

Tabea Böcking und Andreas Fahr

Programmflucht

Warum Fernsehzuschauer umschalten

Die Frage nach den Motiven der Fernsehnutzung ist eine der zentralen Herausforderungen der Zuschauerforschung. Eine kaum überschaubare Menge an Studien beschäftigt sich damit, warum wir welche Programme sehen. Zur Erklärung greifen diese Studien in der Regel auf den Uses-and-Gratifications-Ansatz (Katz/Blumler/Gurevitch 1974) zurück. Dieser beschreibt die Fernsehnutzung als proaktiven Zuwendungsprozess zu Inhalten, die individuelle Bedürfnisse zu erfüllen versprechen. Im Mittelpunkt dieses Zuwendungsprozesses steht das „Gratifikations-

»Es ist davon auszugehen, dass sich Ziele, Motive, Nutzungsverhalten, erwartete und tatsächlich erfolgte Bedürfniserfüllungen während der Fernsehnutzung fortwährend verändern.«

diskrepanzmodell“. Ihm zufolge verweilt der Zuschauer so lange bei einer bewusst ausgewählten Sendung, wie diese seine Bedürfniserwartungen erfüllt. Die Forschung hat vor diesem Hintergrund in den vergangenen Jahrzehnten zahlreiche Bedürfniskataloge formuliert und verschiedene Bedürfnisdimensionen abgeleitet, die im Kern kognitive, affektive, integrative und interaktive Bedürfnisse umfassen.

Verschiedene Forschungsergebnisse stellen unterdessen die alleinige Modellierung der Fernsehnutzung als Zuwendung in Frage. Zum einen lässt sich die konkrete Programmauswahl auf Basis genereller und vergleichsweise abstrakter Erwartungen über die Erfüllung von Bedürfnissen nur schlecht vorhersagen. Neben generellen Bedürfnissen und Gewohnheiten existieren zahlreiche weitere Faktoren (z. B. Empfangsbedin-

gungen, Persönlichkeitsmerkmale, Programmattraktivität, situative Rezeptionsbedingungen, Gewohnheiten), die die Fernsehnutzung im konkreten Fall beeinflussen. Zum anderen erfolgen die Programmauswahl als auch die Nutzung selbst oftmals alles andere als „bewusst“. Vielmehr ist davon auszugehen, dass sich Ziele, Motive, Nutzungsverhalten, erwartete und tatsächlich erfolgte Bedürfniserfüllungen während der Nutzung fortwährend verändern. Damit rückt nicht nur die konkrete Nutzungssituation in den Mittelpunkt. Zugleich stellt sich die Frage, ob das Nutzungsverhalten tatsächlich überwiegend von einer proaktiven, bedürfnisgesteuerten Zuwendung bestimmt ist oder ob nicht häufig eher von einer reaktiven, „schadensminimierenden“ Vermeidungsstrategie ausgegangen werden muss. Dass insbesondere die Aversion vor Verlust bzw. Schaden häufig die Nutzenmaximierung beherrscht, ist psychologisch gut belegt (Kahneman/Knetsch/Thaler 1991). Auch andere Ergebnisse verweisen auf die Bedeutung der Vermeidungsperspektive bei der Fernsehnutzung (Heeter/Greenberg 1985; Perse 1998; Walker/Bellamy 1991). Das Ziel der hier vorgestellten Studie bestand deshalb darin, den Programmwechsel in der konkreten Nutzungssituation nicht – wie allgemein üblich – als Zuwendungs-, sondern als Vermeidungssituation zu betrachten und ihre Ursachen zu erforschen. Pointiert ausgedrückt: Warum schauen wir uns bestimmte Dinge gerade *nicht* an?

