



Krieg auf den Bildschirmen: Wahrnehmung kriegerischer Darstellungen im Netz bei jungen Menschen

Input 1:
Überblick über verschiedene Arten kriegsbezogener
Darstellungen auf Social Media und ihr Belastungspotenzial

Kira Thiel

1

Welche Arten von kriegsbezogenen Darstellungen finden sich auf Social Media?

2

Inwiefern können diese Inhalte für Kinder und Jugendliche belastend sein?

- 1 Welche Arten von kriegsbezogenen Darstellungen finden sich auf Social Media?
- 2 Inwiefern können diese Inhalte für Kinder und Jugendliche belastend sein?

Content Note: Dieser Programmpunkt enthält stellenweise explizite Darstellungen von Leid und Zerstörung.



KRIEGSINHALTE AUF SOCIAL MEDIA

- Auf Social Media finden sich sehr unterschiedliche Inhalte zum Krieg.
- Diese lassen sich anhand inhaltlicher, gestalterischer und absenderbezogener Merkmale beschreiben und grob systematisieren (Domdey et al., 2022; Thiel, 2023)
- Inhalte, z. B.
 - Leid, Zerstörung, Krieg (Dokumentation der Lage vor Ort)
 - Nachrichtliche Informationen
 - Solidaritätsbekundungen und Anteilnahme
- Akteure (Primig/Szabó/Lacasa 2023)
 - Journalistische Angebote
 - Professionelle Content-Creator*innen (betroffen oder nicht betroffen)
 - Amateur*innen (betroffen oder nicht betroffen)
 - Nicht identifizierbare Account-Betreiber*innen
 - Kriegsparteien (z. B. Soldat*innen, Hamas)
- Aufbereitung/ Umsetzung/ Gestalterische Mittel, u. a.
 - Journalistische Aufbereitung
 - „Augenzeugenberichte“/ „Bürgerjournalismus“
 - Trends, Filter, Social-Media-Ästhetik
 - Sachlich vs. emotional
 - Humor, Übertreibung, Ironie

JOURNALISTISCHE BEITRÄGE

- Stammen von etablierten Nachrichtenmarken wie Tagesschau oder CNN
- Geprüfte Quellen, journalistische Standards
- Zielgruppengerecht und sachlich aufbereitete Informationen zum Thema Krieg

EINBLICKE IN DEN KRIEGSALLTAG DURCH BETROFFENE

- Dokumentieren den Alltag in der Ukraine („Kriegstagebuch“), häufig durch junge Menschen
- Teils drastische, sehr emotionale Einblicke in die Lage vor Ort und den Prozess der Flucht
- Aber auch: humorvoll oder kreativ inszenierte, ästhetisierte Clips, die Memes, Lieder, Filter und andere Elemente des TikTok-Toolkits verwenden oder populäre TikTok-Trends aufgreifen

SONSTIGE KRIEGSDARSTELLUNGEN

- Inhalte, die durch Hashtags oder die Bildunterschrift mit dem Krieg in Zusammenhang gebracht werden
- Zeigen u. a. (vermeintliches) Kriegsgeschehen und Leid der Bevölkerung
- Clips werden teilweise mit emotionalen oder bedrohlichen Sounds unterlegt
- Entstehungskontext lässt sich häufig nicht zurückverfolgen; Quellen sind i. d. R. unbekannt
- Von wem die Inhalte stammen, ist auf den ersten Blick häufig nicht zu erkennen
- Können ungefiltert, ohne Hintergrundinformationen und Einordnung, unmittelbar auf die Nutzenden einprasseln

DIGITALE NEBENKRIEGSSCHAUPLÄTZE

- Inhalte, die den Krieg und seine Auswirkungen auf einer eher abstrakten Ebene thematisieren
- Beispiel: Nutzer*innen auf TikTok rufen wegen einer Werbekampagne zum Boykott des Modeunternehmens Zara auf und filmen sich beispielsweise dabei, wie sie ihre Zara-Kleider zerschneiden oder umtauschen.

