

Seminararbeit

**Fallbeispiel einer Nachrichtendiffusions-Studie:
»11. September« – Informationsverbreitung,
Medienwahl und Anschlusskommunikation
in der Bundesrepublik Deutschland**

eingereicht von:

Peter Clausen
Hasenbüelweg 38
6300 Zug
Tel.: 041 720 04 11
e-mail: pecla@freesurf.ch

Matrikel-Nr. 98-701-931

Student im 13. Semester
Hauptfach: Soziologie
1. Nebenfach: Publizistikwissenschaft
2. Nebenfach: Filmwissenschaft

Thema und Zeitpunkt des Seminars:

Fernsehnachrichtenforschung
Sommersemester 2005

Dozenten der Lehrveranstaltung:

Prof. Dr. Heinz Bonfadelli / lic. phil. Andrea Piga
IPMZ-Institut für Publizistikwissenschaften und Medienforschung
der Universität Zürich
Andreasstrasse 15
8050 Zürich

Zürich, 31. Juli 2005

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung.....	3
2.	Nachrichtendiffusionsforschung – Disziplin der Medienwirkungsforschung...	4
2.1	Gegenstand und Fragestellungen	4
2.2	Historische Entwicklung	4
2.3	Methoden und Befunde	5
2.4	Forschungsstand im Überblick.....	6
3.	11. September – Prototyp eines „Extremereignisses“	7
3.1	„Timeline“ – die faktische Realität	7
3.2	Nachrichtenfaktoren und Nachrichtenwerte	8
3.3	Relevanzeinschätzung nach Diffusionstheorie	10
4.	Ilmenauer Studie 2002.....	10
4.1	Umfeld und Hintergründe	10
4.1.1	Technische Universität Ilmenau.....	10
4.1.2	Studie als „Nebenprodukt“	11
4.2	Fragestellungen, Hypothesen, Methoden, Fragebogen.	11
4.2.1	Fragestellungen	11
4.2.2	Hypothesen	12
4.2.3	Methoden.....	13
4.2.4	Fragebogen	13
4.3	Empirische Befunde	14
4.3.1	Informationsverbreitung / Diffusionsgeschwindigkeit.....	14
4.3.2	Medienwahl, Primärquellen / Diffusionswege	16
4.3.3	Informationssuche / Anschlusskommunikation I	20
4.3.4	Informationsverbreitung / Anschlusskommunikation II	23
4.4	Zusammenfassung	26
4.5	Die Studie im internationalen Vergleich – Primärquellen	28

5.	Umfragewiederholung bei IPMZ-Studierenden der Universität Zürich 2005..	29
5.1	Umfeld und Hintergründe	29
5.2	Empirische Befunde im Vergleich zur Ilmenauer Studie 2002	29
5.2.1	Informationsverbreitung / Diffusionsgeschwindigkeit.....	29
5.2.2	Medienwahl, Primärquellen / Diffusionswege	30
5.2.3	Informationssuche / Anschlusskommunikation I	31
5.2.4	Informationsweitergabe / Anschlusskommunikation II.....	32
6.	Fazit / Schlussbemerkung.....	32
7.	Literaturverzeichnis.....	35

1 Einleitung

Die Nachrichten-Diffusionsforschung (NDF) befasst sich grundsätzlich mit der Frage, wie sich Nachrichten in einem sozialen System ausbreiten und gleichzeitig dazu beitragen, eine Öffentliche Meinung zu bilden und die Massenmedien in ihrer Funktion und ihren Effekten besser zu verstehen. Mit Blick auf die Rezipienten wird untersucht: Wie erfuhr man von einem Ereignis, und wie reagierte man darauf?

Im Rahmen einer soziologischen Systemperspektive (DeFleur 1987: 109/125) stehen die Faktoren ‚Zeit‘ und ‚Medien‘ im Vordergrund. Auf der Mikroebene wird abgeklärt, wann jemand von einem Ereignis erfahren hat und auf der Makroebene, wie schnell sich eine Neuigkeit in einer bestimmten Population ausbreitet. Neben der ‚Diffusionsgeschwindigkeit‘ sind auch die ‚Diffusionswege‘ von Interesse. Gefragt wird nach der ‚Quelle‘ der Nachricht: Wurde sie über die Massenmedien vermittelt, oder erfolgte die Information über interpersonale Kommunikationswege? Und schliesslich ist auch die ‚Anschlusskommunikation‘ Untersuchungsgegenstand: Bestand das Bedürfnis nach weiteren Informationen, und wo hat man sich dann informiert? Zum anderen interessiert, ob die einmal erhaltene Nachricht an andere Personen weitergegeben wurde, und auf welchem Weg.

Als Teildisziplin der Medienwirkungsforschung erschienen die ersten NDF-Studien Mitte der 40er Jahre in den USA. Gut zwanzig Jahre später kam es dann zu einem eigentlichen Höhepunkt in der Diffusionsforschung, Anlass war die Ermordung Präsident John F. Kennedys im November 1963. In den folgenden Dekaden wurde es aber allmählich wieder ruhiger um diesen Forschungstyp. Erst die schrecklichen Terroranschläge des 11. Septembers 2001 ermöglichten einen neuen „Untersuchungsschub“. Darunter auch eine an der Technischen Universität Ilmenau im Frühjahr 2002 durchgeführte Studie, in der die Informationsverbreitung, Medienwahl und Anschlusskommunikation in Zusammenhang mit diesem „Extremereignis“ in der Bundesrepublik Deutschland näher untersucht wurden (Emmer et al. 2002).

Nachfolgend werde ich diese NDF-Studie, die als eine der wenigen von einer nationalen Grundgesamtheit ausgeht, in ihren Fragestellungen, Hypothesen und empirischen Befunden etwas näher vorstellen, um deren Resultate dann mit denjenigen aus einer Umfragewiederholung in einer ausgewählten Gruppe von Publizistik-Studierenden der Universität Zürich im Sommer 2005 zu vergleichen.

2 Nachrichtendiffusionsforschung – eine Disziplin der Medienwirkungsforschung

2.1 Gegenstand und Fragestellungen

Der Fokus der Nachrichten-Diffusionsforschung richtet sich auf die Verbreitung von Informationen innerhalb einer Gesellschaft. Damit steht sie in engem Zusammenhang zur ‚Innovationsforschung‘ (Bonfadelli 1999: 139), auf die aber in dieser Arbeit nicht näher eingegangen wird. Diffusionsforschung basiert auf zwei Konzepten: ‚Diffusion‘ einerseits, als Gruppenprozess zu verstehen, und ‚Learning‘ andererseits als individueller Prozess (Rosengreen 1973: 83).

Die klassischen NDF-Fragestellungen befassen sich mit der Diffusionsgeschwindigkeit, den Diffusionswegen und der Anschlusskommunikation:

- Wie, wo und wann erfahren Personen von einer Nachricht?
- Wo holen sie sich (bei Bedarf) weitere Informationen?
- Wird die erhaltene Nachricht weitergegeben, und auf welchem Weg?

2.2 Historische Entwicklung

Aus einem anfänglich rein soziologischen Ansatz entstand 1945 die erste offizielle NDF-Studie, in der Delbert C. Miller untersuchte, wie eine ausgewählte Gruppe von Studierenden die Nachricht vom Tode des damaligen US-Präsidenten Franklin D. Roosevelt erfuhr (DeFleur 1987: 110). Millers Studie (Miller 1945) wurde zum Prototyp weiterer Untersuchungen über kleinere Nachrichtenereignisse in den USA.

Die erste nichtsoziologische NDF-Studie (Eisenhowers Entscheid zu zweiter Amtszeit) stammte von Wayne Danielson (Danielson 1956), der 1960 zusammen mit Paul Deutschmann eine weitere Arbeit veröffentlichte, die sich mit grundsätzlichen Fragen der Nachrichtendiffusionsforschung befasste (Deutschmann/Danielson 1960) und die als viel beachtete „Paradigma-Studie“ nicht ohne Auswirkung auf spätere Untersuchungen blieb (Rogers 2000: 561). Beide Autoren hatten zwar einen Hochschulabschluss, waren über längere Zeit aber auch aktiv im Journalismus tätig. Deutschmann/Danielson sahen die Diffusion als „Infiltration“ einer Nachricht in den „Alltagsstrom“ mit unverkennbarer Einwirkung auf die Gesamtheit einer Gesellschaft, da nahezu alle Personen erreicht und beeinflusst würden (Rogers 2000: 561, 562).

Eigentlicher Höhepunkt der Nachrichten-Diffusionsforschung waren die 60er Jahre (DeFleur 1987: 124). Vor allem gab die Ermordung Präsident John F. Kennedys am 22. November 1963 – ähnlich dem 11. September auch ein Ereignis mit höchsten Nachrichtenwerten – Anlass zu zahlreichen Studien. Erwähnenswert der „intellektuell anspruchsvolle“ Beitrag von Richard Hill und Charles Bonjean (Hill/Bonjean 1963), die bereits eine Woche nach dem Attentat eine repräsentativ ausgewählte Personengruppe aus der Stadt Dallas selbst befragten (DeFleur 1987: 114).

In den 70er Jahren verlangsamte sich dann das Forschungstempo auf ein knappes Dutzend Untersuchungen (De Fleur 1987: 119), die sich unter anderem auch mit methodischen und historischen Perspektiven befassten. So testeten Ray Funkhouser und Maxwell McCombs anhand verschiedener News-Stories (Funkhouser/McCombs 1971: 108/110) ein mathematisches, auf ‚Verbreitungskanäle‘ (Diffusionswege) und ‚Publikumsinteresse‘ (Nachrichtenwerte) basierendes Diffusions-Vorhersagemodell (Funkhouser 1970), während Everett M. Rogers (1970) und Karl Erik Rosengreen (1973) in voneinander unabhängigen Konsolidierungsstudien eine Art Überblick über den damaligen Stand der Diffusionsforschung zu geben versuchten. Ab Beginn der 80er Jahre konzentrierten sich dann die Untersuchungen wieder auf „eigentliche“ Nachrichtenereignisse wie politische Attentate (Ronald Reagan, Johannes Paul II, Olof Palme), Havarien (Tschernobyl), Unglücke (Challenger) und Kriege (Golfkrieg).

