SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

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

Link, Elena; Rosset, Magdalena; Freytag, Anna

Erstveröffentlichung / Primary Publication
Konferenzbeitrag / conference paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Link, E., Rosset, M., & Freytag, A. (2021). Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns während der Corona-Pandemie. In F. Sukalla, & C. Voigt (Hrsg.), *Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation: Beiträge zur Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2020* (S. 21-30). Leipzig: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. https://doi.org/10.21241/ssoar.74286

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de

Terms of use:
This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more Information see:
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

gesis
Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

Mitglied der
Leibniz-Gemeinschaft

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

Elena Link, Magdalena Rosset, Anna Freytag

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

Zusammenfassung

*Die Corona-Pandemie stellt eine Phase der Unsicherheit dar und geht mit Handlungs- und Entscheidungsbedarfen einher, für deren Bewältigung das individuelle Kommunikations- und Informationshandeln eine wichtige Rolle spielt. Dabei ziehen Rezipient*innen situationsbedingt bestimmte Quellen anderen vor und legen beispielsweise unter bestimmten Bedingungen mehr Wert auf interpersonalen Austausch anstelle von medialer Suche. Das Ziel des vorliegenden Beitrags liegt darin, verschiedene Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns mit Bezug zur Corona-Pandemie zu identifizieren und ihre Spezifika herauszuarbeiten. Auf Basis 21 leitfadengestützter Interviews, die mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet wurden, konnten je sechs inhaltsbezogene und zwei strategiebezogene Typen des interpersonalen sowie des medialen Kommunikations- und Informationshandelns identifiziert werden. Bei den interpersonalen Typen liegt der Fokus auf Emotionsbewältigung, auf Erfahrungs- oder Informationsaustausch. Sie zeichnen sich durch unterschiedliche Offenheit gegenüber dem Thema aus, während die medialen Typen von konkreten Interessensfeldern und sowohl durch Strategien der aktiven, gezielten Suche als auch der passiven Form des Scanning gekennzeichnet sind. Mit Blick auf die vorliegenden Erkenntnisse zeigt sich für die frühe Phase der Pandemie ein hohes Informationsbedürfnis und eine umfassende, auch selektive und kritische Rezeption medialer Inhalte und eine durch emotionale und informationelle Unterstützung geprägte Art des persönlichen Austauschs im sozialen Umfeld.*

Keywords: Informationshandeln, interpersonale Kommunikation, Typenbildung, Leitfadeninterviews, Corona

© Elena Link, Magdalena Rosset, Anna Freytag (2021). Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns während der Corona-Pandemie. In F. Sukalla & C. Voigt (Hrsg.), Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation. Beiträge zur Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2020, S.21-30.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.74286.

Summary

The corona pandemic is a phase of uncertainty that is accompanied by the need for action and decision-making. To cope with uncertainties and prepare for decision-making interpersonal communication and information-seeking behavior play an important role. Depending on situational factors, individuals prefer certain sources to others and, for example, place more weight on interpersonal exchange instead of seeking information using media channels. This paper aims to identify different types of interpersonal communication and media information seeking about the Corona pandemic. Based on 21 semi-structured interviews, which were analyzed by qualitative content analysis, six content-related and two strategy-related types of interpersonal communication and information-seeking behavior using media channels were identified. The focus of the identified types of interpersonal communication was on coping with emotions and on exchanging experiences or information as types of social support and was further characterized by different degrees of openness to the topic. In contrast, the types of information-seeking behaviors using media channels were characterized by concrete fields of interest and by strategies of both active, targeted seeking, and passive forms of scanning. The findings illustrate that the early phase of the pandemic revealed a high need for information and a comprehensive, also selective, and critical reception of media content, whereas interpersonal communication was characterized by emotional and informational support.

Keywords: information-seeking behaviors, information scanning, interpersonal communication, interviews

© Elena Link, Magdalena Rosset, Anna Freytag (2021). Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns während der Corona-Pandemie. In F. Sukalla & C. Voigt (Hrsg.), Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation. Beiträge zur Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2020, S.21-30.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.74286.

Hintergrund

Die Corona-Pandemie mit dem einhergehenden Risiko, selbst zu erkranken, einem unklaren Krankheitsverlauf und die ergriffenen sozialen, politischen und wirtschaftlichen Maßnahmen zur Pandemiebekämpfung führen zu erheblichen Einschnitten in das Leben aller. Entsprechende Krisen stellen Perioden der Unsicherheiten dar (Tandoc & Lee, 2020), da sie mehrdeutig, komplex und in ihrer Entwicklung unvorhersehbar erscheinen. Aus individueller Perspektive ist die Situation sowohl von wissenschaftlichen, medizinischen als auch persönlichen Unsicherheiten geprägt (Brashers, 2001) und geht mit Handlungs- und Entscheidungsbedarfen einher, für deren Bewältigung das individuelle Kommunikations- und Informationshandeln eine wichtige Rolle spielt (Brashers, 2001; Johnson & Case, 2012; Lambert & Loiselle, 2007). Das Informations- und Kommunikationshandeln stellt eine situative, zweckgebundene Strategie dar, um subjektive Ziele zu erreichen. Im vorliegenden Kontext kann das Informations- und Kommunikationshandeln sowohl der emotionalen Bewältigung von Unsicherheiten dienen, indem Ängste reduziert und Hoffnungen aufrechterhalten werden (Brashers, 2001; Tandoc & Lee, 2020; Tang & Zou, 2021), als auch dem Zugewinn an Wissen über die Pandemie. Informations- und Kommunikationshandeln schafft damit eine Basis für individuelle Einstellungs- und Meinungsbildung über gesundheitsförderliches Schutzverhalten und ermöglicht unter anderem individuelle Sinnstiftung in der Krise (Johnson & Case, 2012; Zimmerman & Shaw, 2020).

