

## AUGEN ZU UND DURCH? WIE GEHEN WIR MIT SCHLECHTEN NACHRICHTEN UM?

### DOOMSCROLLING

32. ALZEYER SYMPOSIUM  
WORKSHOP 3: AUGEN ZU UND DURCH? ► DOOMSCROLLING

- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <u>01</u> Begriffsklärung            | <u>06</u> Exkurs 1: FOMO                    |
| <u>02</u> Evolutionäre Ursprünge     | <u>07</u> Exkurs 2: JOMO                    |
| <u>03</u> Doomscrolling Teufelskreis | <u>08</u> Lösungsansätze: Zurück zum Anfang |
| <u>04</u> Die Social-Media Falle     | <u>09</u> Die 5-4-3-2-1 Methode             |
| <u>05</u> Stress und Balance         |   |

### Begriffsklärung

- Doom (engl.) = Unheil / Verderben / Untergang
- Doomscrolling beschreibt das exzessive, mitunter zwanghafte scrollen („blättern“) durch negative Nachrichten im Internet.

### Evolutionäre Ursprünge

- Schlimme Fakten, die mit negativen Emotionen verbunden sind, ziehen Menschen in den Bann. Negative Ereignisse haben einen größeren Einfluss auf die Befindlichkeit einer Person als positive Ereignisse.
- Wissenschaftler nennen dies Negativitätsbias oder negative Voreingenommenheit.
- Hier kommt unser „Steinzeithirn“ zum Einsatz. Evolutionsbiologisch war es notwendig auf eine negative Nachricht, die zeitgleich auch eine Bedrohung war, schnell und effektiv zu reagieren.
- Mit dem präfrontalen Kortex haben wir jetzt aber ein entwicklungsbiologisch „jüngeres“ Gehirnareal zur Verfügung, das uns die Möglichkeit gibt zu reflektieren, ob uns unser Verhalten gut tut.

(vgl. Prof. Dr. Maren Urner „Schluss mit dem täglichen Weltuntergang“ und „Raus aus der ewigen Dauerkrise: wie wir mit dem Denken von morgen die Probleme von heute lösen“)

3

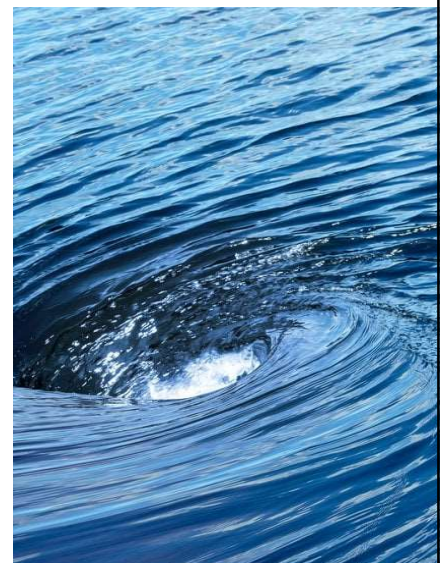
### Der Doomscrolling-Teufelskreis

Corona, Klimakrise, Krieg, Zuwanderung, Inflation...:

Wir suchen Informationen zu Themen, die wir als bedrohlich empfinden. Je mehr wir uns bedroht fühlen, desto mehr suchen wir nach Informationen über die Bedrohung, desto mehr fühlen wir uns bedroht ... so geraten wir in einen **negativen Informationsstrudel**. Diese Angst und Unsicherheit führt zu Stress.

- Eine Studie der Charite zu Beginn der Pandemie hat zudem gezeigt, dass Personen, die sich lange und hauptsächlich über die Medien mit Corona beschäftigt haben ein höheres Maß an psychischer Belastung gezeigt haben.
- →wenn social media hierbei die primäre Informationsquelle war, war die psychische Belastung signifikant höher!

(Vgl. Motitz Petzold et al. „Associations between COVID-19 related media consumption and symptoms of anxiety, depression and COVID-19 related fear in the general population in Germany“)





### Die Social-Media Falle

- Der Algorithmus von Facebook, Youtube und Co. ist nicht darauf ausgelegt gerade soviel Informationen zu erhalten um sich sicher zu fühlen.
- **Er ist darauf ausgelegt, dass man immer weiter konsumiert und damit auch Werbung ansieht.**
- Das funktioniert am besten mit angstbasierten Meldungen:  
→ negativer Informationsstrudel.
- **Doomscrolling steigert die eigene Angst und macht Menschen depressiver, es verstärkt negative Gefühle!**

5

### Stress = Überforderung

Biologischer Stress bedeutet, dass wir keine Ressourcen haben um mit den Aufgaben und Anforderungen, vor denen wir stehen zurecht zu kommen.  
Stress macht als dauerhafter Zustand krank.