2.3 Methoden und Befunde

In einem Überblick auf 52 verschiedene NDF-Untersuchungen vergleicht Rogers das Studium der Nachrichtenverbreitung mit demjenigen der Vererbungsmuster der Fruchtfliege *Drosophila*: Immer wieder trete sehr schnell eine „neue Generation“ auf (Rogers 2000: 562). Diese Tatsache spiegelt sich vor allem auch in der Methodenauswahl, die der Diffusionsforschung zugrunde liegt. Jede Nachricht über ein Ereignis ist einmalig in Bezug auf Kontext, Personalien und Auswirkung auf die Rezipienten (Gantz 1983: 56). Zudem ist ein Ereignis fast immer unvorhersehbar und spontan, was die Erfassung seiner „Diffusion“ recht schwierig gestaltet. Die eigentliche Befragung, die meistens in Form von standardisierten Telefoninterviews erfolgt, ist dabei weniger das Problem als vielmehr die Sampleauswahl, die sich meistens nur auf kleinere und ausgewählte Gruppen beschränkt und demzufolge keinen Anspruch auf Generalisierung erheben kann (DeFleur in Rogers 2000: 569).

Der Diffusionsverlauf lässt sich in Form einer sog. „S-Kurve“ visualisieren, die je nach Ereignis unterschiedliche Ausprägungen aufweist: Anfänglich sind es nur wenige Personen, die meistens über die Medien vom Ereignis erfahren. Dann nimmt die Zahl der „Informierten“ als Folge interpersonaler Kommunikation (IPK) und gleichzeitiger Mediendiffusion rapid zu, worauf sich die Kurve allmählich wieder abzuflachen beginnt und asymptotisch dem 100%-Niveau nähert (Chaffee 1975: 85).

Nach DeFleur lassen sich die wichtigsten Befunde der Nachrichten-Diffusionsforschung wie folgt zusammenfassen (DeFleur 1987: 126/127):

- Änderungen innerhalb der Medienstrukturen haben direkten Einfluss auf die Art, wie die Bevölkerung über ein bedeutendes Ereignis erfährt.
- Nachrichten über wichtige Ereignisse werden eher über Massenmedien als über interpersonale Kommunikation verbreitet.
- Je betroffener ein Ereignis macht, desto schneller und vertiefter verbreitet sich die entsprechende Nachricht darüber.
- Bei Ereignissen mit höchsten Nachrichtenwerten steigt die Bedeutung der interpersonalen Kommunikation.
- Der Tagesrhythmus einer Gesellschaft hat wesentlichen Einfluss auf die erste Informationsquelle.
- Sowohl persönliche wie auch soziodemographische Unterschiede bestimmen die Art und Weise, wie Menschen über ein Ereignis informiert werden.

2.4 Forschungsstand im Überblick

Wie bereits angedeutet, hat die Nachrichten-Diffusionsforschung oft dann „Hochkonjunktur“, wenn sich etwas Wichtiges in der Welt ereignet. So ist zu erwarten, dass in Zusammenhang mit der Tsunami-Umweltkatastrophe im Dezember 2004 bald neue Diffusionsstudien auftauchen werden, die sich vielleicht auch in ihren Fragestellungen von den herkömmlichen Untersuchungen etwas abzuheben vermögen. So wären laut Rogers zusätzliche Variablen einzufügen, die sich neben der reinen „Kenntnisnahme“ auch auf Detail- und Hintergrundwissen sowie auf Einstellungs- und Verhaltensänderungen in Zusammenhang mit dem Ereignis ausweiten würden (Rogers 2000: 561). Und ebenso wichtig wären Fragen, die sich mit den emotionalen Affekten der Rezipienten befassen (Rogers 2003: 28) oder mit den Bedeutungen, die sie den erhaltenen Nachrichten zumessen (Rogers 2003: 27).

3 11. September – Prototyp eines „Extremereignisses“

Schon am Tage der Anschläge auf das World Trade Center in New York war man sich einig, dass dem 11. September 2001 eine historische Bedeutung zuzusprechen sei. Auch aus medienwissenschaftlicher Sicht löste das Ereignis eine rege Debatte aus, wird doch bis heute darüber gestritten, ob die Berichterstattung und die Darstellung der Ereignisse angemessen war oder wie sich die Medien in der politischen Auseinandersetzung positionieren sollten, ob sie sich im vorliegenden Fall gar haben instrumentalisiert lassen. Solche normativen Fragen sind aber nicht Gegenstand einer NDF-Studie, im Vordergrund stehen wie schon gesagt die Rezipienten: Wann und wie erfuhren sie von diesem Ereignis? Und wie reagierten sie darauf?

3.1 „Timeline“ – die faktische Realität

Lassen wir die faktische Realität jenes denkwürdigen Tages kurz Revue passieren: Am frühen Morgen des 11. Septembers 2001 schien über weiten Teilen der USA die Sonne. Um ziemlich genau 8 Uhr 46 Minuten New Yorker Lokalzeit – eine knappe Viertelstunde vor 15 Uhr mitteleuropäischer Zeit – stürzte eine B-767 der American Airlines (AA 11) mit insgesamt 92 Menschen an Bord in den Nordturm des New Yorker World Trade Centers, der sofort zu brennen begann. Eine gute Viertelstunde später – um 9 Uhr 3 Minuten – konnte man auf ‚Braking News‘ (CNN) „live“ miterleben, wie eine zweite B-767 der United Airlines (UA 175) mit total 65 Menschen in den WTC-Südturm raste. Spätestens zu diesem Zeitpunkt musste vermutet werden, dass es sich bei den Ereignissen mit grösster Wahrscheinlichkeit um einen auf lange Sicht geplanten, minutiös vorbereiteten Terroranschlag handeln könnte. Der dritte Absturz einer American Airlines B-757 (AA 77 / 58 Insassen) auf die Aussenwand des Pentagons in Washington um 9 Uhr 38 Minuten machte die Vermutung zur traurigen Gewissheit: Fremde Kommandogruppen brachten Verkehrsflugzeuge zweier grosser US-Fluggesellschaften in ihre Gewalt und steuerten die vollgetankten Maschinen als fliegende Brandbomben in politisch und wirtschaftlich bedeutungsvolle Gebäude der USA. Einzig ein viertes Flugzeug, ebenfalls eine B-757 der United Airlines (UA 93 / 37 Insassen), verfehlte sein geplantes Ziel (Capitol oder Weisses Haus?). Passagiere hatten sich zur Wehr gesetzt und hinderten die Entführer an der Durchführung ihres teuflischen Plans. Die Maschine bohrte sich um 10 Uhr 3 Minuten in einen aufge-

weichten Acker bei Shanksville (Pennsylvania) – zwanzig Flugminuten von der Metropole Washington/DC entfernt. Mit dem Einsturz der beiden Zwillingstürme – eine gute Stunde nach Aufprall der ersten beiden Flugzeuge – nahmen die dramatischen Geschehnisse ein vorläufiges und trauriges Ende, denn auch dieses letzte Ereignis mit über 2800 Toten wurde „live“ am Fernsehen übertragen. Die Fiktion des „Towering Inferno“ wandelte sich mit einem Schlag zur „unmöglichen“ und beängstigenden Realität. Der 11. September wurde zu einem aussergewöhnlichen Ereignis, das eine enorme mediale Aufmerksamkeit auf sich zog, die bis heute noch anhält.

3.2 Nachrichtenfaktoren und Nachrichtenwerte

Bei genauerer Betrachtung der wichtigsten Nachrichtenfaktoren ist der Vergleich mit einem „Multipack“ an konsonant höchsten Nachrichtenwerten sicher nicht abwegig. Die wichtigsten Nachrichtenfaktoren seien nachfolgend kurz illustriert (Staab 1990):

- Überraschung – als „doppelter Paukenschlag“:

Ein lauer Spätsommernorgen, New York erwachte, und plötzlich raste ein Flugzeug wie ein Blitz aus heiterem Himmel mitten in das World Trade Center.



Doch damit nicht genug. Bereits 17 Minuten später, als das zweite Flugzeug in den Südturm raste, folgte ein weiterer Überraschungsschlag. Millionen von Menschen verfolgten das Geschehen im Fernsehen und wurden nicht nur Zeugen eines Flugzeugabsturzes, sie mussten auch mit Entsetzen zur Kenntnis nehmen, dass es kein „normaler“ Crash war, sondern ein kaltblütig durchgeführter Terroranschlag. In bedrückender Echtzeit „explodierte“ förmlich ein zweiter dramatischer Spannungsbogen, der die ohnehin schon hohen Nachrichtenwerte noch weiter nach oben schnellen liess. Dieser „doppelte Paukenschlag“ war wohl jener Nachrichtenfaktor, der den 11. September letztlich zum „Extremereignis“ machte.

- Konflikt und Aggression:

Die aufs Äusserste zugespitzte und mit grösster Brutalität ausgetragene Auseinandersetzung zwischen der Weltmacht USA und der Terrororganisation al-Qaida.



- Schaden und Personalisierung:

Über 3000 Tote, viele zerstörte Gebäude, drohende Konsequenzen für die Zukunft als wichtigste Schadenfaktoren, während Panik und Entsetzen der betroffenen Menschen miterlebbar sind und eine Schuld persönlich zugewiesen werden kann.



- Nähe und Status der Ereignisregion:

Die USA politisch, wirtschaftlich und kulturell Europa nahe stehend, während ihre Statussymbole in Form von pompösen Monsterbauten in sich zusammenfallen.



3.3 Relevanzeinschätzung nach Diffusionstheorie

Anlässlich einer wissenschaftlichen Tagung in Erfurt („Stadt unter Schock“, 25. April 2003) deuteten Gerhard Vowe und Jens Wolling eine weitere Möglichkeit an, um die Relevanzeinschätzung eines bestimmten Ereignisses zu erfassen. Nicht nur Nachrichtenfaktoren und Nachrichtenwerte seien zu messen, auch die kommunikativen Handlungen, die Menschen in Zusammenhang mit einem wichtigen Ereignis vollziehen, müssten berücksichtigt werden. Als „Gradmesser“ für diese zweite Art der Relevanzzuschreibung gälten etwa (Vowe/Wolling 2003: 4):

- Wie gut man sich generell an das Ereignis erinnern kann.
- Wie gut man sich daran erinnert, wann und wo zuerst davon erfahren zu haben.
- Ob nach Kenntnisnahme der Nachricht aktiv nach weiteren Informationen gesucht wurde.
- Ob andere Personen über das Ereignis informiert und/oder ob mit ihnen darüber gesprochen wurde.

Der in der Diffusionstheorie enthaltene Zusammenhang zwischen Relevanzzuschreibung und Kommunikationsverhalten ermöglicht – in Ergänzung zu den Nachrichtenwerten – einen weiteren Katalog, nach dem sich der Stellenwert eines Ereignisses messen lässt. Ob der 11. September auch nach diesen diffusionstheoretischen Kriterien als „Extremereignis“ einzustufen ist, wird sich im folgenden zeigen.

4 Ilmenauer Studie 2002

4.1 Umfeld und Hintergründe

Die hier als Fallbeispiel präsentierte Nachrichtendiffusions-Studie entstand am ‚Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft‘ der Technischen Universität Ilmenau/Thüringen. Im Fachgebiet ‚Politik und Medien‘ erhielten Martin Emmer, Christoph Kuhlmann, Gerhard Vowe und Jens Wolling Gelegenheit zu einer breit angelegten Repräsentativbefragung, die in den ‚Media Perspektiven‘ 4/2002 veröffentlicht wurde.

