

Journalistische Wichtigkeitszuschreibungen im Agenda Setting-Prozess

Zum Einfluss einer bisher vernachlässigten Größe

Juliane Urban

In der Agenda Setting-Forschung wurde bisher vor allem der Einfluss formaler Berichterstattungsmerkmale auf rezipientenseitige Relevanzeinschätzungen untersucht. Inhaltliche Gesichtspunkte wurden kaum berücksichtigt. Die vorliegende Studie füllt diese Forschungslücke mit neuen Erkenntnissen. Sie geht der Frage nach, ob journalistische Wichtigkeitszuschreibungen (direkte oder indirekte Relevanzbewertungen eines Themas durch Journalisten) First-Level-Agenda Setting stimulieren. Aufbauend auf Vorstellungen von Agenda Setting als individuellem Lernprozess wird die Bedeutung solcher Zuschreibungen zunächst aus theoretischer Sicht diskutiert. Im empirischen Teil des Beitrags kann anschließend gezeigt werden, dass journalistische Wichtigkeitszuschreibungen einen Effekt auf rezipientenseitige Relevanzeinschätzungen eines Themas haben. Sie beeinflussen jedoch primär die Nachhaltigkeit der Evaluation. Der Effekt hängt zudem stark von der Art der journalistischen Wichtigkeitszuschreibung (explizit vs. implizit) und der Art der Informationsverarbeitung durch den Rezipienten (peripher vs. zentral) ab.

Schlagwörter: Medienwirkungsforschung, Agenda Setting, Medieninhalte, individuelle Lernprozesse

1. Einleitung

Betrachtet man Operationalisierungsstrategien in Agenda Setting-Studien, so fällt auf, dass die Relevanz, die Massenmedien einem Thema zuschreiben, fast ausschließlich auf Basis formaler Merkmale der Berichterstattung ermittelt wird. Erfasst werden dazu zu meist die Häufigkeit, der Umfang sowie die Aufmachung der Berichterstattung oder Kombinationen dieser Merkmale mit dem Beachtungsgrad (z. B. McCombs & Shaw 1972; Rössler 1999; Rössler & Schenk 2000; Huck 2009). Nur wenige Studien widmen sich dem konkreten Inhalt der Berichterstattung als Einflussfaktor bei First-Level-Agenda Setting-Untersuchungen (z. B. Schönbach & Semetko 1992; Sheaffer 2007). In diesem Zusammenhang weist Matthes (2006: 428f., 434f.) darauf hin, dass Rezipienten sich nicht nur über das Aufkommen neuer Themen oder spezifischer Aspekte dieser Themen in den Medien informieren wollen, sondern dass sie darüber hinaus journalistische Einschätzungen eines Themas in der Berichterstattung suchen, um diese in ihre persönliche Urteilsbildung einzubeziehen. Diese nachfolgend als journalistische Wichtigkeitszuschreibungen bezeichneten Einschätzungen repräsentieren folglich eine weitere Möglichkeit, über welche Massenmedien Relevanzvorstellungen an Rezipienten vermitteln können. Noch fehlt es an empirischen Untersuchungen, die sich dem Einfluss dieser Größe widmen. Die vorliegende Studie hat es sich deshalb zum Ziel gesetzt, die Bedeutung journalistischer Wichtigkeitszuschreibungen als Einflussfaktor im Agenda Setting-Prozess zu untersuchen.

Aufbauend auf Vorstellungen von Agenda Setting als individuellem Lernprozess (z. B. Becker 1982) wird die Bedeutung journalistischer Wichtigkeitszuschreibungen zunächst aus theoretischer Sicht erörtert. Anschließend identifiziert der Beitrag basierend auf Erkenntnissen der Journalismusforschung zwei verschiedene Typen journalis-

tischer Wichtigkeitszuschreibungen. Mit Hilfe eines Forced-Exposure-Experiments wird danach überprüft, ob journalistische Wichtigkeitszuschreibungen Agenda Setting-Prozesse stimulieren können.

2. Theorie und Forschungsstand

In der ursprünglichen Konzeption ist Agenda Setting ein Phänomen, das auf Ebene einer aggregierten Medien- und Publikumsagenda untersucht wird (McCombs & Shaw 1972: 152). Die Annahme scheint plausibel, dient die mediale Berichterstattung doch als Bezugssystem für soziale Interaktion bzw. Kommunikation sowie politische Partizipation (Rössler 1999: 667). Die Agenda Setting-Hypothese unterstellt in diesem Zusammenhang einen Einfluss der Massenmedien auf die Öffentlichkeit als Ganzes und macht Medien dadurch zu einem zentralen Machtfaktor im gesellschaftspolitischen System (Eichhorn 2005: 32).

Andererseits bringen viele Autoren Agenda Setting mit einer Art Lernprozess in Verbindung, ohne diesen jedoch näher zu erklären: Audiences „learn how much importance to attach to an issue or topic from the emphasis placed on it by the media“ (Kraus & Davis 1976: 213). Da der Wirkmechanismus somit auf Ebene der individuellen Informationsverarbeitung angesiedelt wird, muss er auch für das einzelne Individuum nachweisbar sein, ansonsten ist die Validität des Ansatzes gefährdet (Becker 1982: 527). Eine bloße Übertragung von aggregierten Effektstärken auf die Individuen des Aggregats käme einem ökologischen Fehlschluss gleich (Rössler 1997: 97). Für Analysen auf Individualebene können derzeit – im Gegensatz zu Studien auf Aggregatebene – oftmals gar keine oder nur schwach ausgeprägte Effekte nachgewiesen werden (vgl. Rössler 1997; Maurer 2004; Huck 2009)¹.