SOLIDARITÄTSBEKUNDUNGEN UND DIGITALE ANTEILNAHME

- Beiträge, in denen Privatpersonen, Influencer*innen und Stars ihre Betroffenheit und Solidarität zum Ausdruck bringen, Spendenaufrufe posten oder Informationen zu Hilfsmöglichkeiten und Demonstrationen mit ihren Follower*innen teilen

MEMES, WITZE, TRENDS

- Humoristische Inszenierung von Krieg in Form von Memes und satirischen Inhalten
- TikTok-Trends

ZWISCHENFAZIT

- Es gibt nicht die eine Art der Kriegsdarstellung, sondern Nutzende werden mit einem bunten Potpourri an Inhalten konfrontiert.
- Jugendliche nutzen Soziale Medien in sehr unterschiedlicher Weise und ihnen werden je nach Nutzungspraktiken und -präferenzen algorithmusbasiert unterschiedliche Inhalte angezeigt.
- Es fehlt Forschung dazu, welche Inhalte Jugendliche in welchem Ausmaß sehen und wie diese sich auswirken.



KRIEG IN DEN MEDIEN

Ergebnisse aus der Forschung



- Nachrichtenberichte über Krisen, Krieg und Katastrophen können Kinder und Jugendliche belasten und verunsichern (Lemish, 2011):
 - Jüngere Kinder fühlen sich eher von Beiträgen bedroht, die explizite, visuelle Bedrohungen enthalten (z. B. Waffen oder Flugzeuge, die Bomben abwerfen).
 - Bei älteren Kindern und Jugendlichen sorgen vor allem Beiträge mit abstrakten, verbal vermittelten Bedrohungen (z. B. die Gefahr eines Atomkriegs) für Ängste und Sorgen.

Die größten Sorgen junger Leute sind Todesfälle in ihrem Umfeld, ein möglicher Kriegsausbruch in Deutschland und der Klimawandel

Frage: In welchem Ausmaß bereiten dir die folgenden Dinge Sorgen?

Angaben in %

■ Sehr

■ Etwas

■ Gar nicht

■ Weiss nicht/keine Antwort

Die größten
Sorgen
(Top 2)



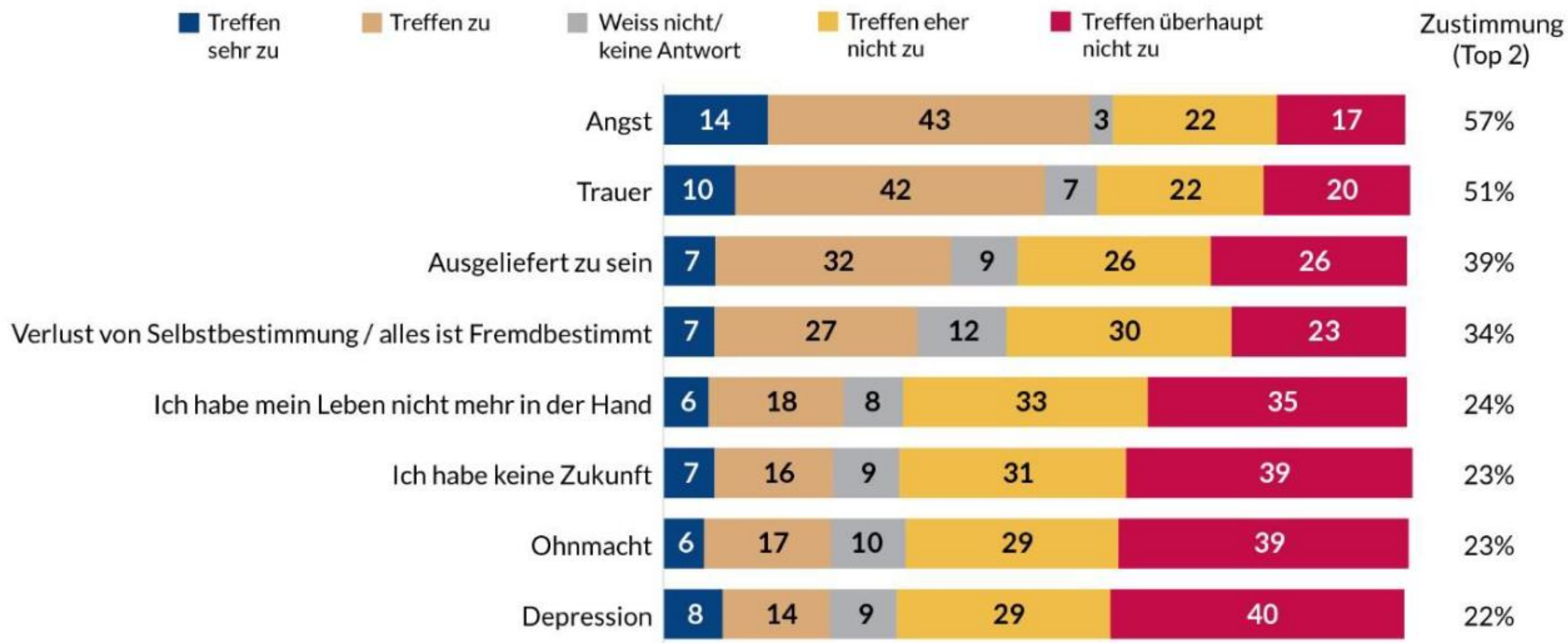
BASE: 500 deutsche Jugendliche zwischen 12 und 18 Jahren, Mai 2022