4.1.1 Technische Universität Ilmenau

In ihren Ausbildungsschwerpunkten Technik, Wirtschaft und Medien bietet die TU Ilmenau insgesamt 13 Diplomstudiengänge an, die sich in Ingenieurwissenschaf-

ten, Mathematik, Naturwissenschaften, Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie Sprach- und Kulturwissenschaften unterteilen lassen. Ein hoher Praxisbezug, fachübergreifende Lehrinhalte sowie der Einsatz neuer Medien sind prägend für die Ilmenauer Studienangebote.

4.1.2 Studie als „Nebenprodukt“

Wie eingangs schon angedeutet, führte die Nachrichten-Diffusionsforschung, abgesehen von ein paar wenigen Ausnahmen, eigentlich immer ein „Schattendasein“ in der Medienwirkungsforschung. So verwundert es nicht, dass die Ilmenauer NDF-Studie nur im Rahmen einer grösseren, von der DFG (Deutsche Forschungsgemeinschaft) finanzierten Untersuchung zur Wirkung des Internets auf die politische Kommunikation durchgeführt werden konnte („Unterschiede in der politischen Kommunikation zwischen Personen mit und ohne Online-Zugang“, 2002). Erst dieses umfassende und breit ausgelegte DFG-Forschungsprojekt ermöglichte es, sich ohne grossen „Zusatzaufwand“ auch mit der Frage zu beschäftigen, wie die Nachricht des 11. Septembers bezüglich Informationsverbreitung, Medienwahl und Anschlusskommunikation von der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland aufgenommen wurde.

4.2 Fragestellungen, Hypothesen, Methoden, Fragebogen

4.2.1 Fragestellungen

Obwohl nur als „Nebenprodukt“ konzipiert, enthält die Ilmenauer Studie eine Vielzahl von Fragestellungen. Ausgehend vom klassischen Ansatz der Diffusionsforschung richtet sich der Blick auf die Verbreitungsparameter Zeit, Ort und Primärquelle, aber auch auf das kommunikative Handeln im Anschluss an die Erstinformation:

- Ereignisrelevanz vs. Diffusionsgeschwindigkeit?
- Mediennutzung und Medienroutinen bei Extremereignissen?
- Faktoren der Erstinformation und Primärquelle?
- Stellenwert der interpersonalen Kommunikation vs. Ereignisrelevanz?
- Faktoren bei Informationssuche resp. Informationsweitergabe?
- Visualisierungsbedürfnis bei Extremereignissen?
- Internet als Konkurrenz zu den traditionellen Medien?
- Relevanzzuschreibung vs. Erinnerungsvermögen?

4.2.2 Hypothesen

Die bereits im historischen Teil erwähnten Studien über politische Attentate, Havarien und Unglücke geben Auskunft über den Zusammenhang zwischen der Zuschreibung von Nachrichtenwerten und der Veränderung von kommunikativen Routinen. In Anlehnung daran, aber auch mit Blick auf die übrigen Fragestellungen werden in der Ilmenauer Untersuchung eine Fülle von Vermutungen und Hypothesen aufgestellt, von denen die wichtigsten hier aufgelistet sind:

- Mit der Relevanz eines Ereignisses steigt die Diffusionsgeschwindigkeit.
- Mediennutzung und Medienroutinen ändern sich bei Extremereignissen. Gemäss Uses/Gratifications-Ansatz empfinden es Rezipienten in „Hochkostensituationen“ als Defizit, nicht angemessen über das Ereignis informiert zu sein: Weder Zeit noch Mühe wird gespart, jenes Medium zu nutzen, von dem erwartet wird, schnell und der Situation angemessen informiert zu werden (Jäckel 1992: 254, 255).
- Wie man vom Ereignis erfährt ist abhängig vom Zeitpunkt des Ereignisses und vom Ort, an dem man sich zu diesem Zeitpunkt befindet bzw. der Tätigkeit, der man gerade nachgeht.
- Die IPK (Nachrichtenvermittlung und Meinungs Austausch) nimmt mit Ereignisrelevanz und erhöhter Mediennutzung zu (Deutschmann/Danielson 1960: 354).
- Für die Anschlusskommunikation spielen Geschlecht und Bildung, Zeitpunkt, Aufenthaltsort und Primärmedium eine Rolle (Allen/Colfax 1968: 325 und Weibull et al. 1987: 163).
- Visuelle Informationen sind bei Extremereignissen besonders wichtig. Je überraschender und „unglaublicher“ ein Ereignis ist, desto stärker wird der Wunsch, sich mit eigenen Augen ein Bild zu machen. Anzunehmen ist, dass das Fernsehen als Medium bevorzugt genutzt wird.
- Das Internet spielte in bisherigen Diffusionsstudien noch keine Rolle. Erhöhte Zugriffszahlen auf entsprechende Nachrichten-Webangebote lassen aber erwarten, dass den traditionellen Medien mit dem Internet eine bedeutende Konkurrenz entstanden ist (Patalong 2002: 1).
- Extremereignisse wie der 11. September prägen sich ausgesprochen gut ins Gedächtnis ein. Noch nach Monaten, wenn nicht Jahren können sich die Befragten an biographische Details eines solchen Tages erinnern und vor allem auch an ihr kommunikatives Handeln und Erleben.

- Individuelle Rezeptionssituationen werden – auch unter „Miteinbezug“ der nicht unumstrittenen Validität bei Erinnerungsfragen (Wober 1995: diverse) – von allen soziodemographischen Gruppen nahezu gleich gut erinnert.

4.2.3 Methoden

Die empirischen Befunde der Studie stützen sich auf eine ZUMA-Telefonstichprobe (Zentrum für Umfragen, Methoden, Analysen in Mannheim), welche die Grundgesamtheit der „deutschsprachenden Bevölkerung der BRD ab 16 Jahren repräsentiert“ (Emmer et al. 2002: 168). Befragt wurden insgesamt 1460 Personen, deren Angaben über Telefoninterviews ermittelt wurden. Methodisch ist die Studie einfach strukturiert. Gearbeitet wird ausschliesslich auf Ebene der deskriptiven Statistik, wobei sich die Operationalisierung in eher groben Kategorien aufs Wesentliche beschränkt. Die untersuchten (abhängigen) Variablen werden in nominalen und ordinalen Skalierungen erfasst, ihre Auswertung erfolgt in einfachen (absoluten) und relativen (prozentualen) Häufigkeiten, die in einzelnen Fällen kumuliert werden.

4.2.4 Fragebogen

Der Fragebogen, des DFG-Gesamtprojekts (Wirkung des Internets auf die politische Kommunikation) umfasst insgesamt 226 Fragen. Dem darin enthaltenen „Nachrichtendiffusionsteil“ zum 11. September sind – neben den soziodemographischen Erhebungen Alter, Schulabschluss, Geschlecht und Erwerbstätigkeit – lediglich zwölf Items zugeordnet:

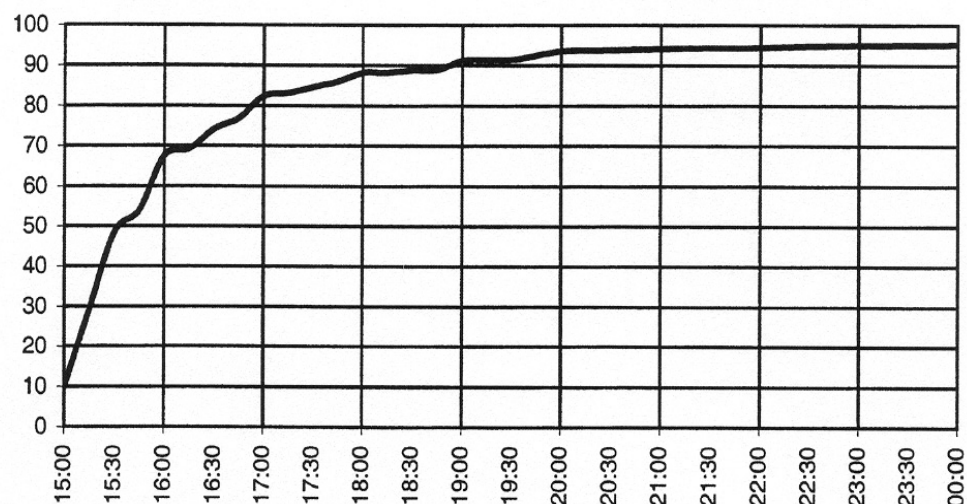
- Um die Informationsverbreitung und Medienwahl zu erfassen wurde nach der Diffusionsgeschwindigkeit und dem Diffusionsweg gefragt: Wann, wie und wo hat man von den Ereignissen erfahren?
- Bei der Anschlusskommunikation interessierte, ob nach Erhalt der ersten Meldung weitere Informationen gesucht und allenfalls wo gefunden wurden.
- Zudem wollte man in Erfahrung bringen, ob einmal erhaltene Informationen an andere Personen weitergegeben wurden, und auf welchem Weg.
- Weitere Fragen befassten sich mit generellen Kommunikationsmotiven („Mitreden können“, „Wissen, was passiert“, „Nicht überrascht werden“, „Eigener Sachverstand von anderen geschätzt“) wie auch mit der politischen Bewertung des Attentats („Anschlag auf freiheitliche Demokratien“, „Folge verfehlter US-Politik“).

4.3 Empirische Befunde

Obwohl sich die Ilmenauer Studie einfachster statistischer Methoden bedient, lädt die Auswertung des Datensatzes noch immer zu „lustvoller“ und aussagekräftiger Empirie ein. Das Zahlenmaterial der nachfolgend diskutierten Befunde ist den Tabellen im Anhang zu entnehmen – eine entsprechende Kopie liegt als separater Handout bei. Generell kann festgestellt werden, dass der 11. September auch von den Deutschen als „Extremereignis“ erlebt wurde: 99 Prozent der Befragten (1447 von 1460) können sich an primäre Informationsquelle, Zeitpunkt und Informationssuche erinnern, womit die Hypothese, dass sich aussergewöhnliche Ereignisse besser ins Gedächtnis einprägen, eindrücklich bestätigt wird.

4.3.1 Informationsverbreitung / Diffusionsgeschwindigkeit

Abb. 1 Kenntnis von den Anschlägen am 11. September 2001
kumuliert, in %



Quelle: Forschungsprojekt "Internet und politische Kommunikation" am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau.