Diese Beobachtung muss jedoch nicht als Hinweis darauf gewertet werden, dass Medien individuelle Relevanzvorstellungen der Rezipienten nicht beeinflussen, sondern kann auch als Indiz für eine bisher unvollständige Betrachtung medialer Einflussfaktoren gesehen werden. Für diese Überlegung sprechen vor allem zwei Aspekte der Agenda Setting-Forschung, die im Folgenden näher beleuchtet werden sollen.

2.1 Der Begriff der Saliency

Der Agenda Setting-Ansatz postuliert die Wirkung massenmedialer Wichtigkeitszuschreibungen auf die Relevanzvorstellungen der Rezipienten. Der dabei ablaufende Prozess wird von McCombs (2004: 5) als „transfer of issue saliency“ bezeichnet. Im englischen Sprachgebrauch verwendet man die Ausdrücke „saliency“ bzw. „salient“ um darauf hinzuweisen, dass etwas besonders hervorsteht oder auffällt bzw. von zentraler Bedeutung ist². Von dieser Übersetzung ausgehend haben sich in der Agenda Setting-

1 Eine Ausnahme bildet hier die Metaanalyse von Wanta & Ghanem (2006), die auch für die Mikroebene starke Effekte nachweisen konnte. Eine Einschränkung in Hinblick auf die Validität der Ergebnisse besteht jedoch dahingehend, dass die Autoren lediglich Studien berücksichtigten, die Korrelationskoeffizienten zwischen Medien- und Publikumsagenda berechnet haben. Zeitreihenanalysen wie z. B. die von Brosius & Kepplinger (1992) und andere ungewöhnlichere Analyseverfahren, die v. a. für Mikroebenen-Untersuchungen zum Einsatz kommen, wurden nicht berücksichtigt.

2 So wird das Adjektiv „salient“ im Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English (Hornby & Crowther 1995) beispielsweise wie folgt umschrieben: „most noticeable or important, e.g.: the salient points of a speech“.

Forschung zwei Deutungsweisen des Begriffs etabliert, die zumeist synonym verwendet werden, inhaltlich jedoch recht klare Unterschiede aufweisen (Myers & Alpert 1977; Eichhorn 2005: 11, 72-76):

1. Salience im Sinne von kognitiver Verfügbarkeit,
2. Salience im Sinne von Relevanz oder Wichtigkeit.

Salience wird dabei zunächst im Sinne einer *kognitiven Verfügbarkeit* von Informationen beim Rezipienten verstanden. Eine solche Definition liegt Agenda Setting-Studien zugrunde, die den Wirkmechanismus kognitionspsychologisch begründen: Nach Iyengar (1990) tendieren Individuen dazu, bei der Beurteilung neuer Situationen Informationen heranzuziehen, die im kognitiven System leicht zugänglich sind. Werden Rezipienten also nach den für sie wichtigen Themen gefragt, dann neigen sie dazu, die Themen anzugeben, die am schnellsten aus dem Langzeitgedächtnis abgerufen werden können. „For example, information frequently or just recently watched or read in the news is likely to be highly accessible in the individual’s mind. Therefore, when asked in a survey interview what is the most important issue facing the country, a respondent tends to mention issues or topics that have saturated the news” (Takeshita 2006: 276). Versteht man Salience als kognitive Verfügbarkeit eines Themas, dann bedeutet dies, dass rezipientenseitige Relevanzvorstellungen nicht viel mehr als mechanische Informationsabrufe gut zugänglicher Informationen aus dem Gedächtnis sind (ebd.).

Takeshita weist jedoch darauf hin, dass McCombs und Shaw Salience wohl gerade nicht im Sinn der Verfügbarkeit von Informationen, sondern vielmehr als *Relevanz* oder *Wichtigkeit* von Themen für die Rezipienten verstanden. In dieser Form stellt Salience eine eher affektive Einschätzung von Ereignissen und Themen hinsichtlich ihrer Relevanz, Bedeutsamkeit oder Priorität dar (ebd.: 277f.). Rezipientenseitige Relevanzvorstellungen sind hier also eher rationale Einschätzungen und weniger automatisierte Informationsabrufe wie im zuvor beschriebenen Ansatz (Eichhorn 2005: 74). Nur wenige Publikationen versuchen jedoch, die Begriffe Wichtigkeit, Bedeutsamkeit, Relevanz oder Priorität inhaltlich abzugrenzen und auf diese Weise eine theoretische Erklärung des Agenda Setting-Prozesses analog zur Vorstellung von Salience im Sinne von Verfügbarkeit zu entwickeln. „Wichtigkeit [wird] in den meisten Studien lediglich operational definiert: Wichtig findet eine Person ein Thema, wenn sie die Frage bejaht, ob das Thema wichtig ist“ (ebd.: 72). Aus diesem Grund soll im Folgenden der Versuch unternommen werden, den Begriff der Wichtigkeit theoretisch zu fundieren.

In der psychologischen Aufmerksamkeitsforschung wird die Relevanz eines Sachverhaltes durch seine potenzielle oder tatsächliche Wirkung auf einen anderen Sachverhalt definiert (Eilders 1997: 96). Dies bedeutet einerseits, dass Relevanz einem Sachverhalt durch ein Individuum stets persönlich zugewiesen wird und somit keinen absoluten Wert hat (van Dijk 1979: 113). Andererseits besagt es, dass „ein Sachverhalt oder Vorgang [...] nie an sich und aus sich heraus relevant oder bedeutsam [ist], sondern immer nur in bezug [sic.] auf etwas anderes“ (Schatz & Schulz 1992: 696). Sind soziale Beziehungen berührt, erzeugt Relevanz Betroffenheit oder Resonanz, da der Sachverhalt die Befindlichkeit von Individuen oder sozialen Gruppen tangiert. Es ist dabei zunächst unwichtig, ob diese Einwirkungen positiv oder negativ, direkt oder indirekt, aktuell oder zukünftig sind (Schatz & Schulz 1992: 696). Anders ausgedrückt, zeigt Relevanz „how events and decisions may effect our lives“ (van Dijk 1988: 122).

