

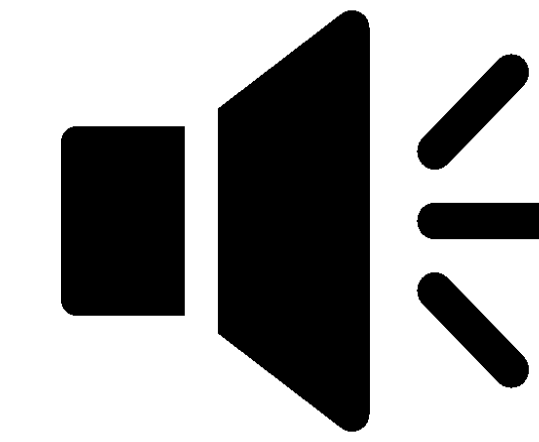
Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns während der Corona-Pandemie

Elena Link, Magdalena Rosset & Anna Freytag

Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung
Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover

Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation,
11. bis 13. November 2020

Ziel der Studie



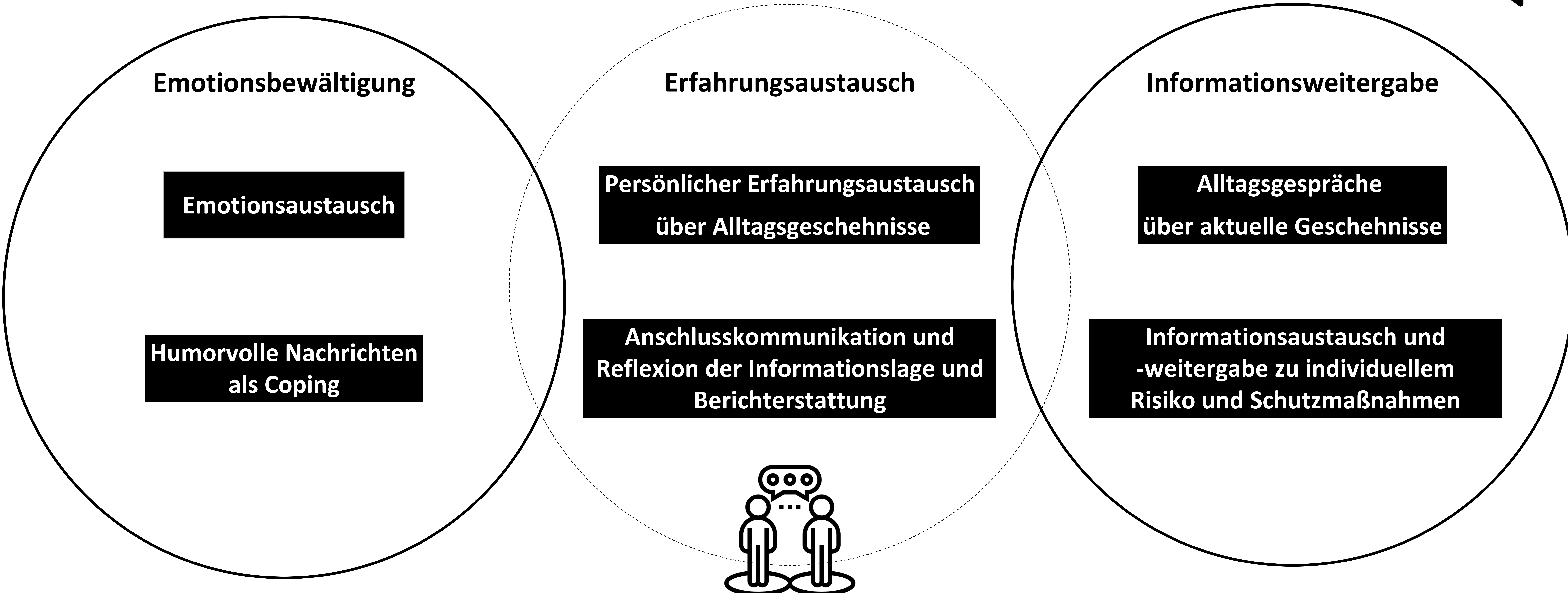
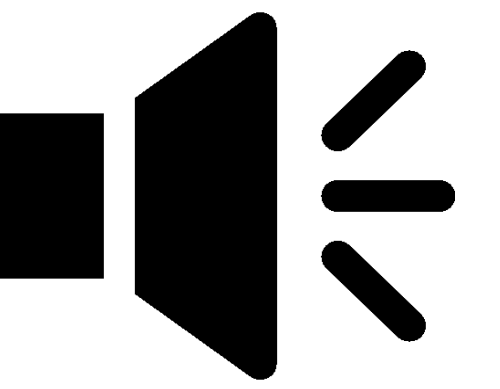
**Identifikation verschiedener Typen des
interpersonalen und medialen Kommunikations-
und Informationshandelns mit Bezug auf das
neuartige Coronavirus und die Corona-Pandemie
und Herausarbeiten der Spezifika interpersonaler
und medialer Nutzungsmuster im Kontext der
Corona Pandemie.**