Quelle: Ipsos

Liz Mohn Center

Frage: Der Krieg in der Ukraine löst bei Menschen die unterschiedlichsten Gefühle aus. Im Folgenden findest du einige Gefühle und wir möchten wissen, inwieweit diese auf dich zutreffen.

Angaben in %



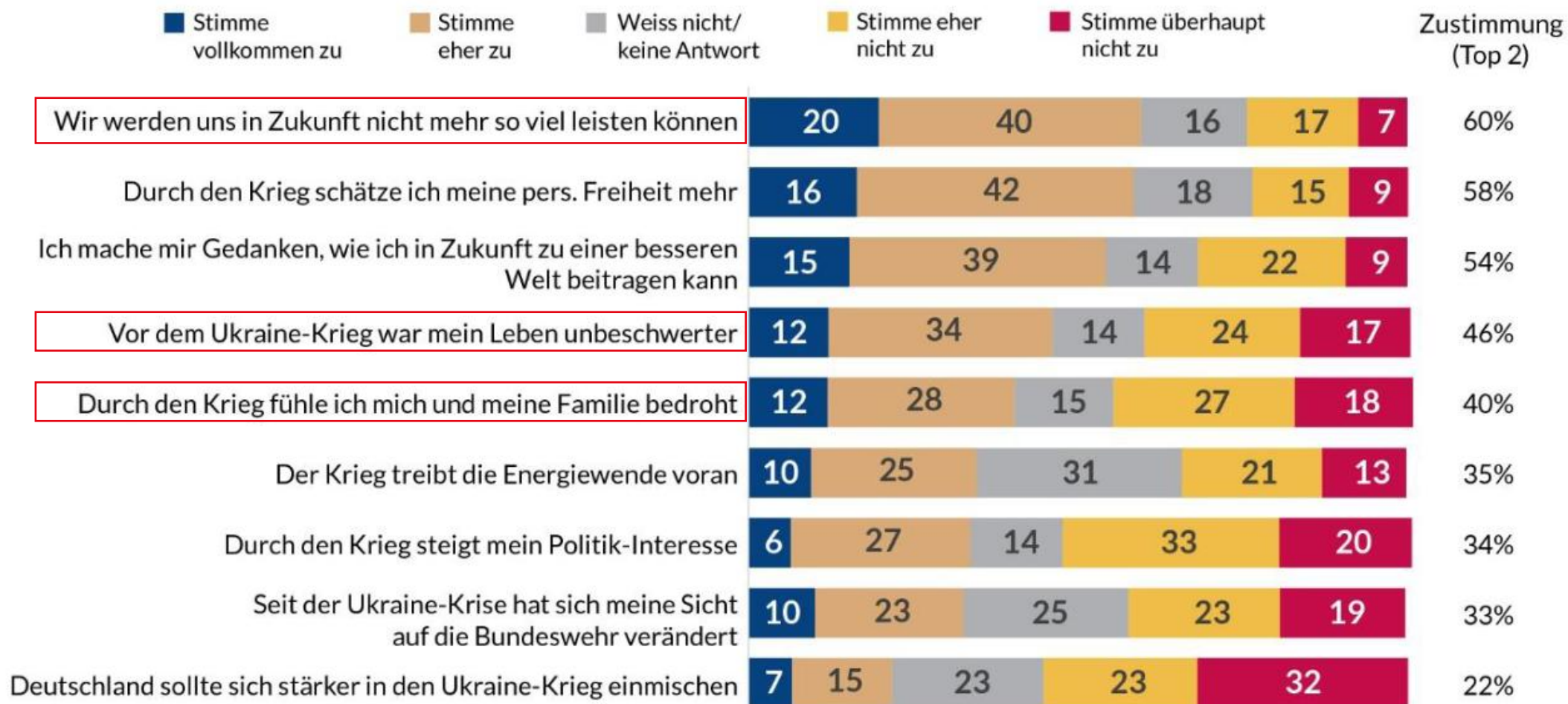
BASE: 446 deutsche Jugendliche zwischen 12 und 18 Jahren, Mai 2022