Folgt man dieser Argumentation, dann entstehen persönliche Relevanzvorstellungen der Rezipienten im Agenda Setting-Prozess dadurch, dass das betreffende Individuum annimmt, ein Sachverhalt berühre in irgendeiner Weise seine individuellen Werte, Einstellungen, Interessen oder Ziele. „Die Wichtigkeit eines Sachverhalts wird umso größer

eingeschätzt, je zentraler der damit verknüpfte Wert, und je enger die wahrgenommene funktionale Verknüpfung ist“ (Eichhorn 2005: 75). Die in der Agenda Setting-Forschung bisher untersuchten formalen Berichterstattungsmerkmale scheinen in diesem Zusammenhang unpassend, gibt die mediale Aufmachung eines Themas dem Rezipienten doch keinen Hinweis auf die Auswirkungen eines Sachverhalts auf sein persönliches Leben. Für Salience-Einschätzungen im zweiten hier vorgestellten Sinn sollten vielmehr Argumente eine Rolle spielen, die in der Lage sind, die Relevanz eines Themas für den Rezipienten inhaltlich zu begründen.

Mittlerweile vertritt ein Großteil der Autoren die Ansicht, dass rezipientenseitige Wichtigkeitseinschätzungen eine Mischung aus beiden Salience-Definitionen darstellen. Sie entstehen, indem kognitiv zugängliche Informationen durch die Rezipienten zusätzlich hinsichtlich ihrer Relevanz bewertet werden (z. B. Huck 2009: 21). Folgt man der bisherigen Argumentation, dann sollten im Agenda Setting-Prozess formale und inhaltliche Aspekte der Berichterstattung zusammenwirken. Erstgenannte beeinflussen vermutlich primär die kognitive Verfügbarkeit eines Themas beim Rezipienten, während letztgenannten wohl bei der anschließenden Relevanzbewertung bedeutsamer sind.

Allerdings dürften formale Aspekte der Berichterstattung hier ebenfalls eine gewisse Rolle spielen, wie theoretische Betrachtungen der dem individuellen Agenda Setting zugrunde liegenden Lernprozesse illustrieren. Sie sollen deshalb im Folgenden vorgestellt und die Wechselwirkung zwischen formalen und inhaltlichen Aspekten der Berichterstattung im Agenda Setting-Prozess dadurch weiter herausgearbeitet werden.

2.2 *Agenda Setting als individueller Lernprozess*

Wie bereits erwähnt, basieren viele Agenda Setting-Studien auf der Annahme, dass Rezipienten die Wichtigkeit eines Themas aus den Medien lernen (Wanta 1997: 1). Der Prozess ist folglich auf Ebene der individuellen Informationsverarbeitung angesiedelt (Rössler 1999: 668). Wie er konkret abläuft, ist bisher nicht endgültig geklärt. Einen ersten Ansatz hierzu liefern Erbring et al. (1980). Sie können zeigen, dass ein Rezipient in Abhängigkeit von persönlichen Charakteristika (z. B. interpersonale Kommunikation, Sensibilität für ein Thema) und der daraus resultierenden individuellen Mediennutzung die Agenda der Massenmedien unterschiedlich stark wahr- und übernimmt. Weitere empirische Belege für diesen Umstand können u. a. Rössler (1997), Jones et al. (2006) und Huck et al. (2009) liefern. Agenda Setting ist somit kein universell einheitlicher Prozess, sondern wird vor allem durch eine Vielzahl rezipientenseitiger Determinanten beeinflusst. Unter welchen Bedingungen die Wichtigkeit eines Themas von einem Rezipienten auf welche Art aus den Medien gelernt wird, können die genannten Studien jedoch nicht umfassend erläutern. Eine mögliche Erklärung liefern hier die Überlegungen von McLeod et al. (1974), Miller & Krosnick (2000), Takeshita (2006) und Bulkow & Schweiger (2010), die unterstellen, dass es zwei Typen von Agenda Setting-Prozessen gibt, welche sich anhand des Grades der Aktivität bei der Rezeption unterscheiden lassen: „One a kind of scanning orientation process [...], and the second a kind of purposive justification“ (McLeod et al. 1974: 161). Als ursächlich für die verschiedenen Prozesse werden dabei Unterschiede im Involvement bzw. der Motivation der Rezipienten genannt (Price & Tewksbury 1997). Setzt man bei der unterschiedlichen Motivation an, lassen sich die beiden Vorgänge mittels Zwei-Prozess-Modellen der Informationsver-

arbeitung wie dem Elaboration Likelihood Model (ELM)³ (Petty & Cacioppo 1986) oder dem Heuristic Systematic Model (HSM) (Chaiken et al. 1989) beschreiben.