Die Geschwindigkeit, mit der sich Nachrichten in einem sozialen System ausbreiten, nimmt in der Diffusionsforschung eine zentrale Position ein. Dabei ermöglichen die graphisch aufgezeichneten Diffusionskurven (siehe Abb.1) einen ersten „visuellen Eindruck“ über den zeitlichen Verlauf der Verbreitung.

Tabelle 1: Diffusionsgeschwindigkeit (am 11. September 2001)
(kumuliert in %)

	15.15 h	15.30 h	16.00 h	20.00 h	n
Gesamt	29,0	48,5	67,6	93,6	1447
Alter in Jahren					
16 bis 29	34,4	48,0	69,8	94,3	294
30 bis 49	28,6	53,0	69,8	95,6	619
50 und älter	27,0	43,8	64,3	91,5	523
Schulabschluss					
Hauptschule	27,7	46,9	66,2	92,3	631
Realschule/FOS	27,2	49,4	67,6	95,3	401
Abitur/Studium	30,9	50,0	69,4	94,7	356
Geschlecht					
weiblich	28,7	45,1	65,0	94,2	718
männlich	29,5	51,6	70,1	93,0	725
Erwerbstätigkeit					
voll erwerbstätig	29,9	51,8	71,4	94,5	718
nicht voll erwerbstätig	28,0	45,1	63,7	92,7	724
Quelle der Erstinformation					
Fernsehen	32,6	50,9	67,4	94,0	650
Radio	33,3	57,7	75,7	95,2	405
Internet	44,1	73,5	85,3	91,2	34
Interpersonal	17,3	33,4	60,1	94,3	330
Ort der Erstinformation					
Arbeitsplatz	27,6	51,9	75,3	94,9	337
Zu Hause	31,8	51,4	68,7	93,8	669
Unterwegs	27,8	46,0	64,5	94,6	335
Andere Orte	21,0	29,0	49,0	87,0	100

Quelle: Forschungsprojekt „Internet und politische Kommunikation“ am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau (2002)

Die Ilmenauer Studie geht von verschiedenen Betrachtungsweisen aus (Tabelle 1):

- In Bezug auf die generelle Diffusionsgeschwindigkeit hat sich die Nachricht von den Attentaten in Deutschland rasant verbreitet: Knapp 30 Prozent (29,0%) der Befragten waren bereits nach einer Viertelstunde, rund die Hälfte (48,5%) nach einer halben und fast 70 Prozent (67,6%) nach einer vollen Stunde informiert. Mit 93,6 Prozent war die Durchdringung vor 20 Uhr schon beinahe abgeschlossen.

- Soziodemographisch betrachtet verläuft die Diffusion generell in allen Gesellschaftssegmenten sehr schnell. Bei differenzierterer Betrachtung fällt aber auf, dass anfänglich besonders Jüngere (34,4%), höher Gebildete (30,9%), Erwerbstätige (29,9%) und Männer (29,5%) zu den Erstinformierten gehören. Im weiteren Verlauf holt die mittlere Altersgruppe auf (53,0%), währenddem der relativ geringe Vorsprung der höher Gebildeten konstant bleibt. Bei den Geschlechtern liegen Männer (29,5%) und Frauen (28,7%) in der ersten Viertelstunde noch fast gleichauf, in den nächsten 45 Minuten jedoch erfahren Männer (51,6% > 70,1%) häufiger vom Attentat.
- Setzt man die Diffusionsgeschwindigkeit in Bezug zu den verschiedenen Primärquellen, sorgte das Internet mit 44,1 Prozent (nach 15 Minuten) für die schnellste Verbreitung und deutet damit sein enormes Potenzial in der Nachrichtenweitergabe an. Dennoch waren es nur 34 Personen, die übers Netz von der Nachricht erfuhren. Das Fernsehen (32,6%) wie auch das Radio (33,3%) lagen in der ersten Viertelstunde etwa gleich auf. Am langsamsten war die interpersonale Kommunikation (17,3%), erklärbar aus der eigentlichen Kommunikationskette, setzt interpersonale Diffusion doch voraus, dass der Informierende zunächst selbst informiert werden muss, bevor er die Nachricht weitergeben kann.
- Auffallend ist auch die Diffusionsgeschwindigkeit am Arbeitsplatz. Während in den ersten Minuten nur wenige Personen (27,6%) – vor allem durch das Radio informiert wurden (Tabelle 2) – sorgten die interpersonalen Kommunikationsnetzwerke in der zweiten Viertelstunde für ein wahres „Lauffeuer“ (27,6 auf 51,9 %).

4.3.2 Medienwahl, Primärquellen / Diffusionswege

Nicht nur der Zeitpunkt, auch die Informationsquelle, aus der sie die Nachricht erhalten haben, ist fast allen Befragten gut in Erinnerung (Tabelle 2):

- Häufigste Primärquelle war das Fernsehen (44,9%). Es scheint das eigentliche „Alarmmedium“ gewesen zu sein, weil es offenbar in weiten Kreisen der Bevölkerung als Tagesbegleitmedium genutzt wird und als solches dem Radio – bisher führend in dieser „Begleitfunktion“ – zusehends Konkurrenz macht. Vergleicht man etwa die Personenreichweiten an Werktagen um diese Tageszeit – Radio: ca. 21,5%; TV ca. 12,5% (Frey-Vor 2002: 55) –, so überrascht, dass nur etwa neun Prozent aller Befragten bis 15.15 Uhr durchs Radio zuerst informiert wurden, wäh-

rend gut 15 Prozent die ersten Informationen aus dem Fernsehen erhielten. Viele Radiosender haben offenbar ihren „Reichweitenvorteil“ nicht voll ausgeschöpft und ihr Programm zu spät umgestellt.

Tabelle 2: Diffusionswege (am 11. September 2001)
(in %)

Quelle Erstinformation	Fernsehen	Radio	Internet	Interpersonal	n
Gesamt	44,9	28,0	2,3	22,8	1447
Alter in Jahren					
16 bis 29	45,1	23,5	3,4	27,0	293
30 bis 49	38,8	34,0	2,8	22,2	618
50 und älter	52,4	23,3	1,1	21,2	523
Schulabschluss					
Hauptschule	54,1	27,4	1,4	14,9	632
Realschule/FOS	40,1	30,2	2,7	25,4	401
Abitur/Studium	30,6	28,9	3,4	34,6	356
Geschlecht					
weiblich	48,1	24,1	1,5	24,3	719
männlich	41,4	32,0	3,2	21,4	725
Erwerbstätigkeit					
voll erwerbstätig	33,3	36,9	3,3	24,4	718
nicht voll erwerbstätig	56,1	19,1	1,4	21,5	727
Ort der Erstinformation					
Arbeitsplatz	16,0	36,8	5,9	39,5	337
Zu Hause	72,0	10,9	1,5	14,5	669
Unterwegs	17,6	57,6	0,6	22,1	335
Andere Orte	55,6	13,1	1,0	26,3	99
Zeit der Erstinformation					
bis 15.15 h	50,5	32,1	3,6	13,6	420
15.16 bis 15.30 h	42,2	35,1	3,5	18,8	282
15.31 bis 16.00 h	38,8	26,4	1,4	31,9	276
16.01 bis 20.00 h	46,0	21,0	0,5	30,1	376
später	41,9	20,4	3,2	20,4	93

Die zu 100 % fehlenden Fälle entfallen auf sonstige Quellen bzw. „weiss nicht mehr“ (zusammen 29 Personen).

Quelle: Forschungsprojekt „Internet und politische Kommunikation“ am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau (2002)

Das Fernsehen verweist das Radio (28,0%), die IPK (22,8%) und besonders deutlich das Internet (2,3%) auf die weiteren Plätze. Einzig am Arbeitsplatz, wo nur wenige Zugang zu einem TV-Gerät haben, spielt das Fernsehen als Primärquelle (16,0%) im Vergleich zu Radio und IPK eine untergeordnete Rolle.

- Bedeutungslos sind die Printmedien, die nur von vier Befragten als Primärquelle genannt wurden. Sicher eine Folge des Ereigniszeitpunktes: Mit „Extrablättern“ am nächsten Morgen, als die gesamte Bevölkerung bereits informiert war, hätten sich die Zeitungen einzig und allein lächerlich gemacht.
- In der soziodemographischen Betrachtung fällt auf, dass das Fernsehen vor allem von den ‚über 50-Jährigen‘ als Primärquelle genannt wurde (52,4%), während das Radio eher für die mittlere Altersgruppe Erstinformationsmedium war (34,0%). Gut 54 Prozent der niedrig Gebildeten (54,1%) gaben das Fernsehen als Primärquelle an, dafür nur knapp 15 Prozent (14,9%) die interpersonale Übermittlung. Im Gegensatz dazu verlaufen die Diffusionswege der Hochgebildeten genau umgekehrt: 34,6 Prozent nannten die IPK als Primärquelle, nur 30,6 Prozent das Fernsehen. Die häufigere Berufstätigkeit der Männer erklärt, weshalb mehr Frauen aus dem TV vom Attentat erfuhren (48,1% zu 41,4%). Vergleicht man jedoch die erwerbsmässigen Männer und Frauen miteinander, ergänzen die Autoren, fänden sich keine Unterschiede bei den Geschlechtern (Emmer et al. 2002: 171).
- Die Struktur der Kommunikationswege in einer Gesellschaft zeigt sich in der Betrachtung, welche Primärquelle zu welchem Zeitpunkt von den Rezipienten genutzt wird. In der ersten Viertelstunde war das Fernsehen wichtigster Informationslieferant (50,5% derjenigen Personen bis 15.15 Uhr) – und blieb es die ganze Zeit! Das Radio gewann in der nächsten Viertelstunde etwas dazu (35,1%), verlor im folgenden aber wieder deutlich (35,1%). Dafür erhöhte eine halbe Stunde nach dem Ereignis die interpersonale Kommunikation ihren Anteil (von 18,8% auf 31,9%), zwischen 15.30 und 20.00 Uhr war sogar für fast jeden Dritten die mündliche Mitteilung erste Informationsquelle (31,9% resp. 30,1%). Das Internet spielte im gesamten Zeitverlauf keine grössere Rolle, selbst während der ersten halben Stunde erreichte es nur gut 3 Prozent der Befragten (3,6% resp. 3,5%).