Methode

- 21 leitfadengestützte Telefoninterviews (02.-10.04.2020; Ø Dauer: 40 Min.)
- Leitfaden:
Wahrnehmung der aktuellen Situation, Rekonstruktion des Informations- und Kommunikationshandelns (u.a. Auslöser, genutzte Quellen/relevante Ansprechpartner*innen, relevante Inhalte, Auswahlkriterien, Situationen)
- Stichprobe:
heterogen hinsichtlich Geschlecht, Alter, Zugehörigkeit zur Risikogruppe, Haushaltsgröße, Berufstätigkeit und Lebensumfeld.
- Auswertung:
 - computergestützte qualitative Inhaltsanalyse (Mayring, 2010)
 - deduktiv-induktiv-kombiniertes Vorgehen
 - Identifikation von Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns in einem explorativen, iterativen Verfahren (Typen als Konglomerat verschiedener Handlungscharakteristika)

Alter (in Jahren)	<i>M</i> = 45 (<i>SD</i> = 19.16; <i>Min</i> = 20; <i>Max</i> = 78)
Geschlecht	
Weiblich	12 (57 %)
Männlich	9 (43 %)
Bildung	
Hauptschulabschluss	3 (14 %)
Mittlere Reife	4 (19 %)
Abitur	3 (14 %)
Hochschulabschluss	11 (52 %)
Berufstätigkeit	
Ausbildung/Studium	2 (10 %)
Voll-/teilzeit angestellt	11 (52 %)
Selbstständig	3 (14 %)
Hausfrau/Hausmann	1 (5 %)
Ruhestand	4 (19 %)
Beziehungsstatus	
Alleinstehend	5 (24 %)
Verheiratet	5 (24 %)
Beziehung	11 (52 %)
Lebenssituation	
Alleinlebend	6 (29 %)
Mit den Eltern	3 (14 %)
Mit Partner*in	10 (48 %)
Mit Partner*in und Kind(ern)	2 (10 %)
Haushaltsgröße (in Personen)	<i>M</i> = 2 (<i>SD</i> = 1.06; <i>Min</i> = 1; <i>Max</i> = 4)
Angehörige*r einer Risikogruppe	8 (38 %)

Ergebnisse: Interpersonales Kommunikationshandeln – Inhaltsbezogene Typen



Ergebnisse: Inhaltsbezogene Typen des interpersonalen Kommunikationshandelns (I)

Emotionsbewältigung

Humorvolle Nachrichten als Coping



Inhalt: humorvolle Bilder, Memes, Witze, Links zu solchen Inhalten

Anlass: Inhalte begleiten den Tag, werden je nach Bewertung an das Umfeld weitergeleitet

Kanal: Messenger

Wirkung: Zeitvertreib, emotionale Bewältigung, Unterhaltung

Emotionsaustausch



Inhalt: individuelles Wohlbefinden, aktuelle Sorgen, Stimmungslage, Unsicherheiten, wahrgenommene Überlastung, Zukunftsperspektiven

Ansprechpartner*innen: engeres persönliches Umfeld und Familie

Einflussfaktor: Ausmaß der Sorgen der gesprächssuchenden Person

Ergebnisse: Inhaltsbezogene Typen des interpersonalen Kommunikationshandelns (II)

Erfahrungsaustausch

Persönlicher Erfahrungsaustausch über Alltagsgeschehnisse



Inhalt: persönliche Erfahrungen (aktuelle Situation am Arbeitsplatz, Einschränkungen in der Kinderbetreuung, die persönliche Bedeutung und die Auswirkungen von Corona auf den eigenen Alltag z. B. beim Einkaufen, die individuelle finanzielle Lage oder der Status der aktuellen Lebensmittelvorräte)

Ansprechpartner*innen: gesamtes persönliches Umfeld (Familie, Freund*innen, Partner*innen, Kolleg*innen)

Anschlusskommunikation und Reflexion der Informationslage und Berichterstattung



Inhalt: Medienhalte, aktuelle Informationslage, Umgang mit der Informationsflut und widersprüchlichen Informationen

Ansprechpartner*innen: gesamtes persönliches Umfeld (Familie, Freund*innen, Partner*innen, Kolleg*innen)