Wie dieser Prozess konkret ablaufen könnte, haben vor Kurzem Bulkow & Schweiger (2010) beschrieben: Sie gehen davon aus, dass das persönliche Interesse der Rezipienten an Informationen im Allgemeinen oder einzelnen Themen im Besonderen sowie ihre daraus resultierende Motivation, sich diesbezügliches Wissen anzueignen, die Mediennutzung determiniert (ebd.: 232; vgl. auch Petty & Wegener 1999). In Abhängigkeit vom Grad der Motivation und der kognitiven Fähigkeiten der Rezipienten findet dann eine eher passive oder eher aktive Mediennutzung statt, die sich auf die Intensität des Themenkontaktes und die Übernahme der Wichtigkeitseinschätzung von Themen aus den Medien auswirkt (Bulkow & Schweiger 2010: 232). Aufbauend auf den Überlegungen von Jäckel (1992) und dem Modell der Alltagsrationalität von Brosius (1995) nehmen Bulkow und Schweiger an, dass Rezipienten Medien in den meisten Nutzungssituationen eher routiniert und beiläufig nutzen und die diesbezügliche Informationsverarbeitung somit stärker peripher erfolgt. Für Selektions- und Rezeptionsentscheidungen hat dies zur Folge, dass sie zumeist heuristisch anhand der prominenten Platzierung und Aufbereitung eines Beitrags getroffen werden (vgl. Donsbach 1989, 1992; Schweiger 2001). Darüber hinaus bewirkt die beiläufige Rezeption einen eher oberflächlichen Kontakt der betreffenden Individuen mit den Themen der Berichterstattung. Werden die auf diesem Weg gewonnenen Informationen weiterverarbeitet, spricht viel dafür, dass Rezipienten lediglich die Wichtigkeitseinschätzungen aus den Medien übernehmen, um den kognitiven Aufwand des diesbezüglichen Verarbeitungsprozesses gering zu halten (Bulkow & Schweiger 2010: 232). In Bezug auf mediale Wichtigkeitszuschreibungen haben Rezipienten im Laufe ihrer Mediensozialisation gelernt, dass Sachverhalte, die in der Berichterstattung auf irgendeine Weise hervorgehoben werden, meist tatsächlich relevanter sind als solche, die nicht hervorgehoben wurden (Schweiger 2007: 193f.). Die Wichtigkeitszuschreibung, die ein Thema durch die Medien erfährt, machen Rezipienten folglich vor allem an seiner prominenten Aufbereitung fest (Bulkow & Schweiger 2010: 222).

Sind Rezipienten jedoch an bestimmten Themen der Berichterstattung interessiert (bspw. weil diese deren persönliche Lebenssituation tangieren), führt dies tendenziell zu einer gesteigerten Motivation, nach diesbezüglichen Informationen zu suchen und sie anschließend auch tiefergehend zu verarbeiten (Petty & Wegener 1999: 43). Wie die Forschung zur dualen Informationsverarbeitung zeigen konnte, unterscheidet sich die zentral-elaborative von der peripher-heuristischen Verarbeitungsrouten dabei nicht nur durch das Ausmaß, das Rezipienten an kognitiver Energie in diesem Prozess einbringen (ebd.: 46), sondern auch durch den Typ des gedanklichen Prozesses, der dabei abläuft. Informationen werden nicht heuristisch bewertet, sondern in Form von Argumenten systematisch gegeneinander abgewogen, bis der Rezipient zu einem begründeten Urteil kommt (Chaiken et al. 1989: 212; Schenk 2007: 262). Auf diese Art und Weise haben Rezipienten einen intensiveren Kontakt mit der medialen Berichterstattung und werden

3 Auch wenn das ELM ursprünglich für die Erklärung von Einstellungsänderungen durch persuasive Kommunikation konzipiert wurde, lassen sich diesbezügliche Überlegungen auch auf andere Kommunikationsmodalitäten und Urteilsarten übertragen. „More generally though, the theory can be used to understand how any internal or external variable has an impact on some evaluative (e.g., good-bad) or nonevaluative (e.g., likely-unlikely) judgment“ (Petty & Wegener 1999: 42). Es wird daher angenommen, dass die durch das ELM postulierten Verarbeitungsrouten auch beim Erlernen der Themenwichtigkeit im Agenda Setting-Prozess eine Rolle spielen können.

wahrscheinlich auch stärker auf deren Themen aufmerksam (Bulkow & Schweiger 2010: 233).

Gleichzeitig führt die hier unterstellte elaborative Verarbeitung dazu, dass die medialen Informationen tiefgreifend unter Rückgriff auf bereits bestehendes Wissen verarbeitet werden. Wichtigkeitseinschätzungen kommen dabei durch die Integration neuer Informationen in bestehende Wissensbestände zustande (Chaiken et al. 1989: 212). Im Gegensatz zur oben beschriebenen heuristischen Verarbeitung übernehmen Rezipienten die durch formale Merkmale der Berichterstattung konstituierte Medienagenda nicht unbedingt. Denn neben dieser werden sie eine Vielzahl weiterer, subjektiv oder objektiv mit dem zu beurteilenden Sachverhalt in Verbindung stehender Argumente zur Evaluation der Themenbedeutsamkeit heranziehen (Bulkow & Schweiger 2010: 232). Ruft man sich die oben dargelegte Definition von Wichtigkeit in Erinnerung, bedeutet dies: Wollen Rezipienten die Wichtigkeit eines Themas *fundiert* einschätzen, dann ziehen sie alle ihnen zur Verfügung stehenden Informationen heran, die Auskunft über die Auswirkungen eines Sachverhaltes auf bestimmte Werte, Einstellungen, Interessen oder Ähnliches geben. Formale Wichtigkeitszuschreibungen wie Beitragsplatzierungen, Überschriften- oder Beitragsgrößen oder die bloße Häufigkeit der Berichterstattung dürften dabei eine geringere Bedeutung haben, weil sie keine Auskunft zu Auswirkungen eines Sachverhaltes beinhalten und somit kein rationales Argument für die Beurteilung der Wichtigkeit liefern. Es spricht einiges dafür, dass Rezipienten sich dann eher inhaltlichen Aspekten der Berichterstattung zuwenden und ihre Wichtigkeitseinschätzungen an diesen festmachen. Erste Hinweise für die Plausibilität dieser Vermutung liefern Studien, welche zeigen, dass Rezipienten ein Thema tendenziell unabhängig von seiner medialen Beachtung als bedeutsam einstufen, wenn es sie persönlich betrifft (z. B. Erbring et al. 1980; Mutz 1992).

