

„Ich will davon nichts mehr sehen und hören!“

Exploration des Phänomens Themenverdrossenheit

Christoph Kuhlmann / Christina Schumann / Jens Wolling

Der Beitrag untersucht das Phänomen der Themenverdrossenheit. Vermutet wird, dass manche Rezipienten auf Themen, über die lange und intensiv in den Nachrichten berichtet wird, ab einem bestimmten Zeitpunkt mit Widerstand reagieren und die Berichterstattung über diese Themen ggf. sogar aktiv vermeiden. Die Aufarbeitung des Forschungsstands legt nahe, dass Themenverdrossenheit in der Kommunikationswissenschaft bisher nicht untersucht wurde. Eine erste empirische Exploration des Forschungsfeldes mit qualitativen (N=13 Leitfadeninterviews) und quantitativen Elementen (Befragung mit Quotenstichprobe, N=366) am Beispiel Fernsehen ergab drei Hauptergebnisse: Erstens scheint Themenverdrossenheit ein weit verbreitetes Phänomen in unserer Gesellschaft zu sein, da ein Großteil der Befragten Themen nennen kann, von denen sie „nichts mehr hören und sehen“ wollten. Zweitens zeigen sie bei Kontakten mit diesen Themen differenzierte Vermeidungsreaktionen, die sowohl die Rezeption mit verringerter Aufmerksamkeit als auch aktive Vermeidung umfassen. Drittens ist Themenverdrossenheit sowohl mit einer bestimmten Beurteilung des entsprechenden Themas (z. B. negativ-komplex) als auch der Berichterstattung (z. B. subjektiv erlebte Manipulation) verknüpft.

Schlagwörter: Themenverdrossenheit, Rezeptionsforschung, Rezeptionsvermeidung, Nichtnutzung, Nachrichtenwertforschung, Qualitätsforschung

1. Themenverdrossenheit: Problemaufriss und Relevanz

Im Herbst des Jahres 2012 dominierte die Euro- bzw. Griechenlandkrise die Schlagzeilen der großen deutschen Tagespresse online wie offline: „Griechische Regierung schreibt 2013 ab“, titelt beispielsweise *Spiegel Online* am Montag den 1. Oktober 2012 (o. A., Spiegel Online, 01.10.2012). Die *tageszeitung taz* thematisiert die Griechenland-Krise unter der Überschrift „Griechenland erhält wohl neue Kredite“ (o. A., taz, 01.10.2012). Zwei Wochen später ist auf *Spiegel Online* zu lesen: „Schäuble schließt Euro-Austritt Griechenlands aus“ (o. A., Spiegel Online, 14.10.2012); und der *Tagesspiegel* findet: „Griechenland ist überall“ (Oberteis, Tagesspiegel, 14.10.2012). Weitere zwei Wochen später ist Griechenland nach wie vor wirklich überall (in den Medien): „Griechenland ist riskanter als Syrien“, behauptet *Die Welt* (o. A., Die Welt, 30.10.2012) und *Spiegel Online* berichtet über „Die magischen Zahlen der Euro-Krise“ (Böcking, Spiegel Online, 30.10.2012).

Die Griechenlandkrise ist nur ein Beispiel für Nachrichtenthemen, über die in fast allen Medien während eines langen Zeitraums intensiv berichtet wird. Eine solche umfangreiche und lang anhaltende Berichterstattung ist ein deutliches Zeichen für die Relevanzzuschreibung durch die Medien. In vielen Fällen dürfte diese Zuschreibung wohl auch von den Rezipienten geteilt werden und die andauernd hohe Intensität der Berichterstattung deswegen den Erwartungen der Rezipienten entsprechen. Es stellt sich allerdings die Frage, ob durch eine *sehr* lange Thematisierung – wie im Falle der Griechenlandkrise – die Akzeptanz der intensiven Berichterstattung auf *Rezipientenseite* nachlässt und möglicherweise sogar in Ablehnung umschlägt. Vielen Rezipienten dürfte

diese Ablehnung aus der Alltagserfahrung bekannt sein und sich in dem Wunsch manifestieren, von diesen Themen *nichts mehr sehen und hören zu wollen*. Wir nehmen daher an, dass manche Rezipienten ab einem bestimmten Zeitpunkt auf manche Themen, die über einen langen Zeitraum intensiv in den Medien dargestellt werden, mit kognitivem und/oder emotionalem Widerstand reagieren. Wenn Rezipienten von Themen derart „genervt“ sind, könnte dies in einem nächsten Schritt dazu führen, dass sie das betreffende Thema in ihrer Nachrichtenselektion aktiv vermeiden, z. B. indem sie Artikel zu diesem Thema nicht mehr lesen oder bei Fernsehbeiträgen umschalten.

Dass es solche Phänomene der „Übersättigung“ gibt, ist aus der Radiomusikforschung hinlänglich bekannt: Musiktitel, die den Nutzern eines Senders eigentlich sehr gut gefallen, mögen diese nach einiger Zeit nicht mehr hören (Altrogge & Schabedoth, 2001: 355). Auch in der Forschung, die sich mit „Burnout“-Phänomenen gegenüber sozialen Problemen beschäftigt, ist die Frage, welche Auswirkungen eine emotionale Abstumpfung auf das Informationsverhalten hat, untersucht worden (Kinnick, Krugman & Cameron, 1996). Dabei zeigte sich u. a., dass die selektive Vermeidung von Beiträgen zu den Themen die häufigste Reaktion war. Diese medienbezogene Fragestellung ist jedoch in der Forschung nicht weiterverfolgt worden.

Solche Befunde sowie die Alltagserfahrung sprechen dafür, dass das umrissene Phänomen, das wir im Folgenden *Themenverdrossenheit* nennen werden, ein relevantes Problem sein könnte, das aber in der Kommunikationswissenschaft unseres Wissens bisher noch nicht untersucht wurde. Wenn es um die Erklärung der *Nichtnutzung* geht, dann findet man gegenwärtig nur Studien, die sich damit befassen, warum Rezipienten ganze Mediengattungen (z. B. Zerba, 2011; Sicking, 1998; Lipschultz, 1987), einzelne Medienangebote (z. B. Jamal & Melkote, 2008), Nachrichten allgemein (z. B. Trilling & Schoenbach, 2013) oder auch einzelne Nachrichtenbeiträge (z. B. Knobloch-Westerwick & Meng, 2009; Donsbach, 1991) vermeiden. Das hier angesprochene Phänomen unterscheidet sich von solchen Untersuchungen in zweierlei Hinsicht. Zum einen vermuten wir, dass Themenverdrossenheit zu einer Vermeidung einzelner *Themen* führt und nicht etwa ganzer Angebote. Zum anderen ist für uns die Annahme von zentraler Bedeutung, dass diese Reaktion nicht sofort einsetzt, sondern erst ab einem bestimmten Zeitpunkt nach einer Phase intensiver Berichterstattung und deren Rezeption auftritt.

Falls es sich bei Themenverdrossenheit um ein in unserer Gesellschaft weit verbreitetes Phänomen handeln sollte – wie wir vermuten –, dann kann dies durchaus problematische Konsequenzen haben: Praktisch alle etablierten und anerkannten Demokratietheorien (für einen Überblick s. Schmidt, 2010) sind sich einig, dass eine gut informierte Bürgerschaft der Grundstein für eine funktionierende Demokratie ist (Peters, 2007; Gerhards & Neidhardt, 1991; Jarrén & Donges, 2006). Differenzen gibt es dabei allenfalls hinsichtlich der Frage, *wie gut* die Bürgerschaft informiert sein sollte und welche Anforderungen an die Informationsqualität der Medien sich daraus ergeben (Zaller, 2003; Bennett, 2003). Die Medien nehmen aber in allen Varianten eine zentrale Rolle ein, da sie Öffentlichkeit herstellen, informieren und dadurch Meinungsbildung in der Bevölkerung erst möglich machen. Sollte nun Themenverdrossenheit dazu führen, dass viele Bürger Themen, über die lange und intensiv berichtet wird, ab einem bestimmten Zeitpunkt bewusst vermeiden, so bricht für diese Themen eine der Grundvoraussetzungen für eine funktionierende Demokratie weg: ein Demos, der seine Meinung und seine politischen Entscheidungen auf Basis einer fundierten Informationsgrundlage bildet bzw. fällt¹. Das Problem wird vermutlich dadurch noch verschärft, dass Themenverdrossen-

1 Vertreter von Positionen, die geringere Anforderungen an die Vermittlung politischer Information und ihre Nutzung für eine funktionierende Demokratie stellen, könnten umgekehrt The-

heit vor allem bei denjenigen Rezipienten auftreten dürfte, die sich im Normalfall ausführlich mit politischen Inhalten auseinandersetzen. Prinzipiell politisch desinteressierte Medienrezipienten werden das Stadium der Themenverdrossenheit meistens gar nicht erst erreichen, da dieses eine vorherige Phase der Zuwendung zum Thema voraussetzt. Die Gruppe der Themenverdrossenen käme deshalb zur Gruppe der ohnehin Desinteressierten und deswegen schlecht Informierten noch zusätzlich hinzu.

Ziel des Beitrags ist es zu klären, ob das Phänomen der Themenverdrossenheit tatsächlich weit verbreitet ist. Darüber hinaus wollen wir herausfinden, bei welchen Themen und bei welchen Personengruppen es auftritt.