Anlass: gemeinsame Medienrezeption, Bericht über eigene Rezeption

Strategie: teilweise aktive Gesprächssuche, teilweise passives „Berieseln lassen“ durch das Umfeld

Wirkung: teilweise Verstärkung von Angst und Unsicherheit

Ergebnisse: Inhaltsbezogene Typen des interpersonalen Kommunikationshandelns (III)

Informationsweitergabe

Alltagsgespräche über aktuelle Geschehnisse

Inhalt: Neuigkeiten zum Thema Corona (aktuelle Ereignisse, Wirtschaftslage, Situation in anderen Städten und Ländern, politische Entscheidungen, Auslastung des Gesundheitssystems)

Anlass: Bedürfnis, auf dem aktuellen Stand zu sein (auch gegenüber anderen), ständig neue Informationen

Kanal: mit Freund*innen und Familie über Messenger oder Videotelefonie; im beruflichen Umfeld per Chat oder Mail

Strategie: Aussagen anderer werden oftmals nachrecherchiert

Wirkung: teilweise Verstärkung von Unsicherheit, Bedrohungswahrnehmung, Angst; teilweise Wahrnehmung anderer Meinungen, Beruhigung

Informationsaustausch und -weitergabe zu individuellem Risiko und Schutzmaßnahmen

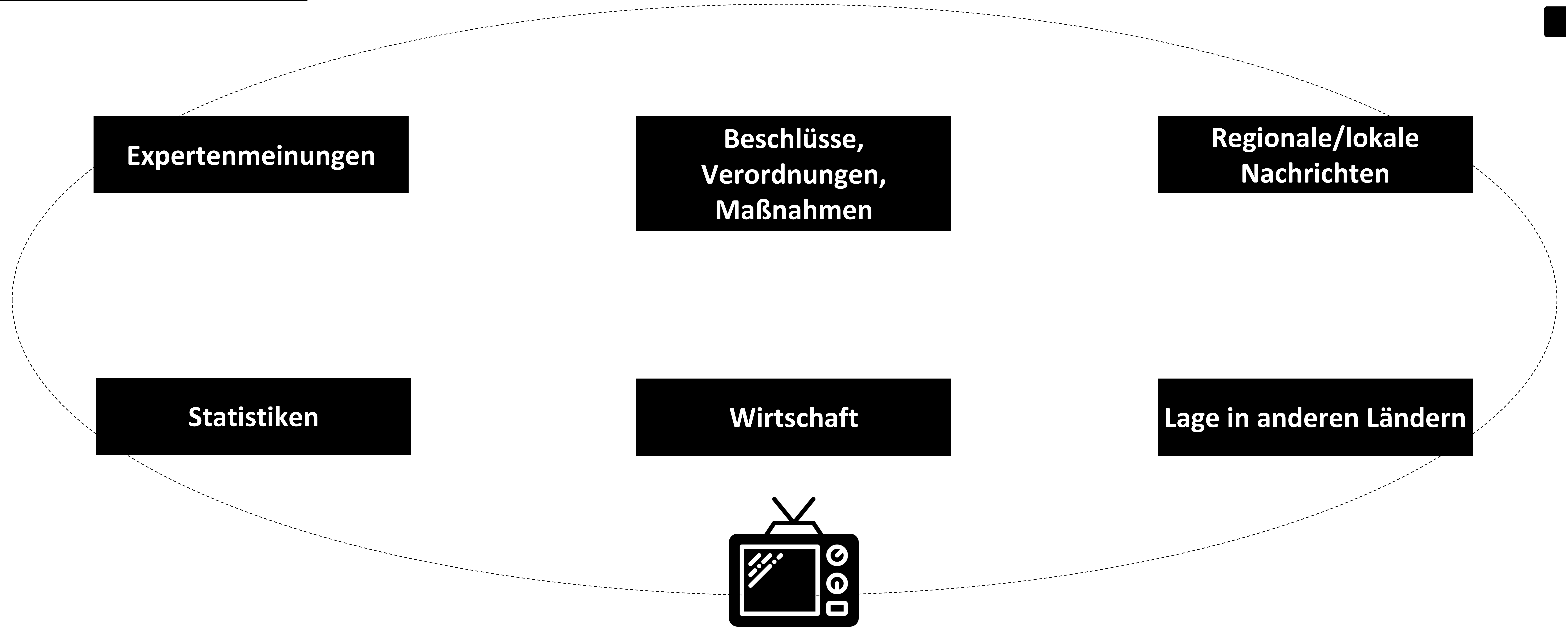
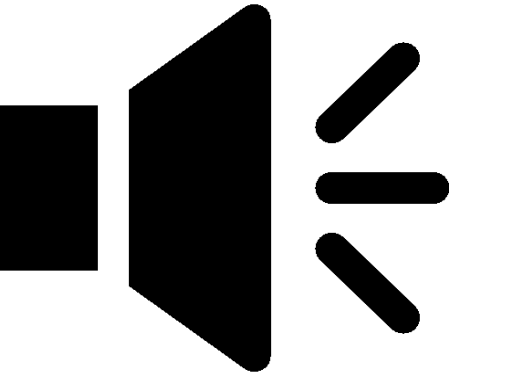
Inhalt: Einschätzung des eigenen Ansteckungsrisikos, zu ergreifende Schutzmaßnahmen, Gesundheitszustand, Umgang mit Infizierten