Quelle: Ipsos

Liz Mohn Center

Frage: Der Krieg in der Ukraine beschäftigt die Menschen. Im Folgenden findest du einige Aussagen und wir möchten Wissen, inwieweit du diesen Aussagen zustimmst.

Angaben in %



BASE: 500 deutsche Jugendliche zwischen 12 und 18 Jahren, Mai 2022

Quelle: Ipsos

Liz Mohn Center

KRIEG IN DEN MEDIEN

Ergebnisse aus der Forschung



- Nachrichtenberichte über Krisen, Krieg und Katastrophen können Kinder und Jugendliche belasten und verunsichern (Lemish, 2011):
 - Jüngere Kinder fühlen sich eher von Beiträgen bedroht, die explizite, visuelle Bedrohungen enthalten (z. B. Waffen oder Flugzeuge, die Bomben abwerfen)
 - Bei älteren Kindern und Jugendlichen sorgen vor allem Beiträge mit abstrakten, verbal vermittelten Bedrohungen (z. B. die Gefahr eines Atomkriegs) für Ängste und Sorgen.
- Inwiefern verschiedene Arten von Kriegsdarstellungen auf TikTok und Instagram Jugendliche irritieren und sie ggf. sogar stärker belasten als klassische Nachrichtenberichte, ist bislang unzureichend erforscht.

MÖGLICHE BELASTUNGSFAKTOREN

Altersunangemessene und verstörende Inhalte

- Explizite Bildinhalte können verstören und Ängste auslösen.

MÖGLICHE BELASTUNGSFAKTOREN

Wahrgenommene Nähe

- Die Beiträge von jungen Menschen aus den Kriegsgebieten können in besonderem Maße Nähe und Betroffenheit erzeugen („Das könnte auch ich sein“).
- Das Gefühl von Nähe wird möglicherweise begünstigt durch die social-media-typische Gestaltung vieler Clips, z. B. die Verwendung von Filtern und Trends.
- Zudem wird in vielen Beiträgen als Kameraeinstellung die Ich-Perspektive gewählt, wodurch der Blickwinkel bzw. die individuelle Sichtweise des Erstellers*der Erstellerin in den Fokus gerückt wird.

MÖGLICHE BELASTUNGSFAKTOREN

Irritierende Inszenierungsformen

- Bestimmte Inszenierungsformen (z. B. Humor) können im Zusammenhang mit dem Thema Krieg irritierend wirken.



MÖGLICHE BELASTUNGSFAKTOREN

Erwartbarkeit

- Während Rezipient*innen bei gezieltem Nachrichtenkonsum emotional schon darauf eingestellt sind, bestimmte, möglicherweise belastende Inhalte zu sehen, können unerwartete Kriegsbilder, die „aus dem Nichts“ zwischen den üblichen Comedy- und Tanzvideos auf TikTok auftauchen, besonders erschreckend und irritierend sein.



