2014). The highly sensitive brain: An fMRI study of sensory processing sensitivity and response to others' emotions. *Brain and Behavior*, 4(4), 580–594.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5. Aufl.). Arlington: APA.
- Berslau, N. (2009). The epidemiology of trauma, PTSD and other posttraumatic disorders. *Trauma, Violence & Abuse*, 10, 198–210.
- Delhomme, P., Chaurand, N., & Paran, F. (2012). Personality predictors of speeding in young drivers: Anger vs. sensation seeking. *Transportation Research Part F-Traffic Psychology and Behaviour*, 15, 654–666.
- Garfin, D. R., Holman, E. A., & Silver, R. C. (2015). Cumulative exposure to prior collective trauma and acute stress responses to the Boston Marathon bombings. *Psychological Science*, 26(6), 675–683.
- Hoffmann, A. C. (2020). Traumatisierung am Arbeitsplatz. *Publizistik*, 65, 381–402.
- Holman, E. A., Garfin, D. R., & Silver, R. C. (2014). Media's role in broadcasting acute stress following the Boston Marathon bombings. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(1), 93–98.
- Holman, E. A., Silver, R. C., Poulin, M., Andersen, J., Gil-Rivas, V., & McIntosh, D. N. (2008). Terrorism, acute stress, and cardiovascular health: A 3-year national study following the September 11th attacks. *Archives of General Psychiatry*, 65, 73–80.
- Jenkins, S. R., & Baird, S. (2002). Secondary traumatic stress and vicarious trauma: A validation study. *Journal of Trauma Stress*, 15(5), 423–432.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973–1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Hrsg.), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (S. 19–32). Beverly Hills: Sage.
- Klump, F. (2022). *Medienkonsumverhalten und die TV-Sender: Corona als digitaler Booster*. <https://www.zdf.de/assets/medienforschung-studien-140-original>. Zugegriffen am 18. September 2023.
- Knobloch-Westerwick, S., & Keplinger, N. (2006). Arousing news: Emotional reactions to terrorist attacks and the role of the press. *Journal of Communication*, 56(1), 1–19.
- Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (2022). *JIM-Studie 2022. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 14- bis 19-Jähriger*. <https://www.mpf.de/studien/jim-studie/2022/>. Zugegriffen am 18. September 2023.
- Newman, N. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf. Zugegriffen am 18. September 2023.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Oxford: University of Oxford.
- Pearlman, L. A., & Saakvitne, K. W. (1995). *Trauma and the therapist: Countertransference and vicarious traumatization in psychotherapy with incest survivors*. New York: W. W. Norton & Company.
- Perse, E. M., & Courtright, J. A. (1993). Normative images of communication and violence: Television forms and audience judgments. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 37(3), 313–327.
- Radechovsky, J., & Schumann, C. (2023). Fehlinformation, Themenverdrossenheit, Misstrauen und Journalismus. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.
- Rubin, A. M. (1984). Ritualized and instrumental television viewing. *Journal of Communication*, 34(3), 67–77.
- Rutter, L. A., Norton, D. J., & Brown, T. A. (2020). The impact of self-reported depression severity and age on facial emotion recognition in outpatients with anxiety and mood disorders. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 42(1), 86–92.
- Scholz, O. (2022). *Regierungserklärung von Bundeskanzler Olaf Scholz am 27. Februar 2022*. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/regierungserklaerung-von-bundeskanzler-olaf-scholz-am-27-februar-2022-2008356>. Zugegriffen am 18. September 2023.
- Sigmund, R. (2000). Erlernte Hilflosigkeit. In G. Stumm, & A. Pritz (Hrsg.), *Wörterbuch der Psychotherapie*. Wien: Springer.

- Silver, R. C., Holman, E. A., Andersen, J. P., Poulin, M., McIntosh, D. N., & Gil-Rivas, V. (2013). Mental- and physical-health effects of acute exposure to media images of the September 11, 2001, attacks and the Iraq War. *Psychological Science*, 24(9), 1623–1634.
- Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2020). Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies*, 21(4), 459–476.
- Toff, B., & Nielsen, R. K. (2022). How News Feels: Anticipated Anxiety as a Factor in News Avoidance and a Barrier to Political Engagement. *Political Communication*, 39(6), 697–714.
- World Health Organization (2014). *ICD-10-GM2014F43.1: Posttraumatische Belastungsstörung*. <https://www.icd-code.de/icd/code/F43.1.html>. Zugegriffen am 18. September 2023.
- Zillmann, D. (2000). Mood management in the context of selective exposure theory. In M. E. Roloff (Hrsg.), *Communication Yearbook* (Bd. 23, S. 103–123). London: Routledge.
- Zillmann, D. (2013). Television viewing and physiological arousal. In D. Zillmann (Hrsg.), *Responding to the Screen* (S. 103–133). London: Routledge.
- Zillmann, D., & Bryant, J. (1985). Affect, mood, and emotion as determinants of selective exposure. In D. Zillmann & J. Bryant (Hrsg.), *Selective exposure to communication* (S. 157–189). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Zuckerman, M. (1994). *Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking*. Cambridge: Cambridge University Press.