Das Informations- und Kommunikationshandeln subsummiert dabei verschiedene Formen des Umgangs mit Informationen, die von der aktiven Suche nach und Zuwendung zu konkreten Informationen bis zur aktiven Vermeidung reichen (Atkin, 1973). Der vorliegende Beitrag fokussiert verschiedene Formen der Suche und Aneignung von Informationen über die Corona-Pandemie, die prinzipiell unterschieden werden können in aktive, intendierte Informationssuche und passive Aufnahmebereitschaft, auch bezeichnet als *Information Scanning* (Hornik & Niederdeppe, 2008). Die aktive Informationssuche beschreibt ein zielgerichtetes Handeln eines Individuums, das in Abhängigkeit des vorherrschenden Bedürfnisses, Informationen mittels ausgewählter Informationskanäle und -quellen sucht (Zimmerman & Shaw, 2020). Im Gegensatz dazu wird Information Scanning als Informationsbeschaffung oder Offenheit für potenziell relevante Informationen verstanden, die aus einer ritualisierten Mediennutzung bzw. einem ritualisierten interpersonalen Austausch resultiert (Hornik & Niederdeppe, 2008; Kelly et al., 2009; Longo, 2005; Niederdeppe et al., 2007).

Für eine weiterführende Charakterisierung des individuellen Informationshandelns gilt es zu berücksichtigen, dass das Informationshandeln ein komplexer, oft mehrstufiger Prozess ist (Galarce et al., 2011). Merkmale dieses Prozesses sind zum einen unterschiedliche innere oder äußere Reize oder die Art des vorherrschenden Informationsinteresses als Auslöser eines Unterstützungs- oder Informationsbedürfnisses. Des Weiteren wird der Prozess durch die Auswahl geeigneter Informationskanäle und -quellen (Galarce et al., 2011; Knobloch-Westerwick, 2015) aus einer Vielzahl potenzieller Quellen (Dutta-Bergman, 2004a, b) charakterisiert. Je nach Informationsbedürfnis und den individuell wahrgenommenen Eigenschaften von und Einstellungen zu Quellen, zu denen beispielsweise die erwartete Expertise, die Individualisierbarkeit der Informationen oder die Bequemlichkeit des Zugangs zählen (Galarce et al., 2011; Griffin et al., 1999; Hastall & Knobloch-Westerwick, 2013; Kahlor, 2010), wenden sich Individuen an unterschiedliche Instanzen. Die genannten Determinanten führen dazu, dass Rezipient*innen situationsbedingt bestimmte Quellen anderen vorziehen und mehr Wert auf interpersonalen Austausch anstelle von medialer Suche legen.

Im Sinne der Integration bisheriger Annahmen der massenmedialen Selektionsforschung und der interpersonalen Kommunikation, strebt der vorliegende Beitrag eine tiefgehende Gegenüberstellung der interpersonalen und medialen Kommunikation über die Corona-Pandemie an. Demnach ist es das Ziel des vorliegenden Beitrags, verschiedene Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns mit Bezug zur Corona-Pandemie zu identifizieren und ihre Spezifika herauszuarbeiten. Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass ein tieferes Verständnis der kommunikativen Verhaltensmuster ein Schlüsselfaktor für die Bekämpfung der Pandemie auf individueller und gesellschaftlicher Ebene darstellt, da Informationen sowohl für die individuelle Entscheidungsfindung über Präventionsmaßnahmen als auch für die Bewältigung von Ängsten und die Aufrechterhaltung von Hoffnung und Optimismus relevant sind (Brashers, 2001).

© Elena Link, Magdalena Rosset, Anna Freytag (2021). Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns während der Corona-Pandemie. In F. Sukalla & C. Voigt (Hrsg.), Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation. Beiträge zur Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2020, S.21-30.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.74286.

Methode

Um Typen des Kommunikations- und Informationshandelns während der Corona-Pandemie zu identifizieren und in größtmöglicher Tiefe und Komplexität abzubilden, wurde ein qualitativer Zugang gewählt. Hierzu wurden von den Autorinnen zwischen dem 02. und 10. April 2020 telefonisch 21 leitfadengestützte Interviews geführt. Für die Rekrutierung wurden mögliche Interviewteilnehmer*innen aus dem weiteren, persönlichen Umfeld der Autorinnen kontaktiert und direkt angesprochen. Dabei wurde auf größtmögliche Heterogenität hinsichtlich des Geschlechts, des Alters, der Zugehörigkeit zu einer Risikogruppe, der Haushaltsgröße, der Berufstätigkeit und des Lebensumfelds geachtet. Die insgesamt 21 Befragten waren im Durchschnitt 45 Jahre alt (*SD* = 19,16; *Min* = 20; *Max* = 78), 12 der Befragten waren weiblich (57%) und neun männlich (43%). Acht der Interviewten (38%) gehörten einer Risikogruppe für einen schweren Verlauf von COVID-19 an. Sechs Befragte (29%) lebten allein, während die restlichen Befragten mit mindestens einer weiteren Person in einem Hausstand wohnten.