2. Forschungsstand

Themenverdrossenheit kann dem Forschungsbereich der „Rezeptionsvermeidung“ zugeordnet werden. Im Gegensatz zu Ansätzen, die versuchen, die Zuwendung zu und Nutzung von Medien generell sowie Nachrichten speziell zu erklären und zu prognostizieren, hat die Rezeptionsvermeidung vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit erfahren. Mit Ausnahme eher marketinggeprägter Studien zur Vermeidung von Werbung (z. B. Rau, Liao & Chen, 2013; Stafford & Stafford, 1996) wird die Nicht-Nutzung häufig als das notwendige Gegenstück zur Nutzung gesehen und nicht weiter fokussiert, obwohl dies bereits mehrfach kritisiert wurde (Böcking & Fahr, 2009; van den Bulck, 2006). Im Vergleich mit Ansätzen zur Beschreibung und Erklärung von Mediennutzung haben sich bisher dennoch verhältnismäßig wenige Studien explizit mit der Rezeptionsvermeidung auseinandergesetzt. Im Folgenden wird bei den existierenden Untersuchungen aufgezeigt, wie sie Vermeidung a) definieren und b) erklären.

Häufig wird Vermeidung in empirischen Studien als dichotomes Konzept – ausgewählt/genutzt vs. nicht ausgewählt/nicht genutzt – operationalisiert. Variiert wird lediglich der „Gegenstand“ der Vermeidung, wie z. B. Fernsehen (Sicking, 1998), Zeitungen (Zerba, 2011), Nachrichten-Überblicke vs. Special Interest-Nachrichten (Trilling & Schoenbach, 2013) oder Nachrichten zum Klimawandel (Yang & Kahlor, 2013). Wonneberger, Schönbach und van Meurs (2013) können allerdings zeigen, dass Vermeidung nicht nur dichotom ist. Ihre Ergebnisse basieren auf telemetrischen Daten einer für die holländische Bevölkerung ab 13 Jahren repräsentativen Stichprobe von 2388 Personen. Die Befunde verdeutlichen, dass *unterschiedliche Dimensionen von Vermeidung* differenziert werden müssen: „Dropping out“ beschreibt das Wegschalten noch während der Nachrichten, „hopping“ meint das Weg- und wieder Zurückschalten während der Nachrichtenrezeption und mit „avoidance“ wird schließlich die generelle Vermeidung von Nachrichten bezeichnet. Wie die Autoren zeigen, sind es insbesondere Männer und höher Gebildete, die *während* der Nachrichten wegschalten. Nachrichtenvermeider hingegen sind eher jünger, sehen weniger fern und sind nur wenig an Politik interessiert. Für „hopping“ ließen sich keine Muster bestimmen (Wonneberger et al., 2013: 99). Zu vermuten ist, dass solche unterschiedlichen Vermeidungsstrategien auch den Umgang mit Themenverdrossenheit modellieren könnten.

Studien zur Frage, wodurch sich Vermeidungsverhalten erklären lässt, lassen sich in zwei größere Bereiche einteilen: Einerseits konsistenztheoretische Ansätze bzw. Selective Exposure-Studien und andererseits Studien zu Vermeidungsmotiven.

Selective Exposure-Studien gehen auf Basis der Theorie der kognitiven Dissonanz (Festinger, 1957) davon aus, dass Medieninhalte, die nicht mit Kognitionen, Wissen,

menverdrossenheit als Indiz für die Überforderung der Bürger durch hohe normative Standards nehmen. Auch aus dieser Perspektive ist die Erforschung des Phänomens daher relevant.

Einstellungen oder Meinungen der Rezipienten harmonisieren, bei der Rezeption eine innere Spannung auslösen. Diese wird von den Rezipienten als unangenehm empfunden und führt deshalb zu einer Vermeidung der entsprechenden Medieninhalte. Im Hinblick auf Nachrichten stützen Studien zur Selektion von Zeitungsartikeln (Donsbach, 1989; 1991), Nachrichten offline (Grupp, 1970) wie online (Knobloch-Westerwick & Meng, 2009) oder auch Nachrichten zu Wahlkampfthemen in Fernsehen, Zeitungen und im WWW (Chaffee, Saphir, Graf, Sandvig & Hahn, 2001) die beschriebene Grundannahme. Allerdings zeigen sich zumeist nur sehr schwache Effekte.

Für die Erklärung von Themenverdrossenheit erscheint die Theorie der kognitiven Dissonanz weniger geeignet, denn Selective Exposure-Studien untersuchen die unmittelbare Vermeidung von Medieninhalten, die *bestimmte Meinungen* zu einem Thema beinhalten und dies aufgrund konstanter und lang anhaltender Prädispositionen der Rezipienten. Warum sich Rezipienten hingegen – ggf. sogar nach einer anfänglich intensiven Nutzung – ab einem bestimmten Zeitpunkt von einem Thema abwenden, kann durch kognitive Dissonanz nicht ohne Weiteres erklärt werden. Hierzu müssten weitere Voraussetzungen gegeben sein, die in der Regel wenig realistisch erscheinen: Erstens müsste eine bestimmte Sichtweise zu einem Thema in *allen* Medien dominieren (Porten-Cheé, Arlt & Wolling, 2013). Um zudem die zeitlich verzögerte Vermeidung mit Hilfe der Theorie der kognitiven Dissonanz erklären zu können, müssten sich zweitens entweder die generelle Tendenz der Berichterstattung über das Thema oder die (kollektiven) Reaktionen der Rezipienten auf dissonante Informationen verändert haben. Angesichts dieser weitreichenden und wenig realitätsnahen Zusatzannahmen erscheint ein Erklärungsversuch mit Hilfe der Theorie der kognitiven Dissonanz nicht sehr vielversprechend.

Studien zu Vermeidungsmotiven übertragen den Grundgedanken des Uses & Gratifications-Ansatzes auf die Erklärung von Medienvermeidung. Schon mit Beginn der U&G-Forschung wurde argumentiert, dass sich Medienvermeidung nicht (nur) durch nicht-erfüllte Motive (Diskrepanz GS/GO) erklären lässt, sondern dass eigene Motivdimensionen dafür verantwortlich zeichnen (Becker, 1979; Lipschultz, 1987: 67f.; Wenner, 1983: 391). Zu bezweifeln ist allerdings, ob die in den Studien benannten „Motive“ wie fehlendes Interesse oder zu wenig Zeit tatsächlich (Vermeidungs-)Motive im Sinne der U&G-Forschung sind.

Ebenfalls mit Vermeidungsmotiven argumentieren Böcking und Fahr (Böcking & Fahr, 2009; Fahr & Böcking, 2005), die sich mit dem Umschaltvorgang (Programmflucht) beim Fernsehen befassen. Auf der Grundlage einer qualitativen Vorstudie sowie einer quantitativen Hauptuntersuchung (N=254 Interviews, proportional geschichtete Stichprobe) zeigen sie, dass Umschaltverhalten beim Fernsehen anhand von sechs faktoranalytisch ermittelten Vermeidungs-Motivdimensionen erklärt werden kann: (mangelnde) Authentizität, Ekel & Abscheu, Niedergeschlagenheit & Distanzverlust, Ärger & Dissonanz & Reaktanz, Anspruch & Langeweile sowie Furcht & Nervosität (Böcking & Fahr, 2009: 332, 342f.; Fahr & Böcking, 2005: 14f.). Tatsächlich handelt es sich dabei aber weniger um Motive als vielmehr um Emotionen, die als Grund für die Programmflucht ermittelt wurden, wie Fahr und Böcking (2005: 13) auch selbst hervorheben. Authentizität determiniert den Wertschaltvorgang hingegen dann, wenn das Gesehene als oberflächlich, realitätsfern, unprofessionell oder unglaubwürdig erlebt wird.

Für die Untersuchung von Themenverdrossenheit erscheinen die Erkenntnisse von Fahr und Böcking nur bedingt hilfreich: Zum einen fokussieren die Autoren auf die unmittelbare Vermeidung von Medieninhalten und untersuchen nicht den Prozess der Vermeidung in zeitlicher Perspektive. Zum anderen vermischen sie in den Dimensionen

die Wahrnehmung von Inhalten, die als „Auslöser“ der Vermeidungsmotive angesehen werden könnten, mit den Reaktionen auf diese Wahrnehmungen (z. B. Emotionen) und der eigentlichen Vermeidung. Beispielsweise wird innerhalb des Faktors „Authentizität“ sowohl die Vermeidung (Ich schalte weg, wenn...), die Bewertung des Inhalts (... das Ganze seicht/anspruchslos ist) und auch die Reaktionen auf den Inhalt (...ich mich bevormundet fühle) operationalisiert.

Zusammenfassend ist damit festzuhalten: Das von uns als „Themenverdrossenheit“ bezeichnete Phänomen ist nach unserer Recherche anscheinend bislang nicht systematisch erforscht worden. In einem ersten, explorativen Schritt muss daher geklärt werden, ob sich Themenverdrossenheit überhaupt empirisch nachweisen lässt.

Zweitens wurde deutlich, dass sich bestehende Ansätze zur Erklärung von Vermeidung (kognitive Dissonanz, Vermeidungsmotive) aus unterschiedlichen Gründen nicht ohne Weiteres auf die Themenverdrossenheit übertragen lassen. Ziel einer ersten Exploration ist es daher auch, mögliche Gründe für Themenverdrossenheit zu untersuchen.