Die hier vorgestellten Überlegungen verdeutlichen, dass bei einem Verständnis von Agenda Setting als Lernprozess neben der formalen Aufbereitung eines Themas auch inhaltliche Aspekte der Berichterstattung eine Rolle spielen können. Möglicherweise liefern sie sogar eine Erklärung für die oft nur schwachen Zusammenhänge zwischen Medien- und Publikumsagenda auf Individualebene (z. B. Rössler 1997: 132ff.). Rezipienten lassen sich bei einer aktiven Mediennutzung gegebenenfalls weniger durch die formale Aufbereitung von Themen beeinflussen, sind dafür jedoch empfänglicher für inhaltliche Argumente der Berichterstattung, die zu einer begründeten Wichtigkeitseinschätzung beitragen können.

Darüber hinaus können inhaltliche Argumente aber auch bei der peripheren Verarbeitung von Informationen eine Rolle spielen. Geht man – wie im Elaboration Likelihood-Modell – davon aus, dass dieselben Merkmale der Berichterstattung auf der peripheren und elaborativen Route unterschiedlich verarbeitet und nicht nur bei einer Art der Informationsverarbeitung berücksichtigt werden (Petty & Wegener 1999: 46f.), können inhaltliche Argumente auch die Wichtigkeitseinschätzungen beim passiven Agenda Learning beeinflussen. Die Wahrnehmung dieser Argumente ist dabei zunächst die einzige Voraussetzung. Überfliegt beispielsweise ein wenig interessierter Rezipient einen Artikel mit Begründungen für die Bedeutsamkeit eines bestimmten Sachverhaltes, dann registriert er möglicherweise die Anzahl solcher Argumente und verwendet diese bei einer späteren Wichtigkeitseinschätzung des betreffenden Themas als Indiz. Inhaltliche Aspekte können somit theoretisch bei beiden Verarbeitungsprozessen einen Einfluss auf die Rezipienten ausüben. Um diese Vermutungen zu überprüfen, wird die vorliegende Studie den Einfluss inhaltlicher Aspekte der Berichterstattung auf rezipienten-seitige Relevanzeinschätzungen untersuchen. Dabei müssen vorab jedoch einige weitere

Einschränkungen in Hinblick auf die Art der zu untersuchenden Aspekte gemacht werden.

2.3 Journalistische Wichtigkeitszuschreibungen

Nicht alle inhaltlichen Aspekte der Berichterstattung sind im Zusammenhang mit den bisher umrissenen Überlegungen gleich bedeutsam. Einflussreich dürften primär diejenigen sein, die als inhaltliche Argumente für eine hohe oder niedrige Relevanz des betreffenden Themas operieren können. Das Wirkpotenzial solcher Aspekte im Agenda Setting-Prozess wurde durch Matthes (2006; 2008) bereits erläutert. Er kann zeigen, dass Rezipienten journalistische Einschätzungen in der Berichterstattung suchen, um sie in ihre Urteilsbildung einzubeziehen (ebd. 2006: 435f.). Diese journalistischen Wichtigkeitszuschreibungen könnten für Rezipienten somit ein inhaltliches Pendant zu formalen Berichterstattungsmerkmalen sein, um die Bedeutung eines Themas abzuschätzen. Gemeint sind mit journalistischen Wichtigkeitszuschreibungen konkret alle Wichtigkeitsbewertungen eines Themas in der Berichterstattung, die originär durch Journalisten erzeugt werden und einem Ereignis oder Thema nicht aus sich heraus innewohnen. Die Analyse journalistischer Wichtigkeitszuschreibungen unterscheidet sich somit explizit von bisherigen Untersuchungen, die im Agenda Setting-Prozess spezifische Eigenschaften von Themen als Einflussfaktoren berücksichtigt haben (z. B. Schulz 1977; Prottess et al. 1987, für einen Überblick vgl. Rössler 1997: 154-162).

Solche Bewertungen können laut Matthes (2006: 429) in zwei Formen auftreten: *Explizite* Wichtigkeitszuschreibungen „are emphasized statements on what to think about an issue or what to do in a specific situation“. Sie erfordern folglich vom Rezipienten keine weitere Interpretationsleistung, da die Begrifflichkeiten selbst schon eindeutig die Wichtigkeit eines Sachverhaltes beschreiben. In diese Kategorie fallen alle direkten Meinungsäußerungen eines Journalisten zur Bedeutung eines Themas mittels Relevanz anzeigender Begrifflichkeiten. Gemeint sind folglich Aussagen zum Thema, die den Begriff „wichtig“ oder Synonyme wie z. B. „bedeutsam“, „relevant“, „signifikant“ oder „brisant“ enthalten und auf keine andere Quelle als den Journalisten selbst zurückgeführt werden können. Die Wichtigkeitszuschreibung kann, muss aber nicht inhaltlich begründet sein. Solche Zuschreibungen finden sich am ehesten in journalistischen Kommentaren. Ihr Vorhandensein kann jedoch auch in Nachrichten-Beiträgen vermutet werden, wenn man Befunde zur Synchronisation von Nachricht und Meinung berücksichtigt (z. B. Schönbach 1977; Hagen 1992).

Auf der anderen Seite beschreibt Matthes (2006: 429) *implizite* Wichtigkeitszuschreibungen, die zustande kommen, indem ein Journalist bestimmte Informationen selektiert oder betont und auf diese Weise die Wichtigkeit eines Sachverhaltes vermittelt. Dieses Vorgehen ist vergleichbar mit dem durch Kepplinger und Kollegen (1989; 1991) beschriebenen Ansatz der instrumentellen Aktualisierung, auch wenn im hier beschriebenen Fall nicht zwangsläufig von einer Intentionalität des Journalisten zur Beeinflussung des Publikums ausgegangen werden muss. Im Gegensatz zu expliziten Wichtigkeitszuschreibungen findet hierbei keine direkte Relevanzbewertung durch den Journalisten statt, sondern diese wird indirekt durch die dargelegten Informationen generiert.