Mögliche Ursachen der Programmflucht

Zur genaueren Erklärung einer situations- und rezeptionsspezifischen Programmflucht bieten sich verschiedene theoretische Ansätze an. Entscheidungstheoretische Ansätze gehen von einem rational handelnden Akteur aus, der Kos-

ten und Nutzen der Medienzuwendung gegeneinander aufrechnet. Aus dieser Perspektive laufen Vermeidungs- und Zuwendungsprozesse parallel ab und werden fortwährend gegeneinander verrechnet. Nutzenfaktoren sind vor allem der Informationsgehalt des Medieninhalts sowie dessen Übereinstimmung mit den eigenen Einstellungen und Werten. Typische Kostenfaktoren sind dagegen Geld, Zeit, körperliche und geistige Anstrengung sowie psychisch als unangenehm empfundene Gefühle und Zustände. Den stärker kognitiv ausgerichteten Konsistenztheorien zufolge versuchen die Zuschauer, durch Umschalten einem psychischen Spannungszustand aus dem Weg zu gehen, der durch die Aufnahme von zu ihrem Wissen, ihren Meinungen, Einstellungen und Verhalten dissonanten Informationen entsteht. Diese können u. a. auf kognitive Überforderung, abnehmen des inhaltlichen Interesse oder auch auf den Eindruck eines Beeinflussungsversuchs zurückzuführen sein. Nach wahrnehmungspsychologischen Ansätzen führen sowohl zu starke als auch zu schwache Reize zu Vermeidungsverhalten, da die Zuschauer sich entweder überfordert fühlen oder gelangweilt sind. Aus emotionspsychologischer Perspektive ist Vermeidungsverhalten als mögliche Reaktion auf negativ erlebte Emotionen oder auf fehlende Möglichkeiten zur Stimmungsregulation interpretierbar. Vor diesem theoretischen Hintergrund wurden in mehreren Stufen 53 Aussagen mit möglichen Wegschaltursachen aus Rezipientenperspektive formuliert und anschließend 264 Personen ab 14 Jahren gebeten, diese Aussagen mit Blick auf ihr eigenes Wegschaltverhalten zu beantworten (vgl. ausführlich Fahr/Böcking 2005).

Negativ erlebte Emotionen als Fluchtursache

Zentrales Ziel der Analyse war es, die Dimensionen der Programmflucht hinter den einzelnen erfragten Fluchtmotiven bzw. Vermeidungsursachen aufzudecken. Die Antworten auf die Aussagen wurden deshalb mit einer Faktorenanalyse verdichtet. Insgesamt konnten auf diese Weise sechs Dimensionen der Programmflucht identifiziert werden, die im Folgenden kurz beschrieben werden.

Authentizität

Der erste Faktor repräsentiert mangelnde Authentizität als Wegschaltursache. Zuschauer strafen Sendungen durch Wegschalten, wenn sie diese subjektiv als oberflächlich, realitätsfern, unprofessionell und unglaubwürdig wahrnehmen; sie bemängeln Künstlichkeit und geringe Qualität. Zu beachten ist dabei, dass beide Aspekte in dem vom Format selbst vorgegebenen Rahmen beurteilt werden. Das heißt, dass die Zuschauer bis zu einem gewissen Maß durchaus bereit sind, fehlenden Realismus, schlechte Darsteller oder Brüche in der Handlung zu ertragen – solange es eben im Rahmen des genutzten Formats noch in Ordnung ist. Wird diese Schwelle – die *suspension of disbelief* – allerdings überschritten, wird das Programm als zu künstlich wahrgenommen und umgeschaltet.

»Das Ziel der Studie bestand darin, den Programmwechsel in der konkreten Nutzungssituation nicht als Zuwendungs-, sondern als Vermeidungssituation zu betrachten und ihre Ursachen zu erforschen.«

Ekel und Abscheu

Der zweite Faktor steht mit den negativen Emotionen *Ekel* und *Abscheu* in Verbindung. Manche Zuschauer fühlen sich angewidert und abgestoßen, wenn sie Gewalt, Ekelerregendes, Schockierendes oder Anstößiges sehen und schalten dann weg. Hinter Ekel und Abscheu steht eine extreme Missbilligung eines Gegenstands oder einer Verhaltensweise. Einige Aussagen in diesem Faktor deuten zudem auf das Erleben von Peinlichkeit und Scham hin. Scham und Peinlichkeit entstehen durch die Diskrepanz zwischen realem und idealem Selbst, sind also bezogen auf subjektive Wertvorstellungen, die durch den Medieninhalt „gestört“ bzw. stark bewusst gemacht werden. Der Zuschauer wird unerwartet in einen Zustand stark erhöhter Selbstaufmerksamkeit katapultiert – erlebt sich als entlarvt, hilflos, befangen, blockiert, einsam, schuldig oder abgelehnt. Auch Mitgefühl lässt sich in dieser Dimension entdecken: Leid, Schmerz und Not anderer werden als eigenes Leid erlebt und lösen Betroffenheit aus. Das Schuld-