Drittens konnte gezeigt werden, dass Vermeidung unterschiedliche Dimensionen annehmen kann. Ziel der Exploration muss es daher auch sein, mögliche Varianten von Vermeidung, die durch Themenverdrossenheit hervorgerufen werden, zu erfassen. So erscheint es beispielsweise durchaus denkbar, dass auch andere Formen der Rezeption – wie z. B. Nebenbeintzung (Kuhlmann & Wolling, 2004) – Ausdruck von Vermeidungshandlungen sind.

Für eine erste Exploration des Forschungsfeldes stellen sich daher die folgenden Forschungsfragen:

FF1: Lässt sich das Phänomen Themenverdrossenheit empirisch nachweisen? Können Rezipienten spontan Beispiele nennen, bei denen sie das Phänomen an sich beobachtet haben?

FF2: Welche Ursachen für Themenverdrossenheit lassen sich feststellen?

FF3: Welche Vermeidungsstrategien wenden Rezipienten bei Themenverdrossenheit an?

3. Exploration des Forschungsfeldes I – Qualitative Studie

Für eine erste Exploration wurden im Sommer 2011 insgesamt 13 qualitative Leitfadeninterviews durchgeführt. Weil das Phänomen noch gänzlich unerforscht war, wurden in diesem ersten Schritt die soziodemographischen Auswahlvariablen Alter und Bildung benutzt, wobei Personen unterschiedlichen Alters (bis 35 Jahre, 36–49 Jahre, 50 Jahre und älter) sowie unterschiedlicher formaler Bildung (2 Personen mit Hauptschulabschluss, 4 mit Realschulabschluss, 3 mit Abitur und 3 mit Hochschulabschluss) befragt wurden. Der Leitfaden für die Interviews wurde im Rahmen eines Seminars entwickelt. Die Durchführung der Interviews und Transkription nahmen die Teilnehmer des Seminars vor. Die Auswertung erfolgte mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Mayring (2008).

Um die Thematik für diese ersten, explorativen Interviews einzugrenzen, fokussierte die Studie ausschließlich auf das *Fernsehen*. Die Interviewteilnehmer wurden gefragt, ob sie Themen benennen können, von denen sie ab einem bestimmten Zeitpunkt „nichts mehr sehen und hören konnten“. War dies der Fall, wurden sie weiterhin dazu befragt, was sie bei einem „Fernsehkontakt“ mit diesen Themen gemacht haben und ob sie Gründe für ihre Themenverdrossenheit angeben können.

Die Ergebnisse zeigen, dass alle Interviewpartner unmittelbar – d. h. ohne tiefergehendes Nachfragen – Themen benennen konnten, von denen sie nach einiger Zeit nichts mehr sehen und hören wollten. Mehrfach genannt wurden zum damaligen Zeitpunkt die Reaktorkatastrophe in Fukushima, die Euro-Finanzkrise, der Ehec-Lebensmittelskandal sowie die Plagiatsaffäre um die Dissertation des damaligen Verteidigungsministers Guttenberg.

Wenn sie sich mit einem Verdrussthema konfrontiert sehen, wenden die Rezipienten unterschiedliche Strategien an: Manche entscheiden sich dazu, das Thema einfach zu ertragen. Hans² (75 Jahre, Realschule) sagt: „Da mache ich eigentlich gar nichts. Da denk ich mir nur: Ihr könntet uns eigentlich auch mal mit was Erfreulichem erfreuen.“ Andere verfolgen die Nachrichten weniger aufmerksam: „Das ist eher so, dass man persönlich ein bisschen abschaltet“, findet Matthias (46, Abitur). Manche reagieren auch mit einer aktiven Vermeidungshandlung und zwar durch Umschalten („Jetzt ist Schluss. Jetzt schalte ich um!“, ebenfalls Matthias, 46, Abitur), „weschalten“ (Sophie, 24, Abitur), den „Raum verlassen und etwas anderes machen“ (Markus, 52, Hochschulabschluss) oder „den Fernseher ausmachen“ (Felix, 49, Hauptschulabschluss). Weiterhin schlägt sich Themenverdrossenheit auch in der interpersonalen Kommunikation nieder und zwar entweder, indem die Rezipienten ihren Unmut äußern („Als erstes hab ich gesagt: Alter, nicht schon wieder diese Laberköpfe! Mensch, habt ihr nicht andere Sorgen?“, Volker, 47, Abitur) oder auch darin, dass sie Gespräche über das Thema vermeiden („Ich würde da im privaten Bereich nicht drüber sprechen“, ebenfalls Volker).

Auf die Frage, wodurch das Auftreten von Themenverdrossenheit begünstigt wird, lassen sich in den Antworten der Interviewpartner zwei unterschiedliche Muster erkennen: Zum einen nehmen die Rezipienten bestimmte *Eigenschaften des Verdrussthemas* wahr, zum anderen scheint auch die *Art und Weise der Berichterstattung* für Themenverdrossenheit verantwortlich zu zeichnen.

Drei Dimensionen werden bezüglich der *Themenwahrnehmung* benannt: Erstens werden einige unserer Interviewpartner dann verdrossen, wenn sie sich *zu stark betroffen fühlen*: Beispielsweise meint Matthias (46, Abitur): „Also manchmal kann ich das Gemjammer auch nicht mehr hören [...] wir müssen sparen, weil wir so viel Schulden haben, die Städte, Gemeinden, Dörfer. Jeder hat Schulden!“ Andrea (69, Hauptschule) verweist darauf beim Thema Lebensmittelskandale: „Wenn das z. B. Themen sind über Bakterien oder Skandale mit Fleisch und Gemüse. Das wird dann so gebracht, dass man ganz verunsichert ist!“ Aber auch eine *zu geringe subjektive Betroffenheit* vom Thema kann zu Verdrossenheit führen: „Wenn das um die Verschuldung geht von den Staaten, wenn die Börse kommt [...] Mich interessiert eher, was der kleine Mann von den ganzen Auswirkungen zu befürchten hat und nicht, was in der Finanzwelt allgemein abgeht. Auch wenn das das ist, was alles beeinflusst, aber mich interessiert eben mehr, was mich betrifft“ (Yvonne, 30, Realschule).

Neben der Betroffenheit geben die Befragten weiterhin eine subjektiv wahrgenommene, fehlende *Relevanz* bzw. auch einen relativen *Relevanzverlust* im Vergleich mit anderen Themen als Grund für Themenverdrossenheit an. Zur starken Kritik, die im Sommer 2011 in unterschiedlicher Hinsicht an Guido Westerwelle geäußert wurde, findet beispielsweise Volker (47, Abitur): Das „aber in 20 Minuten Nachrichten so präsent darzustellen, da gibt es wichtigere Themen als so einen Guido Westerwelle.“

Als dritte Dimension kann eine zu starke Fokussierung auf Themen mit *Prominenz* dazu führen, dass die Rezipienten sich verdrossen fühlen. Claudia (47, Realschule) kri-

2 Namen anonymisiert.

tisiert am Beispiel des Skandals um den TV-Meteorologen Kachelmann: „Oder auch über prominente Leute [...] Das ist dann immer ein bisschen sehr viel, weil ich möchte dann nur die Fakten wissen und dann ist gut.“ Auf die Nachfrage, ob sie sich generell nicht für Promithemen interessiere – was gegen die Themenverdrossenheit und für eine generelle Ablehnung solcher Themen spräche – antwortet sie aber: „Doch das interessiert mich schon. Es ist ja schon interessant, wenn auch prominente Leute... wenn da irgendwas ist.“

Hinsichtlich der *Bewertung der Berichterstattung* kann bei den Befragten unserer Stichprobe in erster Linie eine entweder zu *sensationsheischende oder zu tendenziöse Berichterstattung* und/oder auch ein *Übermaß an Information* zu Themenverdrossenheit führen. Matthias (46, Abitur) beispielsweise kritisiert eine *sensationsfokussierte Berichterstattung* anhand des folgenden Themas: „Es gibt schon Sachen, wo ich sagen kann, nun reicht es aber. Ganz konkretes Beispiel: Das EHEC-Virus [...]. Manchmal wird so ein Thema ganz schön groß aufgebauscht und im Nachhinein aber stellt es sich heraus, dass es alles ein bisschen hoch getrieben wird.“

Auch eine als *manipulativ* erlebte Berichterstattung kann zu Themenverdrossenheit führen. Felix (49, Hauptschule) erklärt seinen Gutenberg-Verdross mit einem manipulativen Vorwurf: „Ich glaube, die Medien können schon viel die Leute beeinflussen. Der Gutenberg war ja eigentlich beim Volk so beliebt. Den haben sie regelrecht... der war jemandem im Weg. Und den haben sie kaputt gemacht.“

Vor allem aber ein *unzureichender Neuigkeitswert* wird kritisiert: Hans (75, Realschule) bemängelt beispielsweise an den Nachrichten zu Fukushima, dass „immer wieder und immer wieder und immer wieder dieselben Bilder“ gezeigt wurden. Christian (22, Realschule) missfiel an den Nachrichten zum Libyen-Konflikt, dass er irgendwann keine Neuigkeiten mehr erfahren hat: „Irgendwann weiß man dann viel darüber und die erzählen immer nur das Gleiche.“

Schließlich geben die Befragten auch ein *Übermaß an Information* in der Berichterstattung als Grund für Themenverdrossenheit an. Christian (22, Realschule) beispielsweise fühlt sich von denjenigen Themen verdrossen, „die immer so lang ausgedehnt waren. Libyen, Ägypten, Gutenberg. Die so extrem in die Länge gezogenen Sachen.“ Yvonne (30, Realschule) beklagt zusätzlich eine zu hohe Ausdifferenziertheit und fühlt sich verdrossen, „wenn das so ins kleine Detail geht.“ Abbildung 1 fasst die möglichen Ursachen der Themenverdrossenheit zusammen.