Wie oben bereits ausgeführt, betrachtet die vorliegende Studie nur Wichtigkeitszuschreibungen, die durch Journalisten selbst getätigt werden, und nicht den faktenbasierten Teil der Berichterstattung, der in Studien zu themenspezifischen Merkmalen im Agenda Setting-Prozess berücksichtigt wird. Eine implizite journalistische Wichtigkeitszuschreibung ergibt sich folglich nicht daraus, dass Journalisten tatsächliche, bereits erkennbare Folgen eines Sachverhaltes selektieren, sondern dadurch, dass sie potenziell

mögliche Auswirkungen thematisieren. Solche Aspekte der Berichterstattung werden am besten durch Staabs (1990) Nachrichtenfaktoren „potenzielle Reichweite“, „potenzieller Schaden“ und „potenzieller Nutzen“ eines Ereignisses abgebildet. Jede journalistische Aussage zur möglichen Reichweite oder möglichen Auswirkungen eines Sachverhaltes kann somit als implizite Wichtigkeitszuschreibung verstanden werden. Hier wird also nicht explizit die Wichtigkeit eines Sachverhaltes thematisiert, sondern durch das Darlegen potenzieller Auswirkungen wird dessen Relevanz betont. Sprachlich lassen sich diese Wichtigkeitszuschreibungen hauptsächlich daran erkennen, dass sie Konditionalformulierungen und Konjunktiv-Aussagen enthalten und darüber die Unsicherheit in Bezug auf mögliche Folgen oder die Reichweite eines Ereignisses zum Ausdruck bringen. Um die Unterschiede zwischen beiden Wichtigkeitszuschreibungstypen zu verdeutlichen, sind in Abbildung 1 einige reale Beispiele für journalistische Wichtigkeitszuschreibungen aufgeführt, die bei einer explorativen Sichtung der Berichterstattung gefunden wurden⁴.

Im Folgenden soll nun überprüft werden, ob journalistische Wichtigkeitszuschreibungen einen Effekt auf Wichtigkeitseinschätzungen der Rezipienten entfalten und somit neben formalen Merkmalen der Berichterstattung einen weiteren Einflussfaktor im Agenda Setting-Prozess darstellen. Im Mittelpunkt der vorliegenden Studie stehen dabei persönliche Wichtigkeitseinschätzungen von Themen durch die Rezipienten. Denn an der Beurteilung der wahrgenommenen Relevanz eines Themas für die Bevölkerungsmehrheit sind häufig mannigfache Wahrnehmungsphänomene (vgl. Rössler 1997: 300; Huck 2009) beteiligt, die eine Klärung der hier zu untersuchenden Fragen zusätzlich erschweren.

2.4 Forschungsfragen

Aufgrund der bisherigen Überlegungen kann angenommen werden, dass journalistische Wichtigkeitszuschreibungen Rezipienten bei der Beurteilung der persönlichen Bedeutsamkeit eines Themas als inhaltliche Hinweise dienen und deshalb Agenda Setting-Effekte stimulieren können. Da der Einfluss solcher Evaluationen bisher jedoch nicht empirisch untersucht wurde, beschränkt sich der Beitrag auf die Formulierung von Forschungsfragen.

FF1 a: Beeinflussen journalistische Wichtigkeitszuschreibungen direkt die Wichtigkeitseinschätzungen der Rezipienten?

In diesem Zusammenhang wird auch erwogen, dass journalistische Wichtigkeitszuschreibungen möglicherweise einen eher indirekten Einfluss auf die Rezipienten haben, indem sie nicht direkt auf die Wichtigkeitseinschätzungen, sondern auf die durch die

4 An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass die Untersuchung inhaltlicher Aspekte im Agenda Setting-Prozess gewisse Parallelen zu Framing-Studien aufweist. Denn untersucht wird hier, wie auch beim Framing, *wie* ein Thema in der Berichterstattung dargestellt wird. Entscheidend für die Einordnung der vorliegenden Untersuchung im Agenda Setting-Prozess ist jedoch die Tatsache, dass als abhängige Variable hier die Wichtigkeitseinschätzung eines Themas durch die Rezipienten untersucht wird und nicht – wie beim Framing üblich – der Frame/ Bezugsrahmen, unter welchem Rezipienten ein Thema betrachten (vgl. u. a. Price et al. 1997; Scheufele 2003: 60ff.). Die Untersuchung lehnt sich in diesem Zusammenhang an Schoenbach & Semetko (1992) an, welche den Tenor der Berichterstattung und damit das *Wie* der Darstellung als wichtigen Einflussfaktor auf die Stärke des Agenda Setting-Effekts betrachten.