gefühl oder die Hilflosigkeit wird von manchen als unangenehm empfunden und führt daher zu emotionaler Flucht.

Niedergeschlagenheit und Distanzverlust

Im dritten Faktor finden sich Merkmale der Emotionen *Niedergeschlagenheit* sowie *Kummer* und *Trauer*. Aus emotionspsychologischer Perspektive schalten die Zuschauer hier weg, weil sie ihren Zustand als unangenehm, elend, deprimierend, leer oder einsam empfinden. Solche Emotionen können durch Medieninhalte ausgelöst werden, die den Zuschauer an eigenen Verlust, eigene Verletzungen, Krankheit oder Trennung erinnern. Die Gefahr des Kontrollverlusts bzw. ihre möglicherweise mangelnde Bewältigungsfähigkeit wird den Zuschauern latent bewusst. Der Faktor ließe sich daher auch als Distanzverlust interpretieren und weist auf deutliche Parallelen zum Eskapismus-Motiv des Uses-and-Gratifications-Ansatzes hin: Bestimmte Inhalte behindern offensichtlich die gewünschte Flucht aus der Realität. Der Zuschauer fühlt sich unangenehm auf sich selbst zurückgeworfen, möchte jedoch nicht mit sich selbst und seinen möglichen Unzulänglichkeiten konfrontiert werden und schaltet deshalb weg.

»Aus eigener Sicht schalten die Zuschauer dann am häufigsten um, wenn sie sich ärgern. Fast genauso häufig wechseln sie das Programm aus Furcht, wenn die Inhalte nicht authentisch sind oder wenn sie Ekel und Abscheu empfinden.«

Ärger, Wut und Zorn

Der vierte Faktor verweist auf die Emotionen *Ärger*, *Wut* und *Zorn*. Diese entstehen dann, wenn Menschen in ihrem Handlungsablauf auf unnötige, als ungerechtfertigt angesehene Hindernisse stoßen. Der Zuschauer erlebt sich in seiner Zielerreichung grundlos behindert und beeinträchtigt, dabei gleichzeitig angespannt, übererregt und reizbar. Ärger, Wut und Zorn werden daher oft mit der Frustrations-Aggressions-Theorie in Zusammenhang gebracht. Bei Färbung der Emotion in Richtung Wut überwiegt die affektive Erregung, bei Zorn die moralische Entrüstung. Derartiges Erleben lässt sich in den Aussagen wiederfinden: Die Zuschauer ärgern

sich über die geäußerten Ansichten oder fühlen sich für dumm verkauft. Auch Verachtung findet sich in diesem vierten Faktor. Sie entsteht im Erleben der eigenen Überlegenheit, der Geringschätzung von Personen oder der Missbilligung von Verhaltensweisen der Medienfiguren; dies spiegelt sich auch in einem Teil der Aussagen wider. Der kognitive Schwerpunkt der Items in diesem Faktor erinnert insgesamt an das kommunikationswissenschaftliche Verständnis von Dissonanz, die ebenfalls eine Abwertung des Gegenstands bzw. Abwendung zur Folge haben kann (Festinger 1957).

Anspruch und Langeweile

Wie der fünfte Faktor zeigt, ist ein weiteres Fluchtmotiv durch *Langeweile* einerseits und *Überforderung* andererseits gekennzeichnet. Beide Phänomene korrespondieren sowohl mit den Befunden des Uses-and-Gratifications-Ansatzes als auch der Emotionspsychologie. Die Zuschauer vermeiden ein subjektiv zu hohes oder zu niedriges Komplexitäts- und Anspruchsniveau: Wenn sie gedanklich nicht abschalten, ihren Alltag nicht vergessen oder nichts Neues erfahren können, schalten sie weg.