### Balance finden

Sowohl die Überinformiertheit und der daraus empfundenen Stress als auch die Unterinformiertheit durch nicht Auseinandersetzen und die so erlernte Hilflosigkeit („Was kann ich schon tun?“) führt zu Stress.

- Der einseitige Fokus auf das Negative führt zu Angst und Unsicherheit und zu einem passiven Zustand der Handlungsunfähigkeit oder Zynismus oder einem Mix aus beidem.

(vgl. Spiegel-Podcast „Smarter leben“, 12.03.2022)

## Stress und Balance



6

### EXKURS 1:

#### FOMO, eine „Social-media-Krankheit“

Die „Fear of missing out (FOMO)“ beschreibt die Angst, etwas zu verpassen.

- Sie ist (bisher) keine anerkannte psychische Störung
- Verstärkt durch die Darstellungen auf Instagram und Co. kann das Gefühl entstehen, dass die Anderen ein schöneres, aufregenderes Leben führen.
- Der FOMO-Effekt kann dazu führen, dass die eigene Situation dann (grundlos) schlechter oder sogar unerträglich erscheint.
- Dabei besteht die scheinbare Realität in den sozialen Medien meist aus geschönten oder zumindest sehr positiv dargestellten Momentaufnahmen.

### EXKURS 2:

#### JOMO → Joy of missing out

Die „Joy of missing out (JOMO)“ beschreibt die Freude am bewussten Verzicht.

- Sie ist ein Gegenkonzept zu FOMO.
- Sie bedeutet den achtsamen und bewussten Verzicht darauf ständig informiert und auf dem Laufenden zu sein und schafft damit Raum für die Konzentration auf die persönlichen Bedürfnisse.
- Das kann ein Buch oder Zeit in der Natur/im Garten sein, aber auch ein Gespräch mit einer/einem Freund:in.
- Der JOMO-Effekt kann zu einer Erhöhung der Lebenszufriedenheit führen, indem wir uns auf das konzentrieren was uns gut tut und glücklich macht.

### Lösungsansätze: Zurück zum Anfang

*„Der frontopolare präfrontale Cortex (Abk. FPPC) ist aktiv, wenn Menschen etwas planen oder komplexe Probleme lösen. Man kann ihn als Organisator für Zeit und Ressourcen des Gehirns ansehen, da er eine Liste der zu erledigenden Aufgaben führt und Prioritäten setzt.“*

([www.spektrum.de/Lexikon der Neurowissenschaft](http://www.spektrum.de/Lexikon/der-Neurowissenschaft))

Unser Gehirn (Denken und Verhalten/Handeln) funktioniert über Gewohnheiten, wir brauchen Routinen:

- Prioritäten setzen und achtsames Wahrnehmen: → was tut mir gut?
- Grenzen setzen; Zeit und Energien schützen: → Digitale Offzeiten einrichten, Schlafmodus, Timer
- Format finden: → wie konsumiere ich? Was passt zu mir? (Zeitung, TV, Nachrichtenapp, Podcast, etc.)

### Die 5-4-3-2-1 Methode

- Nennen Sie fünf Dinge, die Sie sehen können. Schauen Sie sich in Ihrer Umgebung um und nehmen Sie bewusst wahr, was Sie sehen.
- Nennen Sie vier Dinge, die Sie fühlen können. Achten Sie auf die Empfindungen in Ihrem Körper oder darauf, wie sich verschiedene Objekte oder Oberflächen anfühlen.
- Nennen Sie drei Dinge, die Sie hören können. Lauschen Sie den Geräuschen um Sie herum – vielleicht dem Zwitschern von Vögeln, dem Lachen von Menschen oder dem Wind, der durch die Bäume weht.
- Nennen Sie zwei Dinge, die Sie riechen können. Atmen Sie tief ein und erkennen Sie die verschiedenen Gerüche in Ihrer Umgebung, wie zum Beispiel den Duft von frisch gebrühtem Kaffee oder den Geruch von Blumen.
- Nennen Sie eine Sache, die Sie schmecken können. Wenn Sie gerade etwas essen oder trinken, konzentrieren Sie sich auf den Geschmack. Wenn nicht, erinnern Sie sich an einen Geschmack, den Sie mögen.

(Vgl. Michael Tomoff: JOMO und Achtsamkeit im Alltag: Die Kunst des bewussten Verzichts und 4 effektive Strategien)

Ich danke Ihnen für  
Ihre Aufmerksamkeit !