Abbildung 1: Beispiele für journalistische Wichtigkeitszuschreibungen

Explizite Wichtigkeitszuschreibungen	Implizite Wichtigkeitszuschreibungen
„Die Düsseldorfer Holding, die bislang über dem Tagesgeschäft schwebt, soll zum operativen Zentrum ausgebaut werden. Die Pläne sind intern höchst brisant.“ (04.07.2010, Financial Times Deutschland Online zum Konzernumbau bei E.ON.)	„Die Ölpest im Golf von Mexiko ist offenbar verheerender als bisher gedacht. [...] Die Zeit des hoffnungsfrohen Schönredens scheint hier in den Küstenorten endgültig vorbei zu sein.“ (30.04.2010, Tagesschau 20 Uhr zur Ölkatastrophe im Golf von Mexiko)
„Sein Sieg ist knapp, aber wichtig: Polens neuer Präsident Komorowski ist ein enger Freund des Premiers, die Bürgerplattform hat ein Machtmonopol erobert – und könnte dem Land endlich einen Reformkurs verordnen.“ (04.07.2010, Spiegel Online zur Präsidentschaftswahl in Polen)	„Nun werden sie, wie es aussieht, am Wochenende als erstes Land der Eurozone bei ihren Nachbarn Geld pumpen, um die eigene Zahlungsunfähigkeit abzuwenden. [...] Ob es nur bei Krediten bleibt und ob die je zurückgezahlt werden können, weiß derzeit niemand verlässlich.“ (30.04.2010, Sächsische Zeitung zur Griechenlandpleite)
„Die Reaktorkatastrophe in der Sowjetunion war genauso menschengemacht wie die Tragödie in Fukushima. Dies zu betonen, ist wichtig.“ (26.04.2011, Leipziger Volkszeitung zur Katastrophe von Tschernobyl)	„Auch die Arbeiten an zwei Nebenzugängen zum Bohrloch im Meeresboden [...] mussten unterbrochen werden. Mit Hilfe dieser Nebenzugänge will BP den Ölstrom ganz stoppen – jede Verzögerung wäre schlimm. Die Reinigungsarbeiten an der Küste wurden ebenfalls zumindest teilweise lahmgelegt. Außerdem könnte ein Sturm Öl und mit der schmierigen Masse vollgesogene Sicherheitsbarrieren ins Marschland spülen. Bis zu zwei Wochen würde es dann dauern, bis die Mannschaften samt Ausrüstung nach Beginn einer Evakuierung wieder an Ort und Stelle sind.“ (27.06.2010, süddeutsche.de zur Ölpest im Golf von Mexiko und Sturm Alex)

Texte erhaltenen Gratifikationen einwirken. Denn es wird vermutet, dass Beiträge, die für den Befragten irgendeine Art von instrumentellem Nutzen erfüllen (messbar über die Gratifikationen, die ein Befragter von einem Beitrag erhält), eher dazu in der Lage sind, ihn in seinen Wichtigkeitseinschätzungen zu beeinflussen. Erfährt der Rezipient hingegen nichts Neues aus den Artikeln, wird angenommen, dass die Beiträge nur wenig Einfluss auf seine Relevanzeinschätzungen haben. Es wird in diesem Zusammenhang angenommen, dass implizite journalistische Wichtigkeitszuschreibungen hier nützlicher sind und deshalb eine stärkere indirekte Wirkung entfalten, weil sie im Gegensatz zu expliziten Zuschreibungen inhaltliche Argumente für die Wichtigkeit eines Themas liefern. Deshalb wird untersucht, inwieweit die präsentierten Artikel – abhängig von den darin enthaltenen journalistischen Wichtigkeitszuschreibungen – unterschiedliche Gratifikationen für die Rezipienten erfüllen. Anschließend wird überprüft, ob die pro journalistischer Wichtigkeitszuschreibung gefundenen Gratifikationen einen Einfluss auf rezipientenseitige Relevanzurteile entfalten.

FF1 b: Beeinflussen journalistische Wichtigkeitszuschreibungen indirekt die Wichtigkeitseinschätzungen der Rezipienten?

Es wird darüber hinaus vermutet, dass explizite und implizite Wichtigkeitszuschreibungen einen unterschiedlich starken Einfluss auf die Relevanzeinschätzungen der Rezipienten haben. Für diese Annahme sprechen Erkenntnisse aus der Persuasionsforschung. Seit den Studien von Hovland & Mandell (1952) weiß man, dass bei komplexen Themen sowie geringer Bildung und persönlicher Betroffenheit eines Rezipienten explizite Schlussfolgerungen effektiver sind als implizite. Bei einfacher Struktur des Themas und hoher Vertrautheit des Rezipienten mit diesem sind implizite Schlussfolgerungen einflussreicher, insbesondere auch deshalb, weil die Glaubwürdigkeit der Kommunikation in diesem Fall höher eingeschätzt wird (vgl. Hovland et al. 1953; Fine 1957; Sawyer & Howard 1991; Brett et al. 2003).

FF2: Wie beeinflussen unterschiedliche Typen von journalistischen Wichtigkeitszuschreibungen (explizit vs. implizit) die Stärke des Agenda Setting-Effekts?

Die Wirkung der verschiedenen Typen journalistischer Wichtigkeitszuschreibungen könnte darüber hinaus auch von der Art der auftretenden Informationsverarbeitung abhängen. Da explizite Wichtigkeitszuschreibungen eindeutige Beurteilungen darstellen und darüber hinaus durch Schlüsselwörter (vgl. Graber 1988) wie „wichtig“ oder „relevant“ ausgedrückt werden, können sie auch beim bloßen Überfliegen eines Textes erfasst werden – einer Strategie, die eher bei der peripheren Informationsverarbeitung und somit beim passiven Agenda Learning zu erwarten ist. Implizite Wichtigkeitszuschreibungen manifestieren sich hingegen erst in der Argumentationsstruktur des Textes und erfordern deshalb eine aufmerksamere Rezeption, wie sie bei der zentralen Informationsverarbeitung und folglich beim aktiven Agenda Learning unterstellt wird.

FF3: Beeinflusst die Art der Informationsverarbeitung (zentral vs. peripher) die Wirkung journalistischer Wichtigkeitszuschreibungen?