Der Leitfaden umfasste die aktuelle Wahrnehmung der Situation und rekonstruierte das Informations- und Kommunikationshandeln der Befragten (u. a. Auslöser, genutzte Quellen/Ansprechpartner*innen, relevante Inhalte, Auswahlkriterien, Situationen). Der Leitfaden wurde im Vorfeld getestet, um die Verständlichkeit der Fragen sicherzustellen und zu prüfen, ob bestimmte Fragen für die Befragten belastend sein könnten. Auf Basis des Pretests wurden einige Fragen vor dem Feldstart leichter verständlich formuliert oder um Beispiele ergänzt. Im Durchschnitt dauerten die Gespräche 40 Minuten (*Min* = 20; *Max* = 60). Nachdem sie über den Zweck und die Datenschutzbestimmungen der Studie informiert wurden, gaben die Befragten zu Beginn der Interviews ihre Zustimmung zur Teilnahme und zur Aufzeichnung des Interviews. Die Interviews wurden anschließend wörtlich transkribiert. Die Daten wurden grundsätzlich in anonymisierter Form behandelt. Die Namen der Befragten wurden durch Pseudonyme ersetzt, die Kontaktdaten wurden in einer separaten Datei gespeichert und alle wichtigen identifizierenden Details, wie z. B. genannte Eigennamen, entfernt. Die Interviewtranskripte wurden mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse (Mayring, 2010) in Form des deduktiv-induktiv-kombinierten Vorgehens ausgewertet, wobei ein inhaltlich-strukturierendes sowie ein typenbildendes Vorgehen gewählt wurde (Kuckartz, 2018). Die Codierung wurde mit Hilfe der Software ATLAS.ti durchgeführt. Im Anschluss an die Codierung wurden in einem explorativen, mehrstufig iterativen Verfahren unterschiedliche Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns herausgearbeitet, wobei wiederkehrende Muster gemeinsam auftretender Kategorien identifiziert und unterschiedliche Typen als Konglomerat verschiedener Handlungscharakteristika gebildet wurden.

Ergebnisse

Interpersonales Kommunikationshandeln

Das interpersonale Kommunikationshandeln der Befragten lässt sich anhand von sechs inhaltsbezogenen und zwei inhaltsunabhängigen, strategiebezogenen Typen beschreiben. Die inhaltsbezogenen Typen können dabei drei übergeordneten Bereichen zugeordnet werden: Handlungsmuster mit einem stärkeren Fokus auf Emotionsbewältigung (*humorvolle Nachrichten als Coping*, *Emotionsaustausch)*, solche mit einem Fokus auf Erfahrungsaustausch (*persönlicher Erfahrungsaustausch über Alltagsgeschehnisse*, *Anschlusskommunikation und Reflexion der Informationslage und Berichterstattung)* sowie Handlungsmuster mit einem Fokus auf Informationsaustausch (*Alltagsgespräche über aktuelle Geschehnisse*, *Informationsaustausch und -weitergabe zu individuellem Risiko und individuellen Schutzmaßnahmen)*.

Der erste inhaltsbezogene Typ des interpersonalen Kommunikationshandelns *humorvolle Nachrichten als Coping* beschreibt den Austausch humorvoller Bilder, Memes und Corona-Witzen per Messenger-Diensten mit dem Ziel, sich die Zeit zu vertreiben und die aktuelle Situation emotional zu bewältigen. Entsprechende Inhalte begleiten den Tag und werden je nach Bewertung an das Umfeld weitergeleitet: „…alles was zu Witzen verarbeitet wird, das kriege ich natürlich hier am Tage auch per WhatsApp oder Threema von Freunden zugeschickt. Und wenn ich es gut finde, schicke ich es selber weiter […]. Das vertreibt mir schon wieder einen Teil meiner Zeit“ (m, 78).

Beim zweiten inhaltsbezogenen Typ *Emotionsaustausch* steht das individuelle Wohlbefinden, Sorgen, die Stimmungslage, Unsicherheiten und wahrgenommene Überlastung im Fokus, die primär in Gesprächen mit dem engeren

© Elena Link, Magdalena Rosset, Anna Freytag (2021). Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns während der Corona-Pandemie. In F. Sukalla & C. Voigt (Hrsg.), Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation. Beiträge zur Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2020, S.21-30.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.74286.

persönlichen Umfeld und der Familie relevant sind, wie es von einem der Interviewten beschrieben wird: „[Ich spreche] einmal pro Woche mit den Eltern und Brüdern und natürlich auch mit meiner Freundin. Da redet man ja auch mal darüber, was einem in der Situation fehlt oder was doof ist“ (m, 32). Einflussfaktor auf diese Art von Gesprächen scheint vor allem das Ausmaß der Besorgnis der gesprächssuchenden Person zu sein.