Furcht und Nervosität

Der sechste Faktor beschreibt vor allem die Emotionen *Furcht* und *Nervosität* als Ursachen der Programmflucht. Beides wird dabei von den Befragten selbst ausdrücklich als Umschaltursache genannt. Angst wird als unspezifische, starke Beunruhigung erlebt, in der man sich beengt, nervös und unsicher fühlt. Wie weitere Aussagen innerhalb dieses Faktors zeigen, verhindern übermäßige Furcht und Nervosität offenbar außerdem das Eintauchen in das Geschehen. Kognitiv gesehen, schätzen die Zuschauer die Situation als bedrohlich und heilversprechend ein, gepaart mit Unsicherheit über die eigenen Bewältigungsmöglichkeiten.

Angesichts der verschiedenen Fluchtursachen stellt sich die Frage, welche Bedeutung sie für das Umschaltverhalten im Verhältnis zueinander haben. Ein entsprechender Vergleich zeigt, dass das Umschaltverhalten vor allem von unmittelbar erlebten, starken negativen Emotionen bestimmt wird. Aus eigener Sicht schalten die Zuschauer dann am häufigsten um, wenn sie sich ärgern. Fast genauso häufig wechseln sie

das Programm aus Furcht, wenn die Inhalte nicht authentisch sind oder wenn sie Ekel und Abscheu empfinden. Zu anspruchsvolle oder langweilige Inhalte führen dagegen seltener zu einem Programmwechsel. Am wenigsten für einen Programmwechsel verantwortlich sind Medieninhalte, die zu dicht am eigenen Leben der Befragten sind oder Gefühle von Traurigkeit und Kummer auslösen.

Die Bedeutung der Vermeidungsperspektive

Die Ergebnisse der Befragung sprechen dafür, dass es durchaus lohnt, nicht nur Zuwendungsmotive, sondern auch Vermeidungsursachen der TV-Nutzung genauer zu betrachten. Die Befunde bieten einen genaueren Einblick in die Erlebensstruktur der Zuschauer. Zunächst schalten Zuschauer offensichtlich nicht nur deswegen um, weil das aktuelle Programm bestimmte Bedürfnisse nicht erfüllt und sie diese Bedürfniserfüllung dann bei einem anderen Programm suchen. Vielmehr haben negative Affekte ebenfalls einen Einfluss auf die Programmabwahl – nicht nur proaktiv, sondern auch reaktiv. Diesen Fluchtanlässen kommt vor allem in der konkre-

ten Auseinandersetzung mit dem gerade genutzten Inhalt besondere Bedeutung zu. Über das genaue Verhältnis von Zu- und Abwendungsprozessen im Verlauf der Fernsehnutzung lassen sich allerdings keine endgültigen Aussagen treffen. Die Ergebnisse sind kein Beleg dafür, dass die Zuschauer nicht auch wegen nicht erfüllter Bedürfnisse wegschalten. Wahrscheinlicher ist, dass Vermeidungs- und Zuwendungsprozesse parallel ablaufen und ineinander verwoben sind. Was genau für einen konkreten Umschaltvorgang verantwortlich ist, hängt vermutlich von der aktuellen Nutzungssituation, den genauen Programminhalten und der Persönlichkeit des Zuschauers ab. Zu beachten ist außerdem, dass Wegschalten nur *eine* Bewältigungsstrategie für den Umgang mit unangenehmen Medieninhalten ist. Ebenso sind auch Distanzierung, konfrontative Bewältigung, Kontrolle oder ein Wech-