Abbildung 1: Gründe für Themenverdrossenheit aus den Leitfadeninterviews

Themawahrnehmung	Wahrnehmung der Berichterstattung
– zu große oder geringe Betroffenheit	– sensationsheischende Berichterstattung
– fehlende oder verringerte Relevanz	– manipulative Berichterstattung
– zu viel Prominenz	– unzureichender Neuigkeitswert
	– Übermaß an Information

Diese anhand der qualitativen Studie ermittelten Themenverdrossenheits-Gründe erinnern an Dimensionen, die aus zwei anderen kommunikationswissenschaftlichen Forschungsbereichen bekannt sind: der Forschung zu Nachrichtenfaktoren für die Dimensionen Betroffenheit, Relevanz und Prominenz sowie der Forschung zur Qualität von Medienangeboten für die Dimensionen Sensation, Manipulation, Neuigkeit und Übermaß an Information. Während die Qualitätsforschung in erster Linie normative Maßstäbe an die Definition von (hoher) journalistischer Qualität in Medien anlegt (z. B. Daschmann, 2009; Ruß-Mohl, 1992; Schatz & Schulz, 1992), fragt die Nachrichtenwert-

forschung vorrangig nach Gründen für Themenselektion durch Journalisten (z. B. Schulz, 1990; Galtung & Ruge, 1965). Beide Bereiche sind damit nicht primär der Rezeptionsforschung zuzuordnen. Dennoch gibt es Ansätze, die sich mit Qualität und Nachrichtenwerten aus Rezipientenperspektive befassen: In der Qualitätsforschung geht es dabei vornehmlich um Fragen, welche Qualitätsmaßstäbe Rezipienten an Medienangebote anlegen, ob sie den normativen Dimensionen aus der Qualitätsdebatte ähneln und ob die Qualitätsbeurteilungen Einfluss auf die Nutzung haben (z. B. Schumann, 2013a; 2013b; Jungnickel, 2011; Blumers, Gerstner & Tebert, 2010; Wolling, 2004; 2009). Die rezipientenorientierte Nachrichtenwertforschung untersucht, anhand welcher Nachrichtenwerte die Nutzer Medienangebote selektieren und ob Nachrichtenwerte z. B. auch Gespräche über Medienthemen erklären können (z. B. Sommer, Fretwurst, Sommer & Gehrau, 2012; Eilders, 1997; 2006; Shoemaker & Cohen, 2006; Ruhrmann, Woelke, Maier & Diehlmann, 2003). Mit der Vermeidung von Medien wurden sie bislang allerdings nicht in Verbindung gebracht.

Anhand der Leitfadenstudie ist damit festzuhalten: Themenverdrossenheit scheint vielen Menschen vertraut zu sein. Die Reaktionen auf diese Verdrossenheit können dabei sehr unterschiedlich ausfallen. Des Weiteren lassen die Befunde vermuten, dass sowohl die Wahrnehmung bestimmter Ausprägungen einzelner Qualitätskriterien als auch die Wahrnehmung bestimmter Ausprägungen spezifischer Nachrichtenfaktoren dazu führen können, dass Rezipienten Medienangebote *vermeiden*. Ziel unseres nächsten, explorativen Schrittes war es daher, die Bedeutung der genannten Dimensionen zu quantifizieren. Für diese zweite Phase der Exploration des Forschungsfeldes können die Forschungsfragen folgendermaßen präzisiert werden:

FF1: In welchem Umfang lässt sich Themenverdrossenheit empirisch nachweisen? Bei welchen Themen und welchen Bevölkerungsgruppen tritt sie bevorzugt auf?

FF2: Welche Eigenschaften nehmen Rezipienten bei einem Verdrusssthema und der Berichterstattung über dieses Thema besonders wahr?

FF3: Welche quantitative Bedeutung haben die verschiedenen Vermeidungsstrategien?

4. Exploration des Forschungsfeldes II – Quantitative Studie

4.1 Methode

Im Rahmen eines Lehrforschungsprojektes wurde der Fragebogen für eine quantitative schriftliche Befragung in Papierform zur Themenverdrossenheit entwickelt³. Das zentrale Konstrukt der Themenverdrossenheit wurde sowohl durch eine offene als auch durch eine geschlossene Frage mit Themenvorgabe operationalisiert. Da Ziel dieses Aufsatzes ist, Themenverdrossenheit zunächst deskriptiv zu beschreiben, sind im Folgenden ausschließlich die Ergebnisse mit den Angaben zur offenen Frage dargelegt. Gefragt wurde: „Gab es in den letzten Monaten in den Medien mal ein Thema oder ein Ereignis (oder auch mehrere), bei dem sie dachten: ‚Ich will davon nichts mehr hören und sehen!‘?“. Bei negativer Antwort wurde dieselbe Frage noch einmal mit einem weiteren Zeithorizont („in den letzten Jahren“) wiederholt. Den Befragten, die hier ein Verdrusssthema nennen konnten, wurden anschließend umfangreiche Skalen präsentiert zur Beurteilung dieses Themas und der Berichterstattung darüber sowie zu möglichen Vermeidungsreaktionen bei Konfrontation mit dem Thema im Fernsehen oder in einem Gespräch. In den Skalen (vgl. Tabelle 3-6) wurden Konstrukte aus der qualitativen Vor-

3 Wir danken Matthias Wagner für seine Mitarbeit am Fragebogen.

studie operationalisiert⁴ und durch Items zu Dimensionen ergänzt, die im Lehrprojekt auf Basis von Überlegungen zur Nachrichtenwertforschung und zur Qualitätsforschung entwickelt wurden und deren Zusammenhang mit Themenverdrossenheit theoretisch plausibel erschien. Dies waren beispielsweise „Negativität“ aus dem Bereich der Nachrichtenwerte oder „fehlende Ausgewogenheit“ als (fehlendes) Qualitätsmerkmal.⁵

Für die Stichprobenziehung wurde im August 2012 eine Quotenstichprobe realisiert. Im Rahmen des Lehrprojektes war es nicht möglich, eine Längsschnittstudie durchzuführen. Um die zeitliche Komponente der Themenverdrossenheit trotzdem zu erheben, wurde die oben beschriebene Operationalisierung entwickelt: Die Frage, ob die Befragten nichts *mehr* sehen und hören wollen, soll verdeutlichen, dass sie zu einem früheren Zeitpunkt durchaus etwas davon hören und sehen wollten. Die damit verbundenen methodischen Probleme werden in Kapitel 5 diskutiert. Quotiert wurde nach Alter, Geschlecht und Bildung, die Datenerhebung erfolgte durch die Studierenden einer Lehrveranstaltung. Im Ergebnis erhielten wir 366 auswertbare Fragebögen zurück. Trotz der Quotenvorgaben erwies sich die realisierte Auswahl der Befragungsteilnehmer als zu jung und zu hoch gebildet im Vergleich zur Gesamtbevölkerung⁶. Nachdem erste Analysen kaum Alters-, aber deutliche Bildungsunterschiede im Antwortverhalten bei den Fragen zur Themenverdrossenheit zeigten, entschieden wir uns für eine Gewichtung der Daten nach Bildung. Aufgrund des Stichprobenverfahrens (Quote) und des eher kleinen Stichprobenumfangs sind Schlüsse auf die Grundgesamtheit allerdings nur unter Vorbehalten möglich. Dazu müssen auf diese erste Pilotstudie größer angelegte Erhebungen folgen.

In der gewichteten Stichprobe finden wir ein Durchschnittsalter von 46 Jahren sowie einen Frauenanteil von knapp 55 Prozent. Ein gutes Drittel (37 %) der Befragten verfügt als höchsten Bildungsabschluss maximal über einen Hauptschulabschluss, ein knappes Viertel (23 %) hat die mittlere Reife bzw. einen POS-Abschluss, ein Zehntel hat einen Fachschulabschluss oder das Fachabitur, 14 Prozent haben das Abitur und jeder Achte (12 %) hat ein abgeschlossenes Hochschulstudium.

4 Beispiele Operationalisierung (vgl. auch Tabellen 3 und 4): Themenwahrnehmung/Dimension Betroffenheit, Item: „Das Thema hat negative Auswirkungen auf mein Leben“.

Wahrnehmung Berichterstattung/Dimension Übermaß an Information, Item: „Die Berichterstattung war mir zu umfangreich“.

Vermeidung/aktive Vermeidungshandlung, Item: „Wenn im Fernsehen über das Thema berichtet wurde, habe ich den Fernseher ausgeschaltet“.

5 Beispiele Operationalisierung (vgl. auch Tabellen 3 und 4):

Themenwahrnehmung/Dimension Negativität, Item: „Das Thema umfasste überwiegend negative Ereignisse“.