MÖGLICHE BELASTUNGSFAKTOREN

Unmittelbarkeit

- Videos werden unvermittelt (ohne Betätigen des Play-Buttons) abgespielt.
 - Ausnahme: vorgeschaltete Triggerwarnung/Content Note



MÖGLICHE BELASTUNGSFAKTOREN

Kontrollierbarkeit

- Kriege und Krisen zeichnen sich grundsätzlich durch ein hohes Maß an Unsicherheit aus und gehen häufig mit einem Gefühl von Ohnmacht und Kontrollverlust einher. Möglichkeiten, aktiv etwas zu tun, sind begrenzt.
- Durch die stark algorithmusbasierte inhaltliche Zusammensetzung des individuellen TikTok-Feeds ist es schwierig, die eigene Informationsumgebung zu regulieren bzw. die Konfrontation mit entsprechenden Inhalten zu vermeiden.
→ eine Auseinandersetzung mit dem Thema Krieg kann nicht immer selbstbestimmt und ggf. in unpassenden Momenten erfolgen

UNTERSTÜTZUNGSMÖGLICHKEITEN

- Nachfragen:
 - Inwiefern ist der Krieg für Jugendliche auf Social-Media-Plattformen gerade Thema?
 - Welche Inhalte haben sie dazu auf Instagram oder TikTok gesehen?
 - Was sind ihre Gefühle und Gedanken dazu?
- Austausch über
 - unterschiedliche Inszenierungsformen (u. a. die Verwendung von Humor) und deren Wirkung
 - Möglichkeiten, die Nachrichtennutzung und Online-Umgebungen zu regulieren und den eigenen Bedürfnissen anzupassen
 - Copingstrategien, die dabei helfen, mit der aktuellen Situation besser klarzukommen

QUELLEN

- Domdey, P., Pesci, M., & Thiel, K. (12.04. 2022, April 12). *Krieg auf TikTok und Instagram*. Media Research Blog. Der Blog des Leibniz-Instituts für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut. <https://leibniz-hbi.de/de/blog/krieg-auf-tiktok-und-instagram>
 - Ipsos (2022). Was bewegt die Jugend in Deutschland? Einstellungen und Sorgen der jungen Generation *Deutschlands* – Jugendbefragung 2022 des Meinungsforschungsinstituts IPSOS im Auftrag des Liz Mohn Centers der [Bertelsmann Stiftung](#)
 - Kümpel, A. S. (2020). *Nebenbei, mobil und ohne Ziel? Eine Mehrmethodenstudie zu Nachrichtennutzung und -verständnis von jungen Erwachsenen*. Medien & Kommunikationswissenschaft, 68(1-2), 11-31. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2020-1-2-11>
 - Lemish, D. (2011). Wenn Kinder Krieg und Katastrophen in den Medien sehen. Der internationale Forschungsstand zur Kriegs- und Krisenberichterstattung für Kinder. *TELEVIZION*, 24(2), 35-39.
 - Primig, F., Szabó, H. D., & Lacasa, P. (2023). Remixing war: An analysis of the reimagination of the Russian-Ukraine war on TikTok. *Frontiers in Political Science*, 5, 1085149. <https://doi.org/10.3389/fpos.2023.1085149>
 - Thiel, K. (2023). „Ich habe darüber nachgedacht, wie das wäre, wenn ich das erleben würde...” Medienpädagogische Potenziale und Herausforderungen verschiedener Repräsentationen des Ukraine-Kriegs auf TikTok. In G. Bröckling, R. Fries, & K. Narr (Hrsg.), *Mit Medienbildung die Welt retten?! Medienpädagogik in einer Kultur der Digitalität* (Bd. 59, S. 3-15). kopaed. https://www.gmk-net.de/wp-content/uploads/2023/09/gmk59_thiel.pdf
- Bilder: Sofern nicht anders gekennzeichnet von www.unsplash.com