sel der Rezeptionsmodalität denkbar (Suckfüll 2004). So kann man etwa beim Auftreten negativer Affekte das Programm durchaus weiter „aushalten“, weil man sich am Ende einen positiven Nutzen davon verspricht. Auch die absichtliche Auseinandersetzung mit den eigenen negativen Affekten, deren Zulassen, Durchspielen und Bewältigen kann durchaus als Bedürfniserfüllung erlebt werden (Früh 2002). Medieninhalte erscheinen hier besonders geeignet: Die fortwährende Option ab- oder wegzuschalten sowie das Wissen um die Fiktionalität der Bedrohung gibt Zuschauern die Möglichkeit, ihre negativen Affekte mehr oder weniger „light“ zu durchleben (vgl. Vorderer/Wulf/Friedrichsen 1996). Insgesamt lässt sich Programmselektion in einer konkreten Nutzungssituation besser beschreiben, begründen und vorhersagen, wenn neben Zuwendungsmotiven auch Vermeidungs- und Abwehrreaktionen als Erklärung für einen Programmwechsel einbezogen werden. Vermutlich bestimmen bei der Fernsehnutzung – ebenso wie im Alltag – neben der Suche nach Bedürfniserfüllung auch Schadensaversion und Risikovermeidung den Weg zum Ziel.

»Die Ergebnisse der Befragung sprechen dafür, dass es durchaus lohnt, nicht nur Zuwendungsmotive, sondern auch Vermeidungsursachen der TV-Nutzung genauer zu betrachten.«

ten Auseinandersetzung mit dem gerade genutzten Inhalt besondere Bedeutung zu. Über das genaue Verhältnis von Zu- und Abwendungsprozessen im Verlauf der Fernsehnutzung lassen sich allerdings keine endgültigen Aussagen treffen. Die Ergebnisse sind kein Beleg dafür, dass die Zuschauer nicht auch wegen nicht erfüllter Bedürfnisse wegschalten. Wahrscheinlicher ist, dass Vermeidungs- und Zuwendungsprozesse parallel ablaufen und ineinander verwoben sind. Was genau für einen konkreten Umschaltvorgang verantwortlich ist, hängt vermutlich von der aktuellen Nutzungssituation, den genauen Programminhalten und der Persönlichkeit des Zuschauers ab. Zu beachten ist außerdem, dass Wegschalten nur *eine* Bewältigungsstrategie für den Umgang mit unangenehmen Medieninhalten ist. Ebenso sind auch Distanzierung, konfrontative Bewältigung, Kontrolle oder ein Wech-

Dipl.-Medienwiss. Tabea Böcking hat Medienwissenschaft, Angewandte Kommunikationsforschung und Psychologie in Hannover studiert und ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Dr. Andreas Fahr hat Publizistik, Psychologie und Volkswirtschaft in Mainz studiert und ist wissenschaftlicher Assistent am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Literatur:

Fahr, A./Böcking, T.: *Nichts wie weg? Ursachen der Programmfucht.* In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 53/2005, S. 5–25.

Festinger, L.: *A theory of cognitive dissonance.* Stanford 1957.

Früh, W.: *Unterhaltung durch das Fernsehen. Eine molare Theorie.* Konstanz 2002.

Heeter, C./Greenberg, B. S.: *Cable and program choice.* In: D. Zillmann/J. Bryant (Hrsg.): *Selective exposure to communication.* Hillsdale, NJ 1985, S. 203–224.

Kahneman, D./Knetsch, J. L./Thaler, R. H.: *Anomalies: The endowment effect, loss aversion, and status quo bias.* In: *Journal of Economic Perspectives*, 5/1991, S. 193–206.

Katz, E./Blumler, J. G./Gurevitch, M.: *Utilization of mass communication by the individual.* In: J. G. Blumler/E. Katz (Hrsg.): *The uses of mass communications. Current perspectives on gratifications research.* Beverly Hills 1974, S. 19–32.

Perse, E. M.: *Implications of cognitive and affective involvement for channel changing.* In: *Journal of Communication*, 48/1998, S. 49–68.

Suckfüll, M.: *Rezeptionsmodalitäten.* München 2004.

Vorderer, P./Wulf, H. J./Friedrichsen, M.: *Suspense: Conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explanations.* Mahwah, NJ 1996.

Walker, J. R./Bellamy, R. V.: *The gratifications of grazing: An exploratory study of remote control use.* In: *Journalism Quarterly*, 68/1991, S. 422–431.