Tabelle 3a: Informationssuche nach Kenntnisnahme der Anschläge
(in %)

	Nicht weiter gesucht	TV	TV umge- schaltet	Radio	Inter- net	Inter- personal	n
Gesamt	9,2	47,1	19,2	10,6	5,6	3,6	1447
Alter in Jahren							
16 bis 29	5,8	46,1	18,0	11,9	8,8	6,4	295
30 bis 49	5,7	49,4	16,8	12,1	7,9	2,4	619
50 und älter	15,5	44,7	23,1	7,5	1,3	2,9	523
Schulabschluss							
Hauptschule	12,7	43,7	23,2	10,0	2,4	2,2	630
Realschule/FOS	6,7	47,9	19,7	12,0	6,5	3,5	401
Abitur/Studium	4,5	51,1	12,6	11,0	10,4	6,5	356
Geschlecht							
weiblich	7,9	49,3	20,6	9,2	3,5	3,8	720
männlich	10,2	44,8	17,8	12,0	7,9	3,5	724
Erwerbstätigkeit							
voll erwerbstätig	7,1	46,0	15,8	14,1	8,8	3,6	717
nicht voll erwerbstätig	11,0	48,4	22,6	7,0	2,5	3,4	725
Quelle Erstinformation							
Fernsehen	13,7	25,2	40,9	6,0	4,9	2,6	650
Radio	8,1	68,6	-	14,6	3,0	3,5	405
Internet	6,1	42,4	-	12,1	33,3	6,1	33
Interpersonal	1,5	68,2	-	14,2	7,9	5,2	330
Ort Erstinformation							
Arbeitsplatz	7,1	42,0	5,7	18,5	16,4	6,5	336
Zu Hause	12,4	39,2	32,1	5,1	2,8	1,9	669
Unterwegs	4,5	67,4	8,0	14,2	0,9	3,3	337
Andere Orte	8,1	52,5	17,2	9,1	4,0	5,1	99
Zeit Erstinformation							
bis 15.15 h	8,8	44,4	21,9	8,8	7,4	4,3	421
15.16 bis 15.30 h	5,7	47,3	21,7	12,8	8,2	1,4	281
15.31 bis 16.00 h	11,9	49,5	15,5	9,7	4,0	5,8	277
16.01 bis 20.00 h	7,2	49,9	19,9	11,1	4,0	2,4	377
später	21,3	39,4	7,4	12,8	1,1	5,3	94

An 100 % fehlende Fälle: sonstiges oder „weiss nicht“.

Quelle: Forschungsprojekt „Internet und politische Kommunikation“ am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau (2002)

4.3.3 Informationssuche / Anschlusskommunikation I

Bei der Anschlusskommunikation darf erwartet werden, dass ein Extremereignis wie der 11. September nach Zusatzinformationen verlangt, die Details, Hintergründe und Bedeutung des Ereignisses näher erhellen. So gut wie alle Befragten wissen noch, ob und wie sie sich weiter informiert haben (Tabelle 3a). Eine detaillierte und vertiefende Erfassung der Anschlussaktivitäten wäre jedoch gemäss den Autoren nur zeitnah möglich gewesen, da die damaligen Aktivitäten – zum Zeitpunkt der Umfrage – nicht mehr genau erinnerbar gewesen wären (Emmer et al. 2002: 171). Man beschränkte sich demzufolge einzig auf die „erste“ Aktivität in der Informationssuche:

- Erwartungsgemäss bestand ein grosser Wunsch nach Anschlusskommunikation: Mehr als 90 Prozent (90,8%) der Befragten suchten nach weiteren Informationen. Besonders aktiv die Personen, die durch die IPK vom Ereignis erfuhren (98,5%), eher untätig dagegen diejenigen, die bereits vor dem TV sassen (13,7%).
- Das enorme Visualisierungsbedürfnis bestimmte die Wahl des Mediums, und das Fernsehen war vortrefflich in der Lage, diese hochgradig dramatischen und emotional aufgeladenen Bilder zu liefern. Zwei Drittel der Befragten (66,3%) nannten denn auch das Fernsehen als ihre bevorzugte Informationsquelle. Seine Vorteile sind ja nicht nur Visualität (sich mit eigenen Augen ein Bild machen), sondern auch Glaubwürdigkeit (reale Bilder) und Aktualität (Live-Schaltungen vor Ort). Und offensichtlich war die Anziehungskraft der Bilder derart gross, dass sich nur wenige Rezipienten vom Fernsehen lösten (6,0 % zum Radio, 4,9 % zum Internet und 2,6 % zur IPK), wohingegen jene, die über andere Medien erstinformiert wurden, unverzüglich versuchten, zu einem TV-Gerät zu gelangen (ex Radio 68,6%, ex Internet 42,4% und ex Interpersonaler Kommunikation 68,2%).
- Ein „Ehrenresultat“ erzielte das Radio. Ausser den TV-Erstinformierten wandten sich in allen anderen Gruppen immerhin je rund 14 Prozent dem Hörfunk zu.
- Das Internet wurde trotz der ihm zugeschriebenen Vorteile nur von einer kleinen Gruppe (5,6%) als Informationsmedium genutzt. Von den wenigen, die es als Primärquelle angaben, schalteten über 40 Prozent (42,4%) zum TV, während doch jeder Dritte (33,3%) weiterhin auf dem Netz nach Informationen suchte.
- Innerhalb der soziodemographischen Gruppen fällt die recht hohe „Passivität“ der ‚ab 50-Jährigen‘ auf (15,5%). erinnert man sich jedoch, dass genau diese Altersgruppe das Fernsehen als häufigste Primärquelle nannte, ist anzunehmen, dass

„nichts tun“ vielfach bedeutete, vor dem TV „sitzen zu bleiben“ oder auf einen anderen Sender umzuschalten. Ähnliches ist von den niedrig Gebildeten zu sagen, die ebenfalls häufig durchs TV erstinformiert wurden. Auch in dieser Gruppe findet sich ein relativ hoher Anteil an „Untätigen“ (12,7%).

Im Gegensatz dazu haben Personen mit höherem Schulabschluss aktiver nach weiteren Informationen gesucht (95,5%). Bezüglich dem Geschlecht sind es die Frauen, die vehementer nach Zusatzinformationen verlangten (92,1%) und im Rahmen der Erwerbstätigkeit die vollberuflich Arbeitenden (92,9%).

- Auffallend auch, dass praktisch alle Personen, die über interpersonale Kommunikationswege vom Ereignis erfuhren, aktiv nach Informationen suchten (98,5%). Erklärbar durch die starke Emotionalisierung, die mit den schrecklichen Ereignissen einherging. Sie ist gerade in der interpersonalen Nachrichtenvermittlung am besten „spürbar“ und übernimmt die Rolle eines zusätzlichen Motivators.
- Der Ort der Erstinformation wirkt sich kaum auf die Anschlusskommunikation aus. Auch Personen „unterwegs“ (95,5%) und am Arbeitsplatz (92,9%) bemühten sich um zusätzliche Nachrichten. Allerdings macht sich die unterschiedliche Verfügbarkeit der Medien bemerkbar. Besonders deutlich am Arbeitsplatz, wo zwar auch das Fernsehen dominiert (42,0%), der Anteil der Radio- und vor allem der Internetnutzer (18,5% resp. 16,4%) aber überdurchschnittlich hoch ist.
- Der Zeitpunkt der Erstinformation ist anfänglich eher unbedeutend. Weder der Anteil der „Weitersuchenden“ noch die Medienpräferenz unterscheiden sich markant. Ein Nachlassen der Informationssuche findet man erst bei den Spätinformierten (21,3%), sie fühlten sich offenbar schon durch die Erstinformationsquelle hinreichend unterrichtet oder waren nach einem strengen Arbeitstag einfach zu müde für weitere Suchaktivitäten.
- Bei den psychologischen Motivstrukturen – als generelle Kommunikationsmotive in vier Items erhoben – müsste sich erwartungsgemäss die Stärke der Motive positiv auf die Suche nach Informationen auswirken. Die Effekte zeigen jedoch ein nur geringes Ausmass an Unterschieden (Tabelle 3b). Dies lässt sich einerseits darauf zurückführen, dass Extremereignisse von sich aus zur Informationssuche anregen. Andererseits erzeugt der „Schockcharakter“ des 11. Septembers ein derart grosses Visualisierungsbedürfnis, dass die in der Umfrage erhobenen Motivationslagen in den Hintergrund treten.

Tabelle 3b: Informationssuche (Kommunikationsmotive/Bewertung)
in %; inkl. Variablen ‚Kommunikationsmotive‘ und ‚Bewertung des Attentats‘

	Nicht weiter gesucht	TV	TV umgeschaltet	Radio	Internet	Interpersonal	n
Gesamt	9,2	47,1	19,2	10,6	5,6	3,6	1447
Alter in Jahren							
16 bis 29	5,8	46,1	18,0	11,9	8,8	6,4	295
30 bis 49	5,7	49,4	16,8	12,1	7,9	2,4	619
50 und älter	15,5	44,7	23,1	7,5	1,3	2,9	523
Schulabschluss							
Hauptschule	12,7	43,7	23,2	10,0	2,4	2,2	630
Realschule/FOS	6,7	47,9	19,7	12,0	6,5	3,5	401
Abitur/Studium	4,5	51,1	12,6	11,0	10,4	6,5	356
Geschlecht							
weiblich	7,9	49,3	20,6	9,2	3,5	3,8	720
männlich	10,2	44,8	17,8	12,0	7,9	3,5	724
Erwerbstätigkeit							
voll erwerbstätig	7,1	46,0	15,8	14,1	8,8	3,6	717
nicht voll erwerbstätig	11,0	48,4	22,6	7,0	2,5	3,4	725
Kommunikationsmotive							
Mitreden können							
wichtig	7,7	47,3	19,8	10,6	6,6	3,9	896
unwichtig	11,8	46,3	18,0	10,5	4,3	3,0	534
Eigener Sachverstand							
wichtig	7,9	49,6	18,3	10,5	4,3	4,2	667
unwichtig	10,5	44,1	19,3	11,3	7,3	3,2	716
Wissen, was passiert							
wichtig	8,1	48,7	19,3	10,7	4,5	4,1	1007
unwichtig	11,5	43,2	19,1	10,3	8,5	2,5	435
Nicht überrascht sein							
wichtig	8,9	47,6	20,0	10,1	5,3	4,0	883
unwichtig	9,5	45,6	18,0	12,0	6,4	2,7	517
Bewertung Attentat							
Anschlag Demokratie							
stimme voll zu	8,9	46,8	20,8	10,3	5,8	3,6	954
stimme tw./nicht zu	8,6	48,8	15,5	11,8	6,0	4,0	451
Verfehlte US-Politik							
stimme voll zu	8,7	47,2	19,4	10,6	5,0	4,2	911
stimme tw./nicht zu	7,6	47,0	19,7	11,7	7,6	2,8	436

An 100 % fehlende Fälle: sonstiges oder „weiss nicht“.