Bei dem dritten Typ *persönlicher Erfahrungsaustausch über Alltagsgeschehnisse* stehen die persönlichen Erfahrungen im Mittelpunkt. Erfahrungen, die man in der aktuellen Zeit macht, werden geteilt und gemeinsam reflektiert, sei es die 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: „Ja oft [rede ich mich mit Freunden und Familie] einfach nur [darüber] ‚Wie geht ihr mit der Situation um? Haltet ihr euch an die Beschränkungen? Arbeitet ihr noch?‘“ (m, 32).

Der vierte inhaltsbezogene Typ des interpersonalen Kommunikationshandelns *Anschlusskommunikation und Reflexion der Informationslage und Berichterstattung* ist von Gesprächen über die aktuelle Informationslage gekennzeichnet, die im gesamten persönlichen Umfeld, sei es mit Familie, Freund*innen, Partner*innen oder Kolleg*innen, stattfinden. Nachbesprochen werden Inhalte der Nachrichten, Online-Videos, Zeitungs- und Zeitschriftenartikel, wie etwa eine der Befragten berichtet: „[Wir sprechen] über das, was gerade in den Nachrichten ist. Wir gucken uns die Nachrichten an und reden dann darüber, was gerade Thema ist und sagen unsere Meinung zu den Themen“ (w, 43). Zudem ist der Umgang mit der Informationsflut und widersprüchlichen Informationen als Meta-Thema Gegenstand der Reflexion.

Der fünfte Typ *Alltagsgespräche über aktuelle Geschehnisse* beschreibt Gespräche über sämtliche Neuigkeiten zum Thema Corona mit dem gesamten Umfeld, die aufgrund des Bedürfnisses immer auf dem aktuellen Stand bleiben zu wollen, der ständig neuen Informationen und dem Bestreben, anderen zu zeigen, dass man up-to-date ist, entstehen. Dabei geht es um die aktuellen Ereignisse, die allgemeine Wirtschaftslage, die Situation in anderen Städten und Ländern, den Umgang anderer Menschen mit der Krise, politische Entscheidungen und die Auslastung des Gesundheitssystems. Eine Befragte berichtet, wie diese Form des Austausches ihr dabei hilft, weitere Informationen zu erhalten: „[Wir sprechen über das,] was eben neu ist, was jeder dann an Informationen kriegt, was man zusammenträgt, was ich selber vielleicht nicht gehört habe, kriege ich dann so“ (w, 64). Im Privaten, also mit Freund*innen und Familie, finden die Gespräche über Voice-Messages oder Videotelefonie statt, im beruflichen Umfeld fokussiert sich der Austausch auf den schriftlichen Weg per Chat oder E-Mail. Entsprechende Aussagen anderer werden oftmals nachrecherchiert, vor allem wenn Aussagen die eigene empfundene Unsicherheit erhöhen und Ängste schüren.

Beim sechsten Typ *Informationsaustausch und -weitergabe zu individuellem Risiko und individuellen Schutzmaßnahmen* steht im Zentrum zu besprechen, wie hoch das eigene Ansteckungsrisiko ist, welche Schutzmaßnahmen man ergreifen, und wie man mit Infizierten umgehen sollte. All diese Themen werden entweder im engeren persönlichen Umfeld oder, wenn möglich, mit der Ärztin oder dem Arzt besprochen. Grund für derartige Auseinandersetzungen ist laut den Befragten die Unsicherheit im Umgang mit dem Virus, die Sorge um das Wohlergehen der Menschen im persönlichen Umfeld oder der Wille, sich und seine Familie zu schützen, wie es etwa eine Befragte beschreibt: „Ich gehöre ja vielleicht mit meinem Alter von 64 Jahren [zur Gruppe, die] eher gefährdet ist, als jemand der 30 ist, aber da sprechen wir auch drüber. […] Und ja wir besprechen, wie man sich am besten schützt, ob man eine Maske tragen soll, woher man die Maske bekommen soll“ (w, 64).

Die strategiebezogenen Typen des interpersonalen Kommunikationshandelns beschreiben die Selektivität in der Zuwendung und Offenheit gegenüber dem Thema als grundlegende Dimensionen des Kommunikationshandelns näher.

Aufgrund der Informationsflut und allgemein vorherrschender Unsicherheit über die Qualität vorliegender Informationen, beschreibt der strategiebezogene Typ *Selektion zum Selbstschutz* eine Beschränkung des Kommunikationshandelns auf spezifische Themen, Urheber der Inhalte und Personen, mit denen sich über das Thema Corona ausgetauscht wird. Insbesondere Inhalte aus den sozialen Netzwerken sowie per Messenger versendete Links und Videos werden einer Prüfung unterzogen und aussortiert. Selektionskriterien sind das Vertrauen in Gesprächspartner*innen, die Art der Chatgruppe

© Elena Link, Magdalena Rosset, Anna Freytag (2021). Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns während der Corona-Pandemie. In F. Sukalla & C. Voigt (Hrsg.), Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation. Beiträge zur Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2020, S.21-30.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.74286.

sowie die Art der Information. Bei letzterem spielt vor allem der Neuheitsgrad der Informationen eine große Rolle. Auffällig ist zudem, dass der persönliche Austausch innerhalb der Familie präferiert wird. Bei entsprechend vorselektierten Informationen steigt das Sicherheitsgefühl und eine umfassende Auseinandersetzung mit den Inhalten findet statt: „Mittlerweile sortiere ich aus, weil ich denke ‚ich will nicht mehr' und lösche auch, aber gerade, wenn es mir bekannte Personen sind, dann lese ich das" (m, 69).