Wahrnehmung Berichterstattung/Dimension (fehlende) Ausgewogenheit: „Die Berichterstattung zu dem Thema empfand ich als unausgewogen“.

6 Dies ist ein typisches Problem von Quotenstichproben mit studentischen Interviewern und Interviewerinnen: Studierenden gelingt es naturgemäß leichter, Befragte in ihrer Alters- und Bildungsgruppe zu finden. Besonders sehr niedrig Gebildete gehören selten zum Bekanntenkreis von Studierenden. Die Akquise dieser Personen durch Kontrollen zu erzwingen oder durch Belohnungen zu fördern, würde aber die Fälschungsgefahr erhöhen.

4.2 Ergebnisse

4.2.1 Verbreitung der Themenverdrossenheit

Auf die Frage nach Themen aus den letzten Monaten, von denen sie nichts mehr sehen und hören wollten, gaben 51 Prozent der Befragten ein solches Thema an. Weitere 9 Prozent der Befragten konnten ein Thema nennen, wenn der Zeitrahmen in der Nachfrage auf „die letzten Jahre“ vergrößert wurde. Damit ist als erster zentraler Befund festzuhalten, dass Themenverdrossenheit ein weit verbreitetes Phänomen ist: 60 Prozent der Befragten wussten im Sommer 2012 ein Thema zu nennen, von dem sie nichts mehr hören und sehen wollten.

Bei den persönlichen Verdrossenheitsthemen der Befragten (Tab. 1) dominierten mit der Euro-Krise und der Affäre Wulff zwei Themen mit starkem Politikbezug: Jeweils etwa ein Fünftel aller Nennungen entfällt auf diese beiden Themen. Mit dem Syrienkonflikt sowie der Plagiatsaffäre des damaligen Verteidigungsministers Guttenberg nannten die Befragten zwei weitere Verdrussthemata mit politisch relevantem Inhalt. Andere Einzelthemen wurden vergleichsweise seltener genannt. Die Zusammenfassung dieser Themen zu übergeordneten Themengruppen zeigt auch hier, dass Themen von politischer und gesellschaftlicher Relevanz bei den Befragten besonders häufig zu Verdrossenheit führen. Weiterhin finden sich auch vergleichsweise abstrakte Nennungen wie „Politik“ und „Kriege“, die weniger konkrete Themen als vielmehr Themenfelder abstecken (zusammengefasst unter „diverse Themen“), was vermutlich auf ein Missverständnis der Befragten zurückzuführen ist.

Tabelle 1: Häufigkeit der Verdrossenheitsthemen

	% der genannten Themen	n =
<i>Einzelthemen</i>		
Eurokrise	21	43
Bundespräsident Wulff	20	42
Syrien-Konflikt	5	10
Plagiatsaffäre Guttenberg	3	7
<i>Nennungen in Themengruppen zusammengefasst</i>		
Themen mit politischem und gesellschaftlichem Bezug (Rente, Preisentwicklung, Lebensmittelskandale, Wahlen)	16	32
Krieg, Krisen und Gewalt (z. B. Terror, Neo-Nazis, Kindermord, Libyen-Konflikt)	10	20
Umwelthemen (Energiewende, E10, Fukushima)	5	10
Prominente, Klatsch und Tratsch (Heidi Klum, Hochzeit Kate und William)	8	17
Diverse Themen/nicht einzuordnen	13	26

Um zu überprüfen, ob Themenverdrossenheit verstärkt in bestimmten Bevölkerungsgruppen auftritt, vergleichen wir im Folgenden die soziodemografische Zusammensetzung der Gruppe der Themenverdrossenen mit der der Nichtverdrossenen (Tab. 2). Da Themenverdrossenheit in erster Linie bei politischen Themen relevant ist, wurden die Gruppen zusätzlich hinsichtlich ihres Politikinteresses verglichen.

Hinsichtlich der Altersstruktur und des Geschlechts unterscheiden sich die beiden Gruppen nicht. Bei der Bildung zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede ($\chi^2 = 8.7$; $p < .05$): Der Anteil der Hauptschüler ist unter den Themenverdrossenen viel geringer,

die Anteile der mittleren Bildungsgruppen sind dagegen höher. Der geringste Unterschied findet sich hinsichtlich des Anteils der Befragten mit Abitur. Zumindest hinsichtlich der formalen Bildung scheint Themenverdrossenheit also primär ein Phänomen bei Personen des mittleren Bildungsgrades zu sein. Dazu passt auch der Befund, dass sich bezüglich des politischen Interesses im Mittelwert keine nennenswerten Unterschiede finden: Wie vermutet (siehe oben) erreichen Personen mit geringem politischen Interesse das Stadium der Themenverdrossenheit meist gar nicht erst, während stark interessierte Rezipienten dagegen häufig immun sein werden. Insofern verbirgt sich hinter den Mittelwerten für das Politikinteresse ein kurvilinearere Zusammenhang: Unter den Themenverdrossenen ist der Anteil der mittelmäßig politisch Interessierten fast doppelt so groß wie unter denen, die kein Verdrussthema nennen konnten.

Tabelle 2: Themenverdrossenheit und Soziodemografie

		Kein Verdruss- thema genannt	Verdrussthema genannt	Verdrussthema Eurokrise	Verdrussthema Wulff
Geschlecht	Weiblich	55 %	54 %	43 %	70 %
	Männlich	44 %	46 %	57 %	30 %
Alter	Mittelwert	46 Jahre	46 Jahre	50 Jahre	48 Jahre
Bildung	Hochschulreife und höher	25 %	28 %	37 %	21 %
	Mittlere Reife/ Fachschule	26 %	37 %	39 %	35 %
	Max. Hauptschule	48 %	31 %	25 %	44 %
Politikinteresse (Mittelw.)	1 = gar nicht				
	5 = sehr	3,3	3,4	3,6	3,4
Politikinteresse (%)	gar nicht/weniger	30 %	21 %	13 %	20 %
	teils/teils	21 %	38 %	35 %	39 %
	eher/sehr	49 %	41 %	52 %	41 %
n		149	217	43	42

Hinter diesen Werten verbergen sich allerdings deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Themen. Aufgrund der Fallzahlen können wir hier nur die beiden am häufigsten genannten Themen „Eurokrise“ und „Wulff“ vergleichen (Geschlecht: $\chi^2 = 7,1$, $p < .05$ / Bildung: χ^2 (linear) = 4,4, $p < 0,5$). Dabei zeigt sich, dass Frauen und formal Niedriggebildete besonders häufig in Bezug auf das Thema Wulff verdrossen sind, während bei der Eurokrise vor allem Männer und die formal Hochgebildeten überdurchschnittlich häufig Verdruss angeben.

4.2.2 Beurteilung von Thema und Berichterstattung

Wie beurteilen Themenverdrossene nun das Thema, von dem sie nichts mehr sehen und hören wollen? Tabelle 3 zeigt die Ergebnisse einer Faktorenanalyse sowie jeweils die Mittelwerte und Standardabweichungen der Items, die zur Messung der Themenwahrnehmung entwickelt wurden. Wir finden drei Faktoren: Der erste Faktor beinhaltet Items, die die persönliche Betroffenheit abbilden. Dieser Faktor ist bei Verdrussthemen mit einem Mittelwert von 1,9 (auf einer 5er-Skala) sehr schwach ausgeprägt – wobei wie bei allen Mittelwerten erst der Vergleich mit „unverdrossenen“ Themen bzw. Befragten Gewissheit wird schaffen können. Der zweite Faktor lässt sich am besten als „Prominenz“ beschreiben und weist mit 3,8 den höchsten Mittelwert auf. Hier liegt allerdings

die Annahme nahe, dass für fast alle länger in den Medien präsenten Themen eine hohe Ausprägung des Nachrichtenfaktors Prominenz zu erwarten ist. Zukünftige Forschung auf diesem Gebiet sollte daher danach differenzieren, welche „Gruppe“ von Prominenten (aus Politik, Wirtschaft oder Boulevard) das Thema vertritt. Diese beiden Faktoren spiegeln auch die Ergebnisse der qualitativen Studie wider. Der dritte Faktor beschreibt eine negativ bewertete Komplexität des Themas und weist mit 3,4 ebenfalls einen Mittelwert oberhalb des Skalenmittelpunkts auf.

Tabelle 3: Beschreibung des Verdrossenheitsthemas – Faktorenanalyse

	Betroffen- heit	Prominenz	Negative Komplexität
Das Thema betraf Personen aus meinem näheren Umfeld (M = 1,8; SD = 1,3)	.88		
Das Thema betraf auch die Region um meinen Wohnsitz (M = 2,2; SD = 1,4)	.86		
Das Thema hat negative Auswirkungen auf mein Leben (M = 1,9; SD = 1,3)	.80		
Das Thema wurde von bekannten Persönlichkeiten vertre- ten (M = 3,7; SD = 1,3)		.91	
Zu dem Thema haben sich wichtige Vertreter oder Grup- pen aus Politik und Wirtschaft geäußert (M = 3,9; SD = 1,3)		.79	
Das Thema beinhaltet Probleme, die sehr schwierig zu lö- sen sind (M = 3,1; SD = 1,5)			.83
Das Thema umfasste überwiegend negative Ereignisse (M = 3,8; SD = 1,3)			.77
Cronbach's Alpha	.82	.67	.53
Mittelwert (Index)	1,9	3,8	3,4

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse; Varimax-Rotation mit Kaiser-Normalisierung; erklärte Gesamtvarianz = 74 %; KMO = .68; 3 Faktoren vorgegeben; nur Ladungen über .40 dargestellt.