Quelle: Forschungsprojekt „Internet und politische Kommunikation“ am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau (2002)

4.3.4 Informationsverbreitung / Anschlusskommunikation II

Unter Anschlusskommunikation II versteht sich die Weitergabe von Informationen an andere Personen. Auch in diesem Bereich wartet die Ilmenauer Studie mit interessanten Erkenntnissen auf (Tabelle 4a):

- Ein Extremereignis wie der 11. September erhöht das Bedürfnis der Informationsweitergabe. Fast 60 Prozent (58,1%) der Befragten wurden aktiv, um andere in Kenntnis zu setzen. Knapp die Hälfte ‚Face-to-Face‘ (46,6%) und nahezu 60 Prozent übers ‚Telefon‘ (58,9%). An dieser Stelle ist daran zu erinnern, dass bei den Primärquellen knapp 23 Prozent (22,8%) der Befragten über die interpersonale Kommunikation vom Ereignis erfuhren. Dies deutet auf eine Situation der „Überinformation“ hin: Viele müssen entweder mehrfach informiert worden sein oder hatten die Nachricht bereits über die Medien erfahren.
- Frühinformierte Personen geben ihren „Kenntnisstand“ vermehrt an andere weiter. Je früher der Zeitpunkt der eigenen Erstinformation, desto eher können sie davon ausgehen, dass viele andere noch keine Meldung von den Ereignissen erhalten haben. Vor allem die innerhalb der ersten dreissig Minuten Unterrichteten gaben die Nachricht von den Anschlägen am ehesten weiter (68,4% und 71,7%). Und es erstaunt auch nicht, dass ausgerechnet jene Personengruppen, die gemäss Tabelle 1 (Diffusionsgeschwindigkeit) zu den „Frühinformierten“ zählen, bei der Informationsweitergabe besonders „aktiv“ in Erscheinung treten: Jüngere (69,6%), höher Gebildete (61,3%), Erwerbstätige (61,8%) und Männer (60,1%).
- In der Wahl der Möglichkeiten der Informationsvermittlung greifen Frauen und Hochgebildete häufiger zum Telefon (63,0% resp. 65,6%), während Männer und niedrig Gebildete eher zur ‚Face-to-Face‘-Kommunikation neigen (50,6% resp. 51,2%). Als Erklärung für den Geschlechterunterschied läge wiederum die Berufstätigkeit nahe. Gemäss den Autoren zeigten die Daten jedoch ein anderes Bild: Frauen nutzten unabhängig davon, ob berufstätig oder nicht, häufiger das Telefon als Männer. Hinsichtlich der ‚Face-to-Face‘-Weitergabe wirke sich die Erwerbstätigkeit nur bei den Männern aus: berufstätige Männer hätten die Nachricht häufiger in der direkten Begegnung weitergegeben, während bei den Frauen keine Unterschiede festzustellen gewesen seien (Emmer et al. 2002: 175). Was wiederum dafür spricht, dass nicht die Erwerbstätigkeit an sich, sondern unterschiedliche Bedingungen am Arbeitsplatz die entscheidende Variable sind.

Tabelle 4a: Informationsweitergabe an Dritte (am 11. September)

in %

	n	Dritte informiert	n	Face-to-Face	Angerufen
Gesamt	1427	58,1	829	46,6	58,9
Alter in Jahren					
16 bis 29	293	69,6	203	45,8	58,8
30 bis 49	614	63,0	387	46,8	60,3
50 und älter	508	45,3	231	48,5	55,2
Schulabschluss					
Hauptschule	620	52,9	328	51,2	54,0
Realschule/FOS	397	61,2	243	46,5	60,1
Abitur/Studium	349	61,3	215	40,5	65,6
Geschlecht					
weiblich	706	55,9	395	42,3	63,0
männlich	717	60,1	431	50,6	55,0
Erwerbstätigkeit					
voll erwerbstätig	712	61,8	440	50,5	56,7
nicht voll erwerbstätig	711	54,3	386	42,0	61,7
Quelle der Erstinformation					
Fernsehen	644	57,1	369	41,5	61,7
Radio	400	61,3	244	54,1	53,9
Internet	33	81,8	27	51,9	55,6
Interpersonal	323	55,7	180	45,0	62,2
Ort der Erstinformation					
Arbeitsplatz	333	67,3	224	58,0	55,2
Zu Hause	656	55,8	366	41,0	62,0
Unterwegs	334	56,9	189	45,0	56,3
Andere Orte	100	48,0	48	43,8	62,5
Zeit der Erstinformation					
bis 15.15 h	414	68,4	282	45,0	63,3
15.16 bis 15.30 h	279	71,7	200	40,0	63,0
15.31 bis 16.00 h	273	56,4	155	54,2	51,3
16.01 bis 20.00 h	374	41,4	156	48,7	54,2
später	87	42,5	37	54,1	54,1

Quelle: Forschungsprojekt „Internet und politische Kommunikation“ am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau (2002)

Tabelle 4b: Informationsweitergabe (Kommunikationsmotive/Bewertung)
in %; inkl. Variablen ‚Kommunikationsmotive‘ und ‚Bewertung des Attentats‘

	n	Dritte Informiert	n	Face-to-Face	Angerufen
Gesamt	1427	58,1	829	46,6	58,9
Alter in Jahren					
16 bis 29	293	69,6	203	45,8	58,8
30 bis 49	614	63,0	387	46,8	60,3
50 und älter	508	45,3	231	48,5	55,2
Schulabschluss					
Hauptschule	620	52,9	328	51,2	54,0
Realschule/FOS	397	61,2	243	46,5	60,1
Abitur/Studium	349	61,3	215	40,5	65,6
Geschlecht					
weiblich	706	55,9	395	42,3	63,0
männlich	717	60,1	431	50,6	55,0
Erwerbstätigkeit					
voll erwerbstätig	712	61,8	440	50,5	56,7
nicht voll erwerbstätig	711	54,3	386	42,0	61,7
Kommunikationsmotive					
Richtig mitreden können					
wichtig	886	62,2	551	45,0	61,0
unwichtig	526	51,5	271	50,2	54,6
Eigener Sachverstand					
wichtig	661	61,3	405	47,7	59,0
unwichtig	703	55,3	389	46,3	57,6
Wissen, was passiert					
wichtig	993	59,0	586	43,2	61,4
unwichtig	429	56,4	242	54,5	52,9
Nicht überrascht werden					
wichtig	872	61,7	538	44,6	60,0
unwichtig	512	53,3	274	49,6	57,1
Bewertung des Attentats					
Anschlag auf Demokratie					
stimme voll zu	943	60,3	569	47,3	59,5
stimme teilw./nicht zu	446	55,6	248	46,0	57,3
Verfehlte US-Politik					
stimme voll zu	901	60,0	541	44,9	60,0
stimme teilw./nicht zu	428	57,7	247	47,8	57,5

Quelle: Forschungsprojekt „Internet und politische Kommunikation“ am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau (2002)

- Am Arbeitsplatz Unterrichtete bevorzugten die ‚Face-to-Face‘-Kommunikation (58,0%), während in den anderen Gruppen vorwiegend das Telefon benutzt wurde (zu Hause: 62,0%; unterwegs: 56,3%; andere Orte: 62,5%).
- Kommunikationsmotive haben bei der Informationsweitergabe einen grösseren Einfluss als bei der Informationssuche (Tabelle 4b). Insbesondere in der Wahl der Kommunikationsmöglichkeiten zeigt sich beim Telefon ein deutlicher Zusammenhang zu den Kommunikationsmotiven, indem für Telefonbenützer alle vier nachgefragten Motivlagen „wichtig“ sind. Bei der unvermittelten ‚Face-to-Face‘-Information ist eher ein gegenläufiger Trend festzustellen. Ein Argumentationsmuster wäre etwa, dass bei ‚Face-to-Face‘ hauptsächlich Personen im eigenen Haushalt, Kollegen oder andere unmittelbar Anwesende informiert werden, eine situationsbedingte Art der Informationsweitergabe also, die weitgehend unabhängig ist von individuellen Kommunikationsmotiven. „Jemanden anzurufen“ jedoch ist für viele kein alltägliches Handlungsmuster, weshalb die vier abgefragten Motive sehr wohl einen Einfluss haben, ob jemand zum Hörer greift oder nicht.
- Auch die politische Einschätzung des Attentats scheint das Kommunikationsverhalten zu beeinflussen. Alle diejenigen, die eine klare „eindeutige“ Meinung haben und das Attentat als einen „Angriff auf alle freiheitlichen Demokratien“ (60,3%) oder als „Folge einer verfehlten US-Politik“ (60,0%) sehen, geben die Meldung häufiger weiter als jene, die diesen Statements nicht zustimmen.

4.4 Zusammenfassung

Bevor ich die Ilmenauer Untersuchung abschliessend mit anderen NDF-Studien vergleiche, möchte ich versuchen, ihre wichtigsten Erkenntnisse und Befunde kurz zusammenzufassen:

- Das Ereignis hat sich tief in das Gedächtnis eingegraben: 99 Prozent können sich an Informationsquelle und Zeitpunkt erinnern. Auch das „kommunikative“ Erleben und Handeln ist immer noch gut abrufbar.
- Die Nachricht von den Anschlägen verbreitet sich rasant: innerhalb einer Viertelstunde sind 30 Prozent, nach einer Stunde 70 Prozent und noch am gleichen Tag nahezu die ganze Bevölkerung informiert.
- Am schnellsten von der Katastrophe informiert waren Jüngere, höher Gebildete, Erwerbstätige und Männer.

- Der Diffusionsweg hängt vom Ort und den medialen und kommunikativen Bedingungen ab zum Zeitpunkt der Information. Unterschiede zeigen sich auch zwischen den soziodemographischen Gruppen.
- Als Primärquelle dominiert das Fernsehen (44,9 %), gefolgt vom Radio (28,0 %), interpersonaler Kommunikation (22,8 %) und Internet (2,3 %).
- Das Radio liegt deutlich unter den Erwartungen. Der Zeitpunkt des Ereignisses – früher Nachmittag – hätte eigentlich dem Radio mit seiner um diese Zeit wesentlich höheren Reichweite eine „Sternstunde“ beschern sollen. Dem ist nicht so, weder bei der Erstinformation noch bei der Informationssuche spielt das Radio nur annähernd jene Rolle, die aufgrund seiner Reichweite zu erwarten gewesen wäre. Einzig am Arbeitsplatz wird es seiner Bedeutung einigermaßen gerecht.
- Das Internet hätte eigentlich seine erste ernsthafte Belastungsprobe als Massenmedium bestehen sollen. Auch dem ist nicht so: der Anteil der Erstinformationen ist mit 2,3 Prozent der Befragten ausserordentlich gering.
- Mehr als 90 Prozent der Deutschen reagierten auf die Nachricht mit einer Suche nach weiteren Informationen und nutzten bevorzugt das Fernsehen (66,3 %). Dem Radio wandten sich nur wenige zu (10,6 %), und das Internet spielte auch in der Informationssuche eine ebenfalls untergeordnete Rolle (5,6 %).
- Fast 60 Prozent der Befragten wurden aktiv, um andere zu informieren. Die einzelnen Gruppen unterscheiden sich dahingehend, ob hierzu das Telefon oder die direkte Kommunikation gewählt wurde. Unterschiedliche Kommunikationsmotive (z.B. „Mitreden können“) spielen bei dieser Wahl eine Rolle.
- Die Informationsweitergabe an Dritte hängt (ebenfalls) von Ort und Zeit der Erstinformation ab. Frühinformierte am Arbeitsplatz haben die Nachricht von den Anschlägen am häufigsten an andere weitergeleitet.
- Wer gibt die Nachricht sonst noch weiter: Frühinformierte generell, Frauen und Hochgebildete, wer über eine eigene Meinung verfügt, wem es wichtig ist, mitreden zu können und wem es ebenfalls viel bedeutet, dass der eigene Sachverstand von anderen geschätzt wird.
- Vor allem weil es Bilder gab von diesem Extremereignis, haben die Deutschen auf das Fernsehen gesetzt. Die Terroranschläge des 11. Septembers wurden zum eigentlichen Medienereignis, das vor allem von der Wucht und der Kraft der dramatischen Bilder lebte.