Der zweite strategiebezogene Typ *Mehr Müssen als Wollen* zeichnet sich durch einen ablehnenden Umgang mit Informationen aus. Insbesondere bei per Messenger verbreiteten Inhalten oder in Gesprächen im Freundeskreis kommt dieser Typ vor, wenn die Ansprache des Themas durch das Gegenüber oder die Zusendung von Inhalten ungefragt stattfindet. Es besteht das Bedürfnis sich von als qualitativ minderwertigen und reißerisch wahrgenommenen Informationen abzuschirmen und eine Überlastung durch Informationen vorzubeugen. Obwohl die Interviewten berichten, dass sie genervt auf die Informationen reagieren, verspüren sie in ihrem sozialen Umfeld den Druck, reagieren zu müssen anstatt die Inhalte zu ignorieren: „Manchmal kommen die Informationen auch aus dem nahen Umfeld, sodass so ein Druck aufkommt: ‚Oh, ich müsste jetzt reagieren.'" (w, 64).

Mediales Informationshandeln

Hinsichtlich des medialen Informationshandelns zeigen sich ebenfalls sechs inhaltsbezogene Typen und zwei Strategietypen. Die Inhaltstypen beschreiben in diesem Fall konkrete Interessensfelder. Sie beziehen sich auf *Expertenmeinungen*, die *Lage in anderen Ländern*, wobei primär die Situation in stark betroffenen Ländern wie Italien angesprochen wird, *regionale und lokale Nachrichten*, *Statistiken*, *Beschlüsse, Verordnungen und Maßnahmen*, die als Handlungsgrundlage dienen sowie auf *wirtschaftliche Themen*.

Der erste inhaltsbezogene Typ des medialen Informationshandelns bezieht sich auf *Expertenmeinungen*. Diese werden in diversen Medien rezipiert, u.a. im Fernsehen und im Radio. Derartige Inhalte werden ausgewählt, weil darin Fragen behandelt werden, die die Rezipient*innen selbst beschäftigen und die Inhalte gut erklärt werden, wie es beispielsweise ein Befragter berichtet: „Was ich sonst viel mache, ist bei N-JOY. Da haben die so einen führenden Fachvirologen aus Deutschland, den die immer befragen. Das höre ich mir total gerne an [...] der kann das eben ganz gut erklären" (m, 25). Dabei wird bei der Auswahl Wert auf Ernsthaftigkeit, Verständlichkeit und Sachlichkeit gelegt.

Regionale und lokale Nachrichten bilden den zweiten inhaltsbezogenen Typ des medialen Informationshandelns. Auf Regionalzeitungen und deren Internet- und App-Angebote oder auch Lokalradiosender wird zurückgegriffen, weil die Geschehnisse in der eigenen Region von hoher persönlicher Relevanz sind: „Und in den Nachrichten ist dann nur über die Stadt und über den Umkreis, was da passiert ist und da halten wir uns auf dem Laufenden" (w, 74).

Der dritte inhaltsbezogene Typ fokussiert sich auf politische *Beschlüsse, Verordnungen und Maßnahmen*, wie z. B. Ausgangsbeschränkungen. Dabei geht es oftmals darum, zu wissen, wie man sich zu verhalten hat. Diese Informationen dienen entsprechend als Handlungsgrundlage. Eine Interviewte berichtet auch von der Verunsicherung, Beschlüsse zu verpassen und sich in der Folge nicht an Maßnahmen zu halten: „Gerade die Ansprachen von Frau Merkel sollte man schon verfolgen, weil da die Neuerungen bekannt gegeben werden, an die sich jeder zu halten hat. Ich habe auch Angst, dass ich mich an irgendetwas nicht halte" (w, 26).

Im vierten inhaltsbezogenen Typ stehen *Statistiken* im Zentrum. Diese werden aus diversen Quellen genutzt, etwa dem Internet, Fernsehen, Radio, Zeitungen oder deren Internet- oder App-Angeboten. Sie werden dabei teilweise gezielt gesucht, teilweise werden sie aber auch nur beim Scannen von aktuellen Schlagzeilen wahrgenommen. Einige Befragte geben an, sich für Statistiken zu interessieren, um den Verlauf der Pandemie und den Erfolg von Maßnahmen beurteilen zu können, wie es im folgenden Zitat deutlich wird: „Das spiegelt genau die Pandemie wider. Wenn ich weiß, wie viele Infizierte, Tote und Genese es gibt, das sind ja die Werte einer Statistik, dann kann ich mir ja ungefähr ein Bild machen, wie gut wir das im Griff haben oder eben nicht" (m, 32). Anhand aktueller Statistiken entsteht ein Gefühl der Kontrolle über den Verlauf der Pandemie.