Skala: 1 „trifft gar nicht zu“ bis 5 „trifft sehr zu“.

Neben der Beurteilung des Themas selbst haben wir auch nach der Bewertung der Berichterstattung über das Thema gefragt. Die Faktoranalyse (Tab. 4) extrahiert vier Faktoren. Der erste Faktor fasst Items zusammen, die ein positives Qualitätsurteil zum Ausdruck bringen. Im zweiten Faktor finden sich Aussagen, die eine fehlende Vielfalt der Berichterstattung anzeigen. Die Indikatoren des dritten Faktors operationalisieren ein von den Rezipienten wahrgenommenes Übermaß an Berichterstattungsintensität. Der vierte Faktor schließlich vereint Items, die der Berichterstattung eine manipulative Tendenz vorwerfen, mit der Feststellung mangelnder Verständlichkeit. Denkbar wäre hier, dass beim Rezipienten Manipulationsverdacht vor allem dann aufkommt, wenn er ohnehin das Gefühl hat, nicht alles zu verstehen.

Ein Blick auf die Einzelitems zeigt, dass vor allem negative Bewertungen der Berichterstattung über dem Skalenmittelpunkt liegen. Dieses Ergebnis überrascht sicher weniger als der Befund, dass mit Verständlichkeit und Glaubwürdigkeit auch zwei positive Eigenschaften eher Zustimmung durch die Verdrossenen erfahren. Unverständ-

lichkeit und Unglaubwürdigkeit scheinen somit eher keine typischen Kennzeichen einer Berichterstattung zu sein, die zu Themenverdrossenheit führen kann. Auch dieser Befund steht allerdings unter dem Vorbehalt, dass Vergleiche mit anderen Themen bzw. Befragten noch ausstehen.

Tabelle 4: Berichterstattung über das Verdrossenheitsthema – Faktorenanalyse

Die Berichterstattung zu dem Thema ...	Positives Qualitätsur- teil	Fehlende Ab- wechslung	Übermaß an Information	Manipulation
... empfand ich als qualitativ hochwertig (M = 2,3; SD = 1,1)	.73			
... empfand ich als abwechslungsreich (M = 2,3; SD = 1,0)	.72			
... beinhaltete sehenswerte Bilder (M = 2,4; SD = 1,3)	.72			
... hat mich emotional berührt (M = 2,5; SD = 1,5)	.72			
... fand ich nicht unterhaltsam (M = 3,7; SD = 1,3)		.71		
... empfand ich als unausgewogen (M = 3,2; SD = 1,2)		.69		
... erschien mir einseitig (M = 3,5; SD = 1,2)		.62		
... war zu detailliert (M = 2,9; SD = 1,2)			.86	
... war mir zu umfangreich (M = 3,1; SD = 1,4)			.86	
... hatte nur das Ziel die Leute zu beein- flussen (M=3,3; SD = 1,3)				.71
... enthielt viele Meinungen, mit denen ich nicht einverstanden war (M = 3,7; SD = 1,1)				.62
... war leicht verständlich (umgepolt) (M = 3,5; SD = 1,1)				.57
... empfand ich als glaubwürdig (umge- polt) (M = 3,2; SD = 1,1)				.57
Cronbach's Alpha	.70	.63	.73	.52
Mittelwert (Index)	2,4	3,5	3,0	3,0

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse. Varimax-Rotation mit Kaiser-Normalisierung; erklärte Gesamtvarianz = 60 %; KMO = .70; nur Ladungen > .40 dargestellt.

Skala: 1 „trifft gar nicht zu“ bis 5 „trifft sehr zu“.

Unter den kritischen Items mit den höchsten Mittelwerten finden sich vor allem solche, die der Berichterstattung vorwerfen, tendenziös zu sein („einseitig“, „unausgewogen“, „beeinflussend“, „Meinungen, mit denen ich nicht einverstanden war“). Dieses Merkmal wird von den Befragten offenbar besonders stark wahrgenommen, im Mittelwert über-

treffen nur noch von einem Item: mangelnder Unterhaltsamkeit. Neben einer inhaltlich begründeten Form der Themenverdrossenheit deutet sich damit auch eine weitere, eher „hedonistisch“ motivierte Themenverdrossenheit an, die sich aus unbefriedigtem Unterhaltungsbedürfnis speist.

4.2.3 Vermeidungsreaktionen

Unsere dritte Forschungsfrage richtet sich auf die Vermeidungsreaktionen, die aus Themenverdrossenheit auf der konativen Ebene möglicherweise folgen können, und zwar sowohl im Zusammenhang mit der Mediennutzung als auch bezüglich der interpersonalen Kommunikation. Tabelle 5 zeigt die Ergebnisse zu den Vermeidungsreaktionen bei Fernsehkontakt, die die Ergebnisse aus der qualitativen Vorstudie bestätigen.

Tabelle 5: Reaktionen bei Fernsehkontakt mit Verdrusssthema – Faktorenanalyse

Wenn im Fernsehen über das Thema berichtet wurde, habe ich	Abwen- dung	Zuwendung	Periphere Nutzung
... den Fernseher ausgeschaltet (M = 2,1; SD = 1,3)	.79		
... trotzdem aufmerksam zugeschaut (umgepolt) (M = 2,8; SD = 1,3)	.74	-.43	
... mir diese Sendung beim nächsten Mal nicht mehr angesehen (M = 2,6; SD = 1,4)	.73		
... solange den Raum verlassen, um etwas anderes zu erledigen (M = 2,0; SD = 1,2)	.73		
... den Sender gewechselt (M = 3,0; SD = 1,4)	.73	-.44	
... mit anderen darüber diskutiert (M = 2,6; SD = 1,3)		.81	
... mir anschließend noch weitere Informationen zum Thema besorgt (M = 1,7; SD = 1,1)		.79	
... weitergeschaut, um später darüber mitreden zu können (M = 2,4; SD = 1,2)		.76	
... es lustlos verfolgt (M = 2,7; SD = 1,3)			.92
... nebenbei etwas anderes getan (M = 3,0; SD = 1,5)	.47		.62
Cronbach's Alpha	.84	.76	.56
Mittelwert (Index)	2,6	2,3	2,9

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse; Varimax-Rotation mit Kaiser-Normalisierung; erklärte Gesamtvarianz = 68 %; KMO = .83, nur Ladungen > .40 dargestellt.

Skala: 1 „trifft gar nicht zu“ bis 5 „trifft sehr zu“.

Insgesamt konnten drei Faktoren ermittelt werden, von denen zwei als gegensätzliche Pole einer Aufmerksamkeitsverteilung interpretiert werden können. Entweder wenden die Verdrossenen sich vollständig von einem Thema ab (keine Aufmerksamkeit, Faktor 1) oder aber sie wenden sich diesem Thema bewusst zu und schenken ihm somit viel Aufmerksamkeit. Möglicherweise wird bei dieser Reaktion die Intensität der Bericht-

erstattung als Relevanzindikator gedeutet, der es trotz Verdrossenheit nahe legt, sich weiter über ein Thema zu informieren. Die periphere Nutzung steht zwischen diesen beiden Extremen, indem dem Thema nur wenig Aufmerksamkeit geschenkt wird.

Erneut ist es die Betrachtung der Einzelitems, die darüber hinaus aufschlussreiche Einblicke in den Umgang mit Themenverdrossenheit bietet: Auf den ersten Blick überrascht, dass nur ein Item („den Sender wechseln“) den Skalenmittelpunkt von 3 erreicht, während alle anderen darunter liegen. Dieser Befund lässt sich allerdings erklären: Wer ein Thema grundsätzlich vermeidet, kann irgendwann eigentlich keine Themenverdrossenheit mehr empfinden, weil er ja bereits dafür sorgt, dass er über das Thema nichts mehr hören oder sehen muss. Themenverdrossenheit ist insofern für manche Personen vielleicht nur ein vorübergehendes Stadium zwischen intensiver Zuwendung zu einem Thema und seiner völligen Vermeidung. Insofern überrascht es nicht, dass sich bei den stärker ausgeprägten Verhaltensweisen neben typischen Vermeidungsreaktionen („Sender wechseln“) auch explizite Zuwendungen zum Thema finden („trotzdem zuschauen“; „mit anderen darüber diskutieren“). Eine Zwischenposition nimmt das „lustlose Verfolgen“ ein, wo zwar noch keine konative Vermeidung stattfindet, diese aber möglicherweise schon kurz bevorsteht. Dass die periphere Nutzung mit 2,9 den höchsten Mittelwert aufweist, stützt die Annahme, dass bei themenverdrossenen Personen eine völlige Abwendung weniger wahrscheinlich ist.