4.5 Die Studie im internationalen Vergleich – Primärquellen

Die Terroranschläge des 11. Septembers gaben nicht nur in Deutschland, sondern auch in den USA Anlass zu verschiedenen NDF-Studien. Unter den Autoren findet sich auch der Doyen der Diffusions- und Innovationsforschung, Everett M. Rogers, der zusammen mit Nancy Seidel eine ausgewählte Gruppe von 127 Personen aus Albuquerque in New Mexico/USA befragte. Sein Beitrag enthält eine Zusammenstellung (Tabelle 5), in der die Primärquellen von insgesamt sieben NDF-Studien (inkl. TU Ilmenau) miteinander verglichen werden (Rogers 2003: 23).

Tabelle 5: NDF-Studien im Vergleich – Primärquellen

Studie	TV (%)	Radio (%)	Interpersonal (%)	Telefon (%)	Andere (%)	Total (%)
Brown et al. (2002) > 734 Internetbenutzer	24	20	54	0	2	100
Emmer et al. (2002) > 1460 Erwachsene D.	46	29	23	0	2	100
Greenberg (2002) > 314 U.S. Erwachsene	33	15	50	0	2	100
Jones&Raine (2002) > 2039 U.S. Erwachsene	44	22	16	15	3	100
Rogers&Seidel (2002) > 27 Erwachsene	32	27	26	14	2	101
Ruggiero et al. (2002) > 320 Studenten	28	24	33	15	1	101
Cohen et al. (2002) > 190 Erwachsene	40	20	34	0	6	100
Total	34	22	33	6	5	100

Quelle: Rogers, Everett M.: Diffusion of News of the September 11 Terrorist Attack. In: Crisis Communications – Lessons from September 11, 2003 , S. 23.

Abgesehen davon, dass die Prozentwerte der Ilmenauer Untersuchung nicht „präzis“ übernommen wurden, fällt auf, dass das Fernsehen nur bei jenen zwei Studien eine eindeutig dominierende Rolle als Primärquelle einnimmt, die sich auf eine grosse nationale Grundgesamtheit beziehen (Emmer et al. 2002; Jones/Rainee 2002). In den verbleibenden, eher auf kleinere und ausgewählte Gruppen ausgerichteten Untersuchungen erfolgte die Primärinformation vorwiegend über interpersonale Kommunikationswege. Beim Radio ist die Streuung wesentlich geringer und bewegt sich – mit Ausnahme der Greenberg-Studie – bei allen um einen Wert von 25 Prozent.

5. Umfragewiederholung bei IPMZ-Studierenden der Universität Zürich 2005

5.1 Umfeld und Hintergründe

Anlässlich eines am Institut für Publizistikwissenschaften und Medienforschung der Universität Zürich (IPMZ) durchgeführten Seminars „Fernsehnachrichtenforschung“ wurde im Sommer 2005 – vier Jahre nach dem 11. September – der gleiche Fragebogen, wie er in der Ilmenauer Studie zur Anwendung gelangte, insgesamt 31 Studierenden zur Beantwortung vorgelegt. Spezielles Interesse galt der Verbreitungsgeschwindigkeit, den Primärquellen und der Anschlusskommunikation.

5.2 Empirische Befunde im Vergleich zur Ilmenauer Studie 2002

Auch für die IPMZ-Studierenden der Universität Zürich war der 11. September ein „Extremereignis“. Sämtliche 31 befragten Personen können sich nicht nur an das Ereignis als solches, sondern auch an ihr damaliges kommunikatives Handeln erinnern.

5.2.1 Informationsverbreitung / Diffusionsgeschwindigkeit

Bei der Diffusionsgeschwindigkeit (Tabelle 6) zeigt sich ein der Ilmenauer Studie ähnliches Bild. Die Nachricht verbreitete sich auch bei den Zürcher Studierenden extrem schnell: Ein Drittel der Befragten (32,3%) war nach einer Viertelstunde, zwei Drittel (67,7%) nach einer halben Stunde und nahezu 85 Prozent (83,9%) nach einer Stunde informiert. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung der BRD wie auch zur Altersgruppe ‚16 bis 29 Jahre‘ und zu jener der Hochgebildeten liegen die Zürcher Wer-

te sogar noch einiges höher. Zu einem gewissen Teil könnte dies darauf zurückzuführen sein, dass die IPMZ-Umfrage fast vier Jahre nach dem 11. September erfolgte und man angesichts dieses „Extremereignisses“ eher geneigt ist, die ohnehin kleinen Zeitkategorien grosszügig nach „vorne“ zu interpretieren.

Auffällig ist jedoch der Geschlechterunterschied, indem die IPMZ-Studentinnen ihren Kommilitonen über den ganzen Zeitverlauf eine „Nasenlänge“ voraus waren.

Tabelle 6: Diffusionsgeschwindigkeit (Studierende Universität ZH)
(kumuliert in %)

	15.15 h	15.30 h	16.00 h	20.00 h	n
Gesamt	32,3	67,7	83,9	96,8	31
BRD	29,0	48,5	67,7	93,6	1447
Hochgebildete*	30,9*	50,0*	69,4*	94,7*	356*
Altersgruppe 16-29**	34,4**	48,0**	69,8**	94,3**	294**
Geschlecht					
weiblich	37,5	75,0	93,8	100,0	16
	28,7	45,1	65,0	94,2	718
männlich	26,7	60,0	73,3	93,3	15
	29,5	51,6	70,1	93,0	725
Ort der Erstinformation					
Arbeitsplatz	45,5	72,7	90,9	100,0	11 (35,0%)
Zu Hause	33,3	88,9	100,0	100,0	9 (29,0%)
Unterwegs	20,0	60,0	80,0	100,0	5 (16,1%)
Andere Orte	16,7	33,3	50,0	100,0	6 (19,4%)

Rot: IPMZ-Studierende, Universität Zürich, 2005

Schwarz: TU Ilmenau, 2002 (u.a. Hochgebildete*, Altersgruppe ,16 bis 29'**))

Quelle: IPMZ-Seminar/TV-Nachrichtenforschung – Umfrage 11. September, 2005

5.2.2 Medienwahl, Primärquellen / Diffusionswege

Die wohl grösste Abweichung zu den BRD-Werten zeigt sich im Bereich der Primärquellen (Tabelle 7). War in Deutschland das Fernsehen (44,9%) eindeutig dominierend, spielte es bei der Zürcher Gruppe eine eher marginale Rolle (9,7%). Dafür zeigten sich die interpersonalen Kommunikationswege (64,5%) als Erstinformationsquelle um einiges wichtiger als in der BRD (22,8%). Dies mag damit zusammenhän-

gen, dass nahezu zwei Drittel der Studierenden die Nachricht höchstwahrscheinlich während ihrer Studienarbeit erhielt, eine Alltagssituation, während der die interpersonale Kommunikation – Face-to-Face oder Telefon – eine wahrscheinlichere Primärquelle darstellt als das Fernsehen. Aus dem Ort der Erstinformation (Tabelle 6) lässt sich nämlich entnehmen, dass sich ein gutes Drittel der Befragten (35,0%) am Arbeitsplatz (Universität) befand und fast 30 Prozent (29,0%) zu Hause (an einem Werktag, nachmittags um 15 Uhr), als sie von den Anschlägen erfuhren. Radio (22,6%) und Internet (3,2%) erzielten ähnliche Resultate wie in der BRD.

Tabelle 7: Diffusionswege (Studierende Universität ZH)
(in %)

Quelle Erstinformation	Fernsehen	Radio	Internet	Interpersonal	n
Gesamt	9,7 44,9	22,6 28,0	3,2 2,3	64,5 22,8	31 1447
Geschlecht weiblich	6,3 48,1	31,3 24,1	0,0 1,5	62,5 24,3	16 719
männlich	13,3 41,4	13,3 32,0	6,7 3,2	66,7 21,4	15 725

Rot: IPMZ-Studierende, Universität Zürich, 2005

Schwarz: TU Ilmenau, 2002

Quelle: IPMZ-Seminar/TV-Nachrichtenforschung – Umfrage 11. September, 2005

5.2.3 Informationssuche / Anschlusskommunikation I

In unmittelbarem Anschluss an die Erstnachricht zeigte sich auch bei den Zürcher Studierenden (beider Geschlechter) ein hohes Bedürfnis an weiteren Informationen (Tabelle 8). Nahezu 95 Prozent der Befragten (93,5%) wurden aktiv und versuchten, detaillierte Angaben über die Anschläge zu erhalten. Wie in der BRD war auch für die IPMZ-Studierenden das Fernsehen mit über 60 Prozent (61,3%) die wichtigste Informationsquelle. Als eine weitere, deutliche Abweichung zu Deutschland findet sich aber das Internet an zweiter Stelle (16,1%). Auch im Vergleich etwa zu den höher Gebildeten in der BRD (10,4%) war das neue Massenkommunikationsmittel für die Zürcher Studierenden um einiges wichtiger bei der Informationssuche.