Der fünfte inhaltsbezogene Typ ist auf *wirtschaftliche Themen* ausgerichtet, wie etwa die Betroffenheit einzelner Branchen, die allgemeine Wirtschaftslage und Börsenkurse: „Oder ich gehe auch in wirtschaftliche

© Elena Link, Magdalena Rosset, Anna Freytag (2021). Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns während der Corona-Pandemie. In F. Sukalla & C. Voigt (Hrsg.), Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation. Beiträge zur Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2020, S.21-30.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.74286.

Dinge, dass ich mich da auch entsprechend informiere: Wie sieht es da jetzt aus? Wie entwickelt sich der Dax?“ (m, 69). Solche Themen werden von einigen der Befragten u.a. im Internet aktiv gesucht.

Die *Lage in anderen Ländern*, die den sechsten inhaltsbezogenen Typ des medialen Informationshandeln kennzeichnet, wird im Internet und im Fernsehen verfolgt. Dabei geht es vor allem um die Situation in stark betroffenen Ländern wie Italien. Derartige Inhalte werden rezipiert, um einschätzen zu können, wie andere Länder mit der Corona-Pandemie umgehen, welche Entwicklungen auch in Deutschland noch eintreten könnten und wie der Stand in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern ist: „Ja, wie der ganze Stand global ist. ... wie es gerade in den Krisengebieten, die deutlich stärker betroffen sind als wir, wie es da gerade so steht, also ob es gleichbleibend schlecht ist, ob es sich irgendwie geändert hat, wie damit umgegangen wird in diesen Gebieten“ (m, 34).

Hinsichtlich der Strategien des medialen Informationshandelns ließen sich eine *aktive, gezielte Informationssuche* sowie die passive Form des *Scanning* identifizieren.

Bei der *aktiven, gezielten Informationssuche* stehen thematisch aktuelle Nachrichten über die Corona-Pandemie im Vordergrund. Den Anlass der Suche bilden konkrete Fragestellungen und der Wunsch, Wissen zu aktualisieren und Aussagen einzuordnen. Für die aktive Suche werden diverse Quellen – teilweise auch parallel – genutzt, von Fernsehen, Radio, Zeitungen und Nachrichtenportalen im Internet bis zu Informationen der Regierung und des Robert Koch-Instituts. Bei der Auswahl der Quellen steht die Glaubwürdigkeit und Seriosität sowie das Vertrauen in die Quelle im Vordergrund. Einige der Befragten betonen, dass es ihnen wichtig ist, Informationen selbst auszuwählen und sie nicht in einem Push-Format zu erhalten. Gleichzeitig können Push-Benachrichtigungen von Apps aber auch den Einstieg in die aktive Informationsnutzung darstellen. Als Einstieg für die gezielte Suche wird oftmals auf Google zurückgegriffen: „Meistens, wenn ich was Interessantes gesehen habe oder etwas wissen möchte, dann gebe ich das direkt bei Google ein“ (w, 24).

Der zweite strategiebezogene Typ des medialen Kommunikationshandelns kann als *Scanning* bezeichnet werden. Einige der Befragten berichten, aktuelle Schlagzeilen lediglich zu überfliegen. Dies geschieht zum Beispiel, indem über die Startseiten von Internetauftritten von Zeitungen, durch Nachrichten-Apps oder auch durch soziale Medien wie Instagram gescrollt wird. Teilweise berichten Befragte, auf diese Art Nachrichten nebenbei und ab und zu im Tagesverlauf zu nutzen oder aber auch aus reinem Zufall auf Informationen zu stoßen. Diese Form der passiven Nutzung kann auch aus einer habituellen Nutzung entstehen, weil zum Beispiel das Radio den ganzen Tag läuft: „Wenn man das Radio anhat, dann hört man auch was nebenbei, aber ich suche da nicht gezielt nach. Das mache ich nicht“ (w, 26). Quellen werden dabei aus Gewohnheit oder auch Bequemlichkeit ausgewählt.

Diskussion

Ziel des vorliegenden Beitrags war es, verschiedene Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns mit Bezug zur Corona-Pandemie zu identifizieren. Sowohl für interpersonales Kommunikationshandeln als auch für mediales Informationshandeln lassen sich Inhalts- und Strategietypen unterscheiden, wobei sich sowohl Besonderheiten als auch Gemeinsamkeiten im Vergleich der interpersonalen und medialen Kommunikation zeigen. Besonderheiten der Typen des interpersonalen Kommunikationshandelns lassen sich mit Blick auf unterschiedliche Informations- und Unterstützungsbedürfnisse interpretieren. Entsprechend der Theorie der sozialen Unterstützung (Holt-Lunstad & Uchino, 2015) zeigt sich für das interpersonale Kommunikationshandeln, dass die emotionale Unterstützung, beispielsweise in Form eines offenen Austauschs über Sorgen, eine höhere Relevanz besitzt. Zusätzlich umfasst das interpersonale Kommunikationshandeln im Sinne der informationellen Unterstützung aber auch die Weitergabe von Informationen im Sinne des Wissensaustausches und die gemeinsame Reflexion und Sinnkonstruktion, v. a. in Form der Anschlusskommunikation (Holt-Lunstad & Uchino, 2015). Im Gegensatz dazu ist das mediale Informationshandeln stärker auf Wissensgewinn zu konkreten Inhalten und Fragen fokussiert. Gezielt recherchiert und mit Interesse verfolgt werden vor allem Informationen mit hoher Relevanz für das eigene Verhalten und die Bewertung der Situation im Sinne der Unsicherheitsreduktion (Brashers, 2001). Anstelle der Unterscheidung verschiedener Unterstützungsfunktionen, lassen sich die medialen Typen Interessensschwerpunkten zuordnen, für die meist mehrere Informationsquellen herangezogen werden. Dies steht in Einklang mit Annahmen der

© Elena Link, Magdalena Rosset, Anna Freytag (2021). Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns während der Corona-Pandemie. In F. Sukalla & C. Voigt (Hrsg.), Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation. Beiträge zur Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2020, S.21-30.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.74286.