Ansprechpartner*innen: engeres Umfeld, Ärzt*innen

Anlass: Bemühen, sich und seine Familie zu schützen, Sorge um das Wohlergehen der Menschen im persönlichen Umfeld, Unsicherheit im Umgang mit dem Virus.

Wirkung: stärkeres Verbundenheitsgefühl, Wissenszuwachs

Ergebnisse: Mediales Informationshandeln – Inhaltsbezogene Typen



Ergebnisse: Inhaltsbezogene Typen des medialen Informationshandelns (I)

Expertenmeinungen



Inhalt: Expertenmeinungen oder andere Formate in denen Expert*innen zu Wort kommen

Gründe: Behandlung von Fragen, die die Rezipient*innen selbst beschäftigen, gute Erklärung der Inhalte

Quellen: diverse Medien, u.a. Fernsehen, Radio

Auswahlkriterien: Ernsthaftigkeit, Verständlichkeit, Sachlichkeit, kein Schüren von Angstbildern

Wirkung: Beeinflussung der Bewertung der eigenen Situation

Regionale/lokale Nachrichten



Inhalt: regionale und lokale Nachrichten

Gründe: regionale und dadurch persönliche Relevanz

Quellen: regionale bzw. lokale Quellen (Regionalzeitungen und deren Internet-/App-Angebote, Lokalradiosender)

Beschlüsse, Verordnungen, Maßnahmen



Inhalt: Beschlüsse, Verordnungen und Maßnahmen der Regierung (z. B. Ausgangsbeschränkungen, lokale Verordnungen)

Gründe: Wissen, wie man sich zu verhalten hat, Planungssicherheit

Wirkung: Handlungsgrundlage, Befolgen von Maßnahmen, Intensivierung des Schutzverhaltens

Ergebnisse: Inhaltsbezogene Typen des medialen Informationshandelns (II)

Statistiken



Inhalt: Statistiken

Gründe: Beurteilung des Verlaufs der Pandemie und des Erfolgs von Maßnahmen, Finden von Sinn in den Einschränkungen, Suche nach Hoffnung auf Besserung und Gefühl der Kontrolle

Quellen: diverse Quellen (Internet, Fernsehen, Radio, Zeitungen oder deren Internet-/App-Angebote)

Strategie: teilweise gezielte Suche, teilweise Scannen aktueller Schlagzeilen

Wirtschaft



Inhalt: wirtschaftliche Themen (Betroffenheit einzelner Branchen, wirtschaftlicher Wandel, allgemeine Wirtschaftslage, Börsenkurse)

Quellen: primär Internet

Strategie: aktive Suche

Einflussfaktor: potenzielle eigene Betroffenheit

Lage in anderen Ländern



Inhalt: Lage in anderen Ländern

Gründe: Einschätzen des Umgangs anderer Länder, Ableitung möglicher Zukunftsszenarien für Deutschland, Vergleich der Lage, Gefahrenabschätzung

Wirkung: individuelle Planung, Intensivierung des eigenen Schutzverhaltens; teilweise Angst, Belastung, Beunruhigung (durch Darstellung von Leichen in Italien), Wunsch nach zukünftiger Vermeidung derartige Informationen