Bei der interpersonalen Kommunikation über das Verdrusssthema findet sich eine 2-Faktoren-Struktur (Tab. 6). Der erste Faktor umfasst Reaktionen, die eine aktive Beteiligung an Gesprächen verdeutlichen (also das genaue Gegenteil von Abwehrreaktionen), der zweite Faktor hingegen umfasst Items, die Vermeidungsreaktionen zeigen. Ein Blick auf die Mittelwerte verdeutlicht, dass die aktive Auseinandersetzung mit den Verdruss-themen in der interpersonalen Kommunikation die wesentlich häufigere Reaktion der

Tabelle 6: Reaktionen bei Gesprächskontakt mit Verdrusssthema – Faktorenanalyse

Wenn das Thema zur Sprache kam ...	Beteiligung	Widerstand
... habe ich meine Meinung dazu geäußert (M = 3,6; SD = 1,1)	.88	
... habe ich mich an der Diskussion beteiligt (M = 3,2; SD = 1,1)	.87	
... habe ich mich herausgehalten (umgepolt) (M = 2,6; SD = 1,2)	.71	
... habe ich versucht, das Thema zu wechseln (M = 2,5; SD = 1,2)		.73
... habe ich gereizt reagiert (M = 2,3; SD = 1,2)		.73
... habe ich das Gespräch beendet (M = 2,1; SD = 1,2)		.71
... habe ich mich darüber lustig gemacht (M = 2,0; SD = 1,1)		.69
Cronbach's Alpha	.81	.72
Mittelwert (Index)	3,4	2,2

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse; Varimax-Rotation mit Kaiser-Normalisierung; erklärte Gesamtvarianz = 64 %; KMO = .72, nur Ladungen > .40 dargestellt.

Skala: 1 „trifft gar nicht zu“ bis 5 „trifft sehr zu“.

Befragten ist. Es liegt die Annahme nahe, dass im Gespräch soziale Faktoren harten Vermeidungsreaktionen häufig im Wege stehen: Ein Fernsehgerät lässt sich eben viel leichter um- oder ausschalten als ein Gesprächspartner!

4.2.4 Zusammenfassung der Ergebnisse

Themenverdrossenheit ist nach unseren Befunden ein in allen Bevölkerungsgruppen häufig auftretendes Phänomen. Wir fanden allerdings einige Unterschiede zwischen verschiedenen Bildungsgruppen, und zwar sowohl für das Auftreten von Themenverdrossenheit allgemein als auch für die Verdrossenheit in Bezug auf bestimmte Themen. Da formale Bildung aber mit vielen anderen Merkmalen korreliert (Intelligenz, Wissen, Einkommen etc.), ist hier weitere Forschung notwendig um zu klären, welche Faktoren ursächlich sind.

Verdrussthemen werden vor allem als negativ und komplex wahrgenommen und sehr häufig sind Prominente darin involviert. Kritische Urteile über die Berichterstattung zu solchen Themen bemängeln primär die Abweichung von Qualitätserwartungen, daneben auch ein Übermaß an Information sowie eine manipulative Tendenz der Berichterstattung.

Unter den Reaktionen auf Fernsehkontakt ist die periphere Nutzung (Nebenbenutzung, „lustlose“ Nutzung) stärker ausgeprägt als die Abwendung vom Medium. Dieser Aspekt erscheint uns zentral: Durch Abwendung würde das Thema (und damit auch die Verdrossenheit!) aus dem Bewusstsein der Rezipienten bald verschwinden. Deshalb wird sich Themenverdrossenheit vor allem bei denjenigen Rezipienten finden, die sich der Berichterstattung *noch* zuwenden. Warum sie dies überhaupt tun, ist eine spannende Frage für die weitere Forschung: Habitualisierte Mediennutzung einerseits, das Gefühl, sich informieren zu müssen („duty to keep informed“ McCombs & Poindexter, 1983), andererseits können Gründe sein, sich vom Thema bzw. der Berichterstattung nicht völlig abzuwenden. Genauso könnte aber auch eine aufgezwungene Konfrontation mit dem Thema zu Verdrossenheit führen, zum Beispiel durch die Mediennutzung von Partnern und/oder Familienangehörigen, öffentlich präsente Medienangebote, Gesprächskontakte oder eine omnipräsente Medienberichterstattung zum Thema, der man nicht ausweichen kann.

5. Schlussfolgerungen, kritische Reflexion und Ausblick

Unsere zweistufige, empirische Exploration des Forschungsfeldes hat gezeigt, dass das von uns vermutete Phänomen der Themenverdrossenheit existiert und recht weit verbreitet ist. Auf Basis der Ergebnisse leiten wir nun folgende Definition der Themenverdrossenheit ab: Themenverdrossenheit ist *Resultat einer im Zeitverlauf einsetzenden, negativen Bewertung eines Nachrichtenthemas und/oder der negativen Bewertung der Berichterstattung über das Thema. Themenverdrossenheit äußert sich darin, dass Menschen den Wunsch haben, nichts mehr von dem Thema sehen und hören zu wollen. Sie kann zur Folge haben, dass ein Nachrichtenthema – nach anfänglicher (und ggf. sogar intensiver) Rezeption – von den Rezipienten bewusst vermieden wird (konative Komponente).*

Sowohl empirisch wie auch theoretisch unterliegen unsere Studien allerdings Einschränkungen, die in zukünftigen Forschungen berücksichtigt werden müssen: Bei der Operationalisierung von Themenverdrossenheit haben manche Befragte auf die Frage nach Themen, von denen sie *nichts mehr* hören und sehen wollten, möglicherweise auch Themen genannt, von denen sie *noch nie* etwas hören oder sehen wollten. Im Rahmen

einer Querschnitts-Pilotstudie war diese Differenzierung zwischen Themenverdrossenheit und allgemeinem Desinteresse nicht an allen Stellen klar zu leisten. Auch sonst ist die zeitliche Entwicklung der Entstehung und der verschiedenen Reaktionen noch nicht geklärt. Wie lange dauert es vom Aufkommen eines Themas bis zum Einsetzen von Verdrossenheit, und wie lange halten die Rezipienten diese dann aus, bis sie Vermeidungsreaktionen zeigen (wenn sie dies überhaupt tun)? Ist diese Zeitspanne ggf. auch von Thema zu Thema unterschiedlich bzw. auch von bestimmten Rezipientenmerkmalen abhängig? Zukünftige Studien sollten daher als Längsschnitt angelegt sein, um die zeitliche Komponente der Themenverdrossenheit systematisch analysieren und insbesondere die Abgrenzung zwischen allgemeiner Ablehnung und zeitlich entstandener Verdrossenheit empirisch klarer trennen zu können. Schließlich ist es erforderlich, die an einer eher kleinen Quotenstichprobe gewonnenen Erkenntnisse an größeren Zufallsstichproben zu überprüfen.

Aus Platzgründen konnten wir im Rahmen dieses Beitrags nicht der Frage nach der kausalen Erklärung für das Auftreten von Themenverdrossenheit nachgehen. Die dazu nötige Varianz in der abhängigen Variable liefern uns die Daten zum vorgegebenen Thema „Energiewende“, zu dem uns sowohl Antworten von verdrossenen als auch von nichtverdrossenen Mediennutzern vorliegen. Eine Publikation hierzu ist in Vorbereitung.

Aber auch theoretisch ergeben sich aus unserer Exploration zahlreiche neue Fragen. Wie oben bereits angesprochen, ist noch weitgehend unklar, welche Prozesse dem Entstehen von Themenverdrossenheit genau zugrunde liegen. Wie anhand der qualitativen Studie vermutet und in der quantitativen Studie bestätigt, scheinen insbesondere solche Dimensionen einen Zusammenhang mit der Themenverdrossenheit aufzuweisen, die aus der Nachrichtenwert- bzw. der Qualitätsforschung bekannt sind. Bisher wurden diese Dimensionen auf Rezipientenseite – wenn überhaupt – mit der Nutzung und Auswahl von Medienangeboten in Verbindung gebracht. Dass trotz Qualität und Nachrichtenfaktoren bzw. gerade auch *ihretwegen* Themenverdrossenheit aufzutreten scheint, mutet auf den ersten Blick paradox an. Zukünftige Forschung sollte sich daher damit befassen, diese Zusammenhänge genauer zu erforschen.

Literaturverzeichnis

Zeitungsartikel

- Böcking, D. (30.10.2012). Verschuldung, Inflation, Rendite: Die magischen Zahlen der Euro-Krise. In: Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/was-an-schwellenwerten-in-der-euro-krise-dran-ist-a-862968.html> [28.11.2013].
- o. A. (01.10.2012): Haushaltsentwurf: Griechische Regierung schreibt 2013 ab. In: Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/regierung-in-griechenland-erwartet-schrumpfen-der-wirtschaft-fuer-2013-a-858848.html> [28.11.2013].
- o. A. (01.10.2012): Griechenland erhält wohl neue Kredite. In: Die Tageszeitung taz, S. 8.
- o. A. (14.10.2012): Finanzkrise: Schäuble schließt Euro-Austritt Griechenlands aus. In: Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/politik/ausland/schaeuble-schliesst-euro-austritt-griechenlands-aus-a-861183.html> [28.11.2013].
- o.A. (30.10.2012). Griechenland ist riskanter als Syrien. In: Die Welt, S. 10 Ausg. 254.
- Oberteis, R. (14.10.2012): Griechenland ist überall. In: Tagesspiegel, S. 21 Ausg. 21482.