Channel Complementary Theory (Rains & Ruppel, 2016; Ruppel & Rains, 2012), die davon ausgeht, dass spezifische Themeninteressen zur komplementären Nutzung verschiedener Quellen führen, die sich durch ähnliche Eigenschaften auszeichnen. Entsprechende zentrale Eigenschaften und damit einhergehenden Potenziale für die Bedürfnisbefriedigung beschrieben die Interviewten mit Blick auf die Seriosität und Glaubwürdigkeit der Informationsquellen oder Urheber von Informationen, die im Zuge der Corona-Pandemie und Infodemie (Zarocostas, 2020) von zentraler Bedeutung zu sein scheinen. Zudem stellt es eine Besonderheit der vorherrschenden Situation dar, dass Informationen allgegenwärtig und leicht zugänglich sind (Tandoc & Lee, 2020). Damit geht einher, dass die gezielte eigene Suche weniger notwendig erscheint, während der Kontakt zu bestimmten Informationen zufällig durch habituelle Mediennutzung, wie es im Typ des Information Scanning beschrieben wird, wahrscheinlicher ist (Brashers et al., 2000; Hornik & Niederdeppe, 2008).

Die Analyse, wie sich Menschen während einer Pandemie informieren und mit ihrem Umfeld kommunizieren, kann dazu dienen, Barrieren einer angemessenen Informationsversorgung zu identifizieren sowie Strategien zu entwickeln, um diese abzubauen. Barrieren für die Informationssversorgung stellen beispielsweise eine empfundene Überforderung durch Informationen dar sowie wahrgenommene Unsicherheiten in Hinblick auf die Glaubwürdigkeit oder Richtigkeit von Informationen. Begegnet werden könnte diesen Hürden zum Beispiel durch die Förderung von Medien- und Gesundheitskompetenz, die dabei hilft, mit der Flut an Informationen sowie schwankender Informationsqualität adäquat umzugehen. Des Weiteren könnten durch öffentliche Institutionen bereitgestellte Faktenchecks eine vertrauenswürdige Basis für die Bewertung der Informationen bieten.

Mit Blick auf die vorliegenden Erkenntnisse zeigt sich für die frühe Phase der Pandemie ein hohes Informationsbedürfnis und eine umfassende, auch selektive und kritische Rezeption medialer Inhalte und des Austauschs im sozialen Umfeld. Es ist anzunehmen, dass diese Kombination aus einem starken Drang nach Informationen und zugleich einer Tendenz zur Überforderung durch den Inhalt, die Menge und Omnipräsenz der Informationen sowie die erhebliche Verunsicherung innerhalb der gesamten Bevölkerung das Informationshandeln zu Beginn der Pandemie vom allgemeinen Informationshandeln im Alltag unterscheidet. Zudem zeigt sich eine besonders kritische Haltung gegenüber Informationen und bestimmten Informationsquellen. Durch die kritische Auseinandersetzung und die Auswahlkriterien deutet sich ein reflektierter Umgang mit Informationen an, allerdings können auf Basis der Interviews keine Rückschlüsse gezogen werden, wie die Interviewten sich die Informationen aneignen. Mit Blick auf Zugangswege zur Aufklärung zeigt sich die Bedeutung der Bandbreite unterschiedlicher Formate, aber es wird auch deutlich, dass Informationen im sozialen Umfeld geteilt werden, sodass potenziell auch Personen erreicht werden, die selbst eine relativ geringe Mediennutzung aufweisen.

Die Ergebnisse sollten vor dem Hintergrund einiger Limitationen interpretiert werden. Unter den Befragten befanden sich keine Corona-Leugner*innen oder Personen, die gegenüber den Maßnahmen der Regierung besonders kritisch eingestellt waren, sodass eventuell bestimmte Perspektiven auf das Thema nicht berücksichtigt sind. Zudem wurden die Interviews in der ersten Phase der Corona-Pandemie durchgeführt, weshalb keine Aussagen zur Entwicklung des Kommunikations- und Informationshandelns im weiteren Verlauf der Pandemie getroffen werden können. Auch die (langfristigen) Folgen des Informationshandelns bleiben entsprechend offen. Die vorliegende Studie stellt die interpersonale und mediale Kommunikation nebeneinander und identifiziert ihre spezifischen Funktionen, aber setzt sie nicht miteinander in Bezug. Im Sinne einer Integrationsleistung ist dies ein bedeutender nächster Schritt. Zukünftige Studien sollten zudem nicht nur die Zuwendung zu Informationen abbilden, sondern sowohl die Suche nach als auch die Vermeidung von Informationen als Bestandteile des Informations- und Kommunikationshandelns umfänglich abbilden.