Tabelle 8: Informationssuche (Studierende Universität ZH)
(in %)

	Nicht weiter gesucht	TV	TV umge- schaltet	Radio	Internet	Inter- personal	n
Gesamt	6,5	54,8	6,5	9,7	16,1	6,5	31
	9,2	47,1	19,2	10,6	5,6	3,6	1447
Hochgebildete*	4,5*	51,1*	12,6*	11,0*	10,4*	6,5*	356
Geschlecht							
weiblich	6,3	50,0	6,3	18,8	12,5	6,3	16
	7,9	49,3	20,6	9,2	3,5	3,8	720
männlich	6,7	60,0	6,7	0,0	20,0	6,7	15
	10,2	44,8	17,8	12,0	7,9	3,5	724

Rot: IPMZ-Studierende, Universität Zürich, 2005

Schwarz: TU Ilmenau, 2002 (u.a. Hochgebildete*)

Quelle: IPMZ-Seminar/TV-Nachrichtenforschung – Umfrage 11. September, 2005

5.2.4 Informationsweitergabe / Anschlusskommunikation II

In der Weitergabe der Nachricht an Dritte zeigen sich keine wesentlichen Abweichungen. Die Zürcher Resultate liegen in allen Bereichen mehr oder weniger ähnlich zu jenen in Deutschland. So gaben über 60 Prozent der IPMZ-Studierenden (61,3%) die Nachricht an andere Personen weiter; im Vergleich zu den höher Gebildeten in der BRD stimmen die Prozentwerte sogar exakt überein.

Und ebenfalls in der Wahl der Kommunikationsmittel zeigen sich ähnliche Phänomene. Wie in Deutschland greifen auch die Zürcher Studentinnen bei der Informationsweitergabe eher zum Telefon, während ihre männlichen Kollegen, deutlicher noch als die deutschen Bundesbürger, die ‚Face-to-Face‘-Kommunikation bevorzugen.

6. Fazit / Schlussbemerkung

Obwohl die Nachrichtendiffusionsforschung bereits auf eine sechzigjährige Geschichte zurückblicken kann, wurde der Entwicklung einer soliden theoretischen Basis für diesen Forschungstyp eher geringe Aufmerksamkeit geschenkt. Noch immer sind es die „traditionellen“ Strategien, die einen Grossteil der Untersuchungen ausmachen:

Man wartet auf die „News-Story“, stürzt sich ohne finanzielle Mittel und Forschungsdesign ins Untersuchungsfeld und muss schon bald einmal einsehen, dass bereits bei der Sampleauswahl die Probleme beginnen (DeFleur 1987: 124, 125).

Die grösste Schwierigkeit beim Studium der Nachrichtenverbreitung besteht wohl darin, dass „man den gleichen Fluss nicht ein zweites Mal überqueren kann“ (Gantz 1983: 56). Jede Diffusion ist auf ihre Art einmalig, und jeder Mensch wird auf unterschiedliche Art und Weise über eine Nachricht informiert. Ereigniszeitpunkt, Nachrichtenwerte, Tagesabläufe und Medienstrukturen sind beliebig variierende Faktoren, die in jedem Fall ein neues und gleichzeitig „einmaliges“ Verbreitungsmuster generieren. Auf ihre Art einmalig ist aber auch die Sampleauswahl. Oft sieht man sich veranlasst, die Befragung aus Kostengründen oder bescheidener Infrastruktur nur auf kleine und ausgewählte Personengruppen zu beschränken. Nur selten stehen Stichproben zur Verfügung, die eine grosse nationale Grundgesamtheit repräsentieren. Dass sich diese „Verschiedenartigkeit“ auch auf die Untersuchungsergebnisse überträgt, ist nicht von der Hand zu weisen und wurde in dieser Arbeit mehrfach gezeigt (internationaler Primärquellen-Vergleich, Umfragewiederholung IPMZ-Studierende). Damit wird einer Generalisierung der gefundenen Resultate aber kein Vorschub geleistet.

Als eine der wenigen Ausnahmen ist die Ilmenauer Studie in der Lage, allgemein gültige Aussagen zu machen, wie sich die Nachricht von einem Extremereignis innerhalb einer ganzen Nation verbreitet hat. Effizient und ohne grossen Zusatzaufwand in ein grösseres Forschungsprojekt integriert, liefert sie ein wahres „Füllhorn“ an Befunden, die sehr wohl Aufschluss geben, wie sich das kommunikative Handeln und Erleben der deutschen Bevölkerung in Zusammenhang mit dem 11. September abgespielt hat. Die Effizienz der Studie zeigt sich vor allem auch in den statistischen Methoden, insbesondere in deren Operationalisierung, die mit Ausnahme der Diffusionsgeschwindigkeit in eher groben Kategorien erfolgt. Auch auf kausalanalytische Auswertungen wird bewusst verzichtet, was mit dem vorliegenden Datensatz und entsprechenden Forschungsfragen und Hypothesen aber durchaus möglich gewesen wäre.

Die Relevanz des Ereignisses wirkte sich sowohl auf die Diffusionsgeschwindigkeit wie auch auf das Erinnerungsvermögen aus. Das Fernsehen war für die Informationsverbreitung und für die Informationssuche wichtigstes Medium, es profitierte vor allem von der Kraft seiner Bilder. Das Radio hat als Primärquelle seinen Vorteil in der Personenreichweite nicht umgesetzt, und das Internet war in jeder Beziehung nahe-

zu bedeutungslos. Mit der Relevanz des Ereignisses steigt auch die Bedeutung der interpersonalen Kommunikation. So suchten praktisch alle, die mündlich von den Anschlägen erfuhren nach weiteren Informationen.

Dass NDF-Studien immer wieder durch bedeutungsvolle Ereignisse generiert werden, liegt in der Natur der Sache. In zukünftigen Untersuchungen wären den „klassischen“ Fragestellungen auch Variablen hinzuzufügen, die kognitives Wissen, emotionale Affekte sowie Einstellungs- und Verhaltensänderungen der Rezipienten erfassten. Politische wie auch mediale Akteure müsste es eigentlich interessieren, wie sich Nachrichten in einem sozialen System ausbreiten und: eine öffentliche Meinung bilden!

7. Literaturverzeichnis

- Allen, Irving A./J. David Colfax (1968): The Diffusion of News of LBJ's March 31 Decision. In: Journalism Quarterly 45, S. 321-324.
- Bonfadelli, Heinz (1999): Medienwirkungsforschung I: Grundlagen und theoretische Perspektiven / Heinz Bonfadelli. Konstanz: UVK Medien.
- Brown, W.J./Bocarnea, M./Basil, M. (2002): Fear, grief and sympathy responses to the attacks. In: Communication and Terrorism: Public and Media Responses to 9/11. Edited by B. S. Greenberg. Cresskill, N.J.: Hampton.
- Chaffee, Steven H. (1975): The Diffusion of Political Information. In: Chaffee, Steven H. (Hg.): Political Communication. Issues and Strategies for Research. Beverly Hills/London, S. 85-128.
- Cohen, E. L. et al. (2002): Civic action after September 11: Exploring the role of multi-level storytelling. In: Prometheus 20: 221-28
- Danielson, Wayne A. (1956): Eisenhower's February decision. A Study of News Impact. In: Journalism Quarterly 33, 433-441.
- DeFleur, Melvin L. (1987): The Growth and Decline of Research on the Diffusion of News. In: Communication Research, 14, H. 1, S. 109-130.
- Deutschman, Paul J./Danielson, Wayne A. (1960): Diffusion of Knowledge of the Major News Story. In: Journalism Quarterly 37, S. 345-355.
- Emmer, Martin et al. (2002): Der 11. September – Informationsverbreitung, Medienwahl, Anschlusskommunikation. In: Media Perspektiven 33, H. 4, S. 166-177.
- Frey-Vor, Gerlinde/Gerhard, Heinz/Mende, Annette (2002): Daten der Mediennutzung in Ost- und Westdeutschland. In: Media Perspektiven 2/2002, S. 54-69
- Funkhouser, G. Ray (1970): A Probabilistic Model for Predicting News Diffusion. In: Journalism Quarterly, Vol. 47, 1970, S. 41-45
- Funkhouser, G. Ray/McCombs, Maxwell E. (1971): The Rise and Fall of News Diffusion. In: Public Opinion Quarterly 35, H. 1, S. 107-113.
- Gantz, Walter (1983): The Diffusion of News About the Attempted Reagan Assassination. In: Journal of Communication 33, H. 2, S. 56-66.
- Greenberg, B. S./Hofschire, L./Lachlan, K. (2002): Diffusion, media use and interpersonal communication behavior. In: Communication and Terrorism: Public and Media Responses to 9/11. Edited by B. S. Greenberg. Cresskill, N.J.: Hampton.
- Hill, Richard J./Bonjean, Charles M. (1964): News diffusion. A Test of the Regularity Hypothesis. In: Journalism Quarterly 41, S. 336-342.

- Jäckel, Michael (1992): Mediennutzung als Niedrigkostensituation. Anmerkungen zum Nutzen- und Belohnungsansatz. In: Medienpsychologie, H. 4, S. 247-266.
- Jones, S./Rainie, L. (2002) : Internet use and the terror attacks. Communication and Terrorism: Public and Media Responses to 9/11. Edited by B. S. Greenberg. Creskill, N.J.: Hampton.
- Miller, Delbert C. (1945): A research note on mass communication. In: American Sociological Review 10, H. 5, S. 691-694.
- Patalong, Frank: Die Zeit steht still. In:
<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzkultur/0,1518,161381,00.html> (6.3.2002)
- Rogers, Everett M. (2000): Reflexions on News Event Diffusion Research. In: Journalism & Mass Communication Quarterly, 77(3), S. 561-576.
- Rogers, Everett M. (2003): Diffusion of News of the September 11 Terrorist Attacks. In: Noll, Michael A. (Hg.): Crisis Communications. Lessons from September 11. London u.a., S. 17-30
- Rogers, Everett M./Seidel, Nancy (2002): Diffusion of news of the terrorist attacks of September 11, 2001. In. Prometheus 20: 209-19
- Rosengren, Karl Erik (1973): News Diffusion. An Overview. In: Journalism Quarterly 50, H. 1, S. 83-91.
- Ruggiero, T./Glascok, J. (2002): Tracking media use and gratifications. In: Communication and Terrorism: Public and Media Responses to 9/11. Edited by B. S. Greenberg. Creskill, N.J.: Hampton.
- Staab, Joachim Friedrich (1990): Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. Freiburg, München.
- TU Ilmenau (2005): Website: Universität/Geschichte und Struktur.
 In: <http://www.tu-ilmenau.de/uni/Universitaet.11.0.html?&LO=0> (03.05.2005)
- Vowe, Gerhard/Wolling, Jens (2003): Der 26. April – wann, wo und wie man davon erfuhr. Vortrag wissenschaftliche Tagung „Stadt unter Schock“/Erfurt 25.4.2003.
 In: <http://www.db-thueringen.de/Servlets/Derivate-3957/Erfurt.pdf>
 (24.04.2005)
- Weibull, Lennart/Lindahl, Rutger/Rosengren, Karl Erik (1987): News Diffusion in Sweden. The Role of the Media. In: European Journal of Communications 2, H. 2, S. 143-170.
- Wober, J. Mallory (1995): The Tottering of Totems on TV. Some implications of the Diffusion of News in Britain. Communications, 20, Heftnummer, S. 7-24.