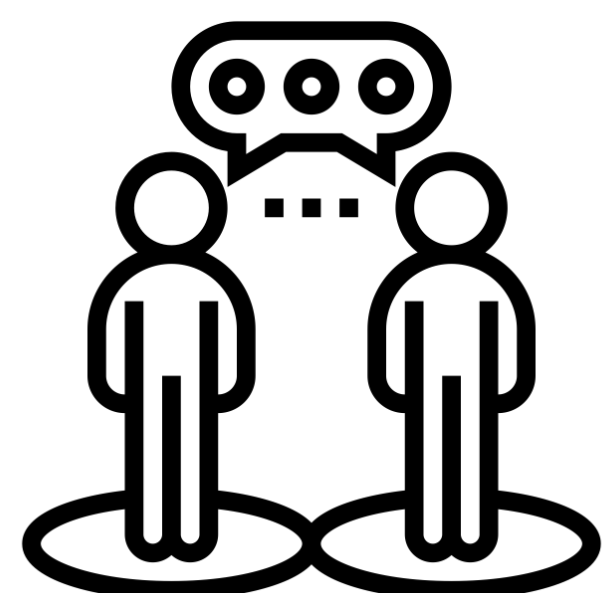
Quellen: Internet, Fernsehen

Diskussion

Interpersonales Kommunikationshandeln

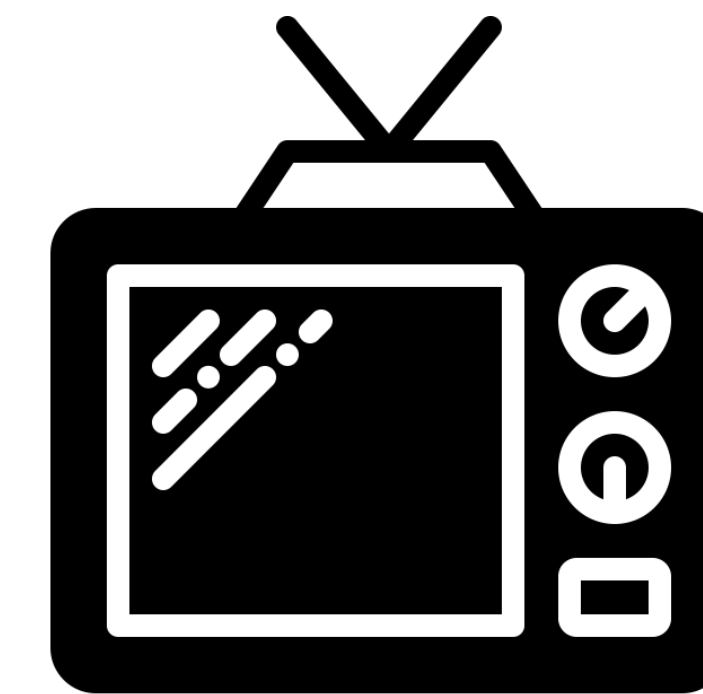
Entsprechend der Theorie der sozialen Unterstützung (Holt-Lunstead & Uchino, 2015) höhere Relevanz emotionaler Unterstützung in interpersonaler Kommunikation (z. B. in Form des Austauschs über Sorgen)
→ Fokus auf Emotionsbewältigung

Weitergabe von Informationen und gemeinsame Reflexion und Sinnkonstruktion
→ Fokus auf Wissensaustausch, Anschlusskommunikation und Reflexion der Geschehnisse, Fokus auf persönlichen Erfahrungen



Mediales Informationshandeln

Fokus auf Wissensgewinn zu konkreten Inhalten und Fragen – insbesondere Informationen mit hoher Relevanz für das eigene Verhalten und die Bewertung der Situation im Sinne der Unsicherheitsreduktion (Brashers, 2001)



Kritische Würdigung und Ausblick

Die vorliegende Studie stellt die interpersonale und mediale Kommunikation nebeneinander, stellt ihre spezifischen Funktionen heraus, aber setzt sie nicht miteinander in Bezug. Im Sinne einer Integrationsleistung ist dies ein bedeutender nächster Schritt.

Zukünftige Studien sollten nicht nur die Zuwendung zu Informationen abbilden, sondern Suche und Vermeidung als Bestandteile des Informations- und Kommunikationshandelns umfänglich abbilden.

Kontakt

Elena Link, Magdalena Rosset & Anna Freytag

elena.link@ijk.hmtm-hannover.de

magdalena.rosset@ijk.hmtm-hannover.de

anna.freytag@ijk.hmtm-hannover.de

Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover

Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung

Hanover Center for Health Communication [HC]²

Expo Plaza 12 | 30539 Hannover

www.ijk.hmtm-hannover.de | www.hc-quadrat.de

Literatur

Brashers, D. E. (2001). Communication and Uncertainty Management. *Journal of Communication*, 51(3), 477–497. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2001.tb02892.x>

Holt-Lunstead, J. & Uchino, B. N. (2015). Social support and health. In K. Glanz, B.K. Rimer, & VK. iswanath, K. (Hrsg.), *Health behavior and health education. Theory, research, and practice* (S. 183-204). San Francisco: Jossey-Bass.