Literatur

Atkin, C. (1973). Instrumental utility and information seeking. In P. Clarke (Hrsg.), *Sage annual reviews of communication research (Vol. 2). New models for mass communication research* (2. Aufl., S. 205–242). Sage Publ.

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

© Elena Link, Magdalena Rosset, Anna Freytag (2021). Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns während der Corona-Pandemie. In F. Sukalla & C. Voigt (Hrsg.), Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation. Beiträge zur Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2020, S.21-30.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.74286.

Dutta-Bergman, M. J. (2004a). Complementarity in consumption of news types across traditional and new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *48*(1), 41–60. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4801_3

Dutta-Bergman, M. J. (2004b). Primary sources of health information: Comparisons in the domain of health attitudes, health cognitions, and health behaviors. *Health Communication*, *16*(3), 273–288. https://doi.org/10.1207/S15327027HC1603_1

Galarce, E. M., Ramanadhan, S., & Viswanath, K. (2011). Health information seeking. In T. L. Thompson, R. Parrott, & J. F. Nussbaum (Hrsg.), *Routledge communication series. The Routledge handbook of health communication* (2. Aufl.). Routledge.

Griffin, R. J., Dunwoody, S., & Neuwirth, K. (1999). Proposed model of the relationship of risk information seeking and processing to the development of preventive behaviors. *Environmental Research*, *80*(2 Pt 2), S230-S245. https://doi.org/10.1006/enrs.1998.3940

Hastall, M. R., & Knobloch-Westerwick, S. (2013). Severity, efficacy, and evidence type as determinants of health message exposure. *Health Communication*, *28*(4), 378–388. https://doi.org/10.1080/10410236.2012.690175

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

Hornik, R., & Niederdeppe, J. (2008). Information scanning. In W. Donsbach (Hrsg.), *The international encyclopedia of communication.* https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbieci026

Johnson, J. D., & Case, D. O. (2012). *Health information seeking. (Health communication*, Vol. 4). Lang.

Kahlor, L. (2010). PRISM: A Planned Risk Information Seeking Model. *Health Communication*, *25*(4), 345–356. https://doi.org/10.1080/10410231003775172

Kelly, B. J., Niederdeppe, J., & Hornik, R. C. (2009). Validating measures of scanned information exposure in the context of cancer prevention and screening behaviors. *Journal of Health Communication*, *14*(8), 721–740. https://doi.org/10.1080/10810730903295559

Knobloch-Westerwick, S. (2015). *Choice and preference in media use: Advances in selective exposure theory and research*. Routledge.

Kuckartz, U. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (4. Aufl.). Beltz Juventa.

Lambert, S. D., & Loiselle, C. G. (2007). Health information seeking behavior. *Qualitative Health Research*, *17*(8), 1006–1019. https://doi.org/10.1177/1049732307305199

Longo, D. R. (2005). Understanding health information, communication, and information seeking of patients and cosumers: a comprehensive and integrated model. *Health Expectations*, *8*(3), 189–194.

Mayring, P. (2010). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (11. Aufl.). Beltz.

Niederdeppe, J., Hornik, R. C., Kelly, B. J., Frosch, D. L., Romantan, A., Stevens, R. S., Barg, F. K., Weiner, J. L., & Schwartz, J. S. (2007). Examining the dimensions of cancer-related information seeking and scanning behavior. *Health Communication*, *22*(2), 153–167. https://doi.org/10.1080/1041023070145 41

Rains, S. A., & Ruppel, E. K. (2016). Channel complementarity theory and the health information-seeking process: Further investigating the implications of source characteristic complementarity. *Communication Research*, *43*(2), 232–252. https://doi.org/10.1177/0093650213510939

Ruppel, E. K., & Rains, S. A. (2012). Information sources and the health information-seeking process: An application and extension of channel complementarity theory. *Communication Monographs*, *79*(3), 385–405. https://doi.org/10.1080/03637751.2012.697627

© Elena Link, Magdalena Rosset, Anna Freytag (2021). Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns während der Corona-Pandemie. In F. Sukalla & C. Voigt (Hrsg.), Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation. Beiträge zur Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2020, S.21-30. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.74286.

Tandoc, E. C., & Lee, J. C. B. (2020). When viruses and misinformation spread: How young Singaporeans navigated uncertainty in the early stages of the COVID-19 outbreak. *New Media & Society*, Advance online publication. https://doi.org/10.1177/1461444820968212

Tang, L., & Zou, W. (2021). Health information consumption under COVID-19 lockdown: An interview study of residents of Hubei Province, China. *Health Communication, 36*(1), 74–80. https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1847447

Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, *395*(10225), 676. https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X

Zimmerman, M. S., & Shaw, G. (2020). Health information seeking behaviour: A concept analysis. *Health Information and Libraries Journal, 37*(3), 173–191. https://doi.org/10.1111/hir.12287

© Elena Link, Magdalena Rosset, Anna Freytag (2021). Typen des interpersonalen und medialen Kommunikations- und Informationshandelns während der Corona-Pandemie. In F. Sukalla & C. Voigt (Hrsg.), Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation. Beiträge zur Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2020, S.21-30. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.74286.