Wissenschaftliche Referenzen

- Altrogge, M. & Schabedoth, E. (2001). Formatierte Programme und unformatierte Hörer: Zur Diskrepanz von Musik- und Hörerforschung. In P. Rössler, G. Vowe & V. Henle (Hrsg.), *Das*

- Geräusch der Provinz – Radio in der Region. Festschrift zehn Jahre TLM* (TLM-Schriftenreihe, Bd. 13, S. 353–375). München: KoPäd-Verlag.
- Bennett, W. L. (2003). The Burglar Alarm That Just Keeps Ringing: A Response to Zaller. *Political Communication*, 20 (2), 131–138.
- Becker, L. B. (1979). Measurement of Gratifications. *Communication Research*, 6, 54–73.
- Blumers, M., Gerstner, O. & Tebert, M. (2010). Wie Zuschauer die Qualität von Fernsehen beurteilen. *Media Perspektiven* (3), 131–142.
- Böcking, T. & Fahr, A. (2009). Television Program Avoidance and Personality. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 34 (3), 323–344.
- Chaffee, S. H., Saphir, M. N., Graf, J., Sandvig, C. & Hahn, K. S. (2001). Attention to Counter-Attitudinal Messages in a State Election Campaign. *Political Communication*, 18 (3), 247–272.
- Daschmann, G. (2009). *Die Qualität von Fernsehnachrichten: Dimensionen und Befunde unter besonderer Berücksichtigung der forsa-Befragung vom Januar 2009*. <http://www.ard.de/intern/presseservice/-/id=1038386/property=download/nid=8058/1inkfip/ARD-Nachrichtenqualit%C3%A4t-Studie.pdf> [28.11.2013].
- Donsbach, W. (1989). Selektive Zuwendung zu Medieninhalten: Einflußfaktoren auf die Auswahlentscheidungen der Rezipienten. In M. Kaase & W. Schulz (Hrsg.), *Massenkommunikation*. (Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie) (S. 392–405). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Donsbach, W. (1991). Exposure to Political Content in Newspapers: The Impact of Cognitive Dissonance on Readers' Selectivity. *European Journal of Communication*, 6 (2), 155–186.
- Eilders, C. (1997). *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Eilders, C. (2006). News Factors and News Decisions. Theoretical and Methodological Advances in Germany. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 31 (1), 5–24.
- Fahr, A. & Böcking, T. (2005). Nichts wie weg? Ursachen der Programmflucht. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 53 (1), 5–25.
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Galtung, J. & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2 (1), 64–90.
- Gerhards, J. & Neidhardt, F. (1991). Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze. In S. Müller-Doohm (Hrsg.), *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie* (S. 31–90). Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Universität.
- Grupp, F. W. (1970). Newscast Avoidance Among Political Activists. *Public Opinion Quarterly*, 34 (2), 262–266.
- Jamal, A. & Melkote, S. R. (2008). Viewing and Avoidance of the Al-Jazeera Satellite Television Channel in Kuwait: a Uses and Gratifications Perspective. *Asian Journal of Communication*, 18 (1), 1–15.
- Jarren, O. & Donges, P. (2006). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung* (Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft, 2. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jungnickel, K. (2011). Nachrichtenqualität aus Nutzersicht: Ein Vergleich zwischen Leserurteilen und wissenschaftlich-normativen Qualitätsansprüchen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 59 (3), 360–378.
- Kinnick, K. N., Krugman, D. M. & Cameron, G. T. (1996). Compassion Fatigue: Communication and Burnout toward Social Problems. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 73 (7), 687–707.
- Knobloch-Westerwick, S. & Meng, J. (2009). Looking the Other Way: Selective Exposure to Attitude-Consistent and Counterattitudinal Political Information. *Communication Research*, 36 (3), 426–448.
- Kuhlmann, C. & Wolling, J. (2004). Fernsehen als Nebenbeimedium. Befragungsdaten und Tagebuchdaten im Vergleich. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 52 (3), 386–411.

- Lipschultz, J. H. (1987). The Nonreader Problem: A Closer Look at Avoiding the Newspaper. *Newspaper Research Journal*, 8 (4), 59-69.
- Mayring, P. (2008). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken* (10., aktualisierte und überarb. Aufl.). Weinheim: Beltz.
- McCombs, M. & Poindexter, P. (1983). The Duty to Keep Informed: News Exposure and Civic Obligation. *Journal of Communication*, 33 (2), 88-96.
- Peters, B. (2007). *Der Sinn von Öffentlichkeit* (Suhrkamp Taschenbücher Wissenschaft, Bd. 1836, 1. Aufl.). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Porten-Cheé, P., Arlt, D. & Wolling, J. (2013). Informationssuche zwischen Energiepolitik und Energiespartipps. Einstellungs-Verhaltens-Relationen als Erklärungsfaktoren der aktiven Suche nach energiebezogenen Informationen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 61 (2), 183-201.
- Rau, P.-L. P., Liao, Q. & Chen, C. (2013). Factors Influencing Mobile Advertising Avoidance. *International Journal of Mobile Communications*, 11 (2), 123-139.
- Ruhrmann, G., Woelke, J., Maier, M. & Diehlmann, N. (2003). *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen: ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren* (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, Bd. 45). Opladen: Leske + Budrich.
- Ruß-Mohl, S. (1992). „Am eigenen Schopfe...“. Qualitätssicherung im Journalismus – Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche. *Publizistik*, 37 (1), 83-96.
- Schatz, H. & Schulz, W. (1992). Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Qualität im dualen Fernsehen. *Media Perspektiven* (11), 690-712.
- Schmidt, M. G. (2010). *Demokratietheorien: Eine Einführung* (5. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schulz, W. (1990). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien: Analyse der aktuellen Berichterstattung* (2., unveränd. Aufl.). Freiburg, München: Alber.
- Schumann, C. (2013a). *Der Publikumserfolg von Computerspielen: Qualität als Erklärung für Selektion und Spielerleben*. Baden-Baden: Nomos.
- Schumann, C. (2013b). Die Qualität von Computerspielen aus Nutzersicht. Ergebnisse einer Spielerbefragung. *Media Perspektiven* (10), 493-503.
- Shoemaker, P. J. & Cohen, A. A. (2006). *News Around the World: Content, Practitioners, and the Public*. New York: Taylor & Francis Ltd.
- Sicking, P. (1998). *Leben ohne Fernsehen: Eine qualitative Nichtfernseherstudie*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Sommer, D., Fretwurst, B., Sommer, K. & Gehrau, V. (2012). Nachrichtenwert und Gespräche über Medienthemen. *Publizistik*, 57, 381-401.
- Stafford, M. R. & Stafford, T. F. (1996). Mechanical Commercial Avoidance: A Uses and Gratifications Perspective. *Journal of Current Issues & Research in Advertising (CTC Press)*, 18 (2), 27-38.
- Trilling, D. & Schoenbach, K. (2013). Skipping Current Affairs: The Non-Users of Online and Offline News. *European Journal of Communication*, 28 (1), 35-51.
- van den Bulck, J. (2006). Television News Avoidance: Exploratory Results from a One-Year Follow-Up Study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50 (2), 231-252.
- Wenner, L. A. (1983). Political News on Television: A Reconsideration of Audience Orientations. *Western Journal of Speech Communication: WJSC*, 47 (4), 380-395.
- Wolling, J. (2004). Qualitätserwartungen, Qualitätswahrnehmungen und die Nutzung von Fernsehserien. Ein Beitrag zur Theorie und Empirie der subjektiven Qualitätsauswahl von Medienangeboten. *Publizistik*, 49 (2), 171-192.
- Wolling, J. (2009). The Effect of Subjective Quality Assessments on Media Selection. In T. Hartmann (Hrsg.), *Media Choice. A Theoretical and Empirical Overview* (S. 84-101). New York: Routledge Taylor & Francis.
- Wonneberger, A., Schoenbach, K. & van Meurs, L. (2013). Dimensionality of TV-News Exposure: Mapping News Viewing Behavior with People-Meter Data. *International Journal of Public Opinion Research*, 25 (1), 87-107.

- Yang, Z. J. & Kahlor, L. (2013). What, Me Worry? The Role of Affect in Information Seeking and Avoidance. *Science Communication*, 35 (2), 189-212.
- Zaller, J. (2003). A New Standard of News Quality: Burglar Alarms for the Monitorial Citizen. *Political Communication*, 20 (2), 109-130.
- Zerba, A. (2011). Young Adults' Reasons behind Avoidances of Daily Print Newspapers and Their Ideas for Change. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 88 (3), 597-614.

Objektivität im Journalismus



Objektivität als professionelles Abgrenzungskriterium im Journalismus

Eine dissonanztheoretische Studie zum Informationsverhalten von Journalisten und Nicht-Journalisten

Von Cornelia Mothes

2014, 424 S., brosch., 69,- €

ISBN 978-3-8487-0546-7

(Aktuell. Studien zum Journalismus, Bd. 7)

Um im Internetzeitalter als Profession sichtbar zu bleiben, müssen Journalisten ihren Mehrwert gegenüber Bürgerjournalisten deutlicher herausstellen. Ein Experiment zeigt, inwiefern sich deutsche Jour-

nalisten in einem ihrer wichtigsten professionellen Abgrenzungsmerkmale – der Objektivitätsnorm – von Bürgern ohne journalistischen Hintergrund unterscheiden.

Bestellen Sie jetzt telefonisch
unter 07221/2104-37.
Portofreie Buch-Bestellungen unter
www.nomos-shop.de/21082



Nomos