3. Methode

Die Umsetzung der Studie erfolgte mittels eines Online-Experiments. Den Probanden wurde an drei aufeinanderfolgenden Tagen neben einem Artikel zu einem realen Nachrichtenthema auch jeweils ein Artikel zu einem fiktiven Experimentalthema präsentiert⁵. In diesen Beiträgen wird die Einrichtung von vier neuen Grenzübergängen zwischen Sachsen bzw. Brandenburg und Polen behandelt. Die Artikel geben Auskunft zu Lage und Art der neuen Verbindungen. Außerdem werden positive Auswirkungen dieser Übergänge für die deutsche bzw. regionale Wirtschaft sowie der touristische und kulturelle Nutzen der Maßnahme thematisiert. Beiträge mit expliziten Wichtigkeitszuschreibungen enthalten zusätzlich jeweils eine zusammenfassende Bewertung dieser Maßnahme als bedeutsam für die Region bzw. Deutschland (z. B.: „Sachsen und Brandenburg unternehmen einen wichtigen Schritt hin zu einer besseren infrastrukturellen Anbindung an Polen“). In den Beiträgen mit impliziten Wichtigkeitszuschreibungen

5 Die Beiträge waren jeweils in einen kurzen Fragebogen eingebunden, mit dem den Befragten suggeriert wurde, dass es bei der Studie um Nachrichtenqualität geht. In diesem Fragebogen waren die weiter unten aufgeführten Fragen zur Glaubwürdigkeit und den erhaltenen Gratifikationen integriert.

werden demgegenüber potenzielle negative Auswirkungen der neuen Übergänge beschrieben. Im Fokus stehen dabei die mögliche Zunahme von Autodiebstählen und Schmuggel in den betreffenden Regionen sowie Folgen für den Lehrstellen- und Arbeitsmarkt in Brandenburg. Um zu verdeutlichen, dass es sich tatsächlich nur um potenziell mögliche Auswirkungen handelt, wurden diese Abschnitte ausschließlich im Konjunktiv formuliert und bewusst mit Wörtern wie „möglicherweise“, „eventuell“ oder „potenziell“ gearbeitet.

Um zu überprüfen, ob das Vorhandensein journalistischer Wichtigkeitszuschreibungen überhaupt relevant für die Urteilsbildung der Probanden ist, wurde zusätzlich eine Kontrollgruppe gebildet, deren Artikel keinerlei Zuschreibungen enthielten. Die formalen Berichterstattungsmerkmale der Beiträge wurden in allen Gruppen konstant gehalten.

Unmittelbar nach der Rezeption wurde die Glaubwürdigkeit der einzelnen Beiträge⁶ erhoben. Die Abfrage war notwendig, da eine höhere Glaubwürdigkeit von Medienbeiträgen u. a. die Einstellungsänderung von Rezipienten in Richtung der im Beitrag präsentierten Position begünstigt (vgl. z. B. Gibson & Zillmann 1993). Um zu gewährleisten, dass ein solcher Effekt nicht bei den hier untersuchten kognitiven Lernprozessen wirksam ist, galt es sicherzustellen, dass alle Artikelversionen als gleich glaubwürdig eingestuft werden. Zur Überprüfung durchgeführte ANOVAs können dies belegen: Die Befragten stufen alle Artikelversionen als gleichermaßen glaubwürdig ein (Mittelwerte zwischen 3,8 und 4,0)⁷. Dieser Umstand deutet auch darauf hin, dass Journalisten eigene Wichtigkeitseinschätzungen in einem Beitrag äußern können, ohne dass dies kurzfristig zu Glaubwürdigkeitsverlusten führt. In Hinblick auf den Ergebnisteil muss außerdem festgehalten werden, dass er nur für glaubwürdige Artikel Gültigkeit besitzt.

Direkt nach der Rezeption wurden außerdem durch die Artikel erhaltenen Gratifikationen⁸ abgefragt. Über Unterschiede der erhaltenen Gratifikationen lässt sich das Ausmaß näher bestimmen, in dem die jeweiligen journalistischen Wichtigkeitszuschreibungen als hilfreich für das eigene Urteil eingeschätzt werden und damit möglicherweise indirekt auf die Wichtigkeitsvorstellungen der Rezipienten einwirken.

Am Tag nach Beendigung der Stimuluspräsentation wurde die persönliche Wichtigkeit der präsentierten Themen in Anlehnung an Huck (2009: 140) mit einer fünfstufigen Skala erhoben⁹. Um etwaige mittelfristige Effekte zu erfassen, erfolgte eine erneute Abfrage nach weiteren sieben Tagen. Unterschiede in den Prädispositionen der Versuchspersonen für das Experimentalthema wurden durch eine Vorbefragung kontrolliert (vgl. Abbildung 2).

6 Fragewortlaut: „Wie glaubwürdig fanden Sie diesen Artikel alles in allem?“ (Fünfstufige Skala von 1 = sehr unglaubwürdig bis 5 = sehr glaubwürdig).

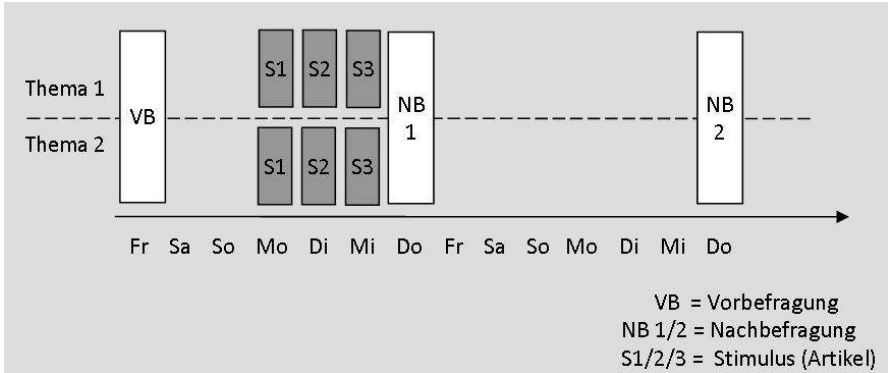
7 ANOVA für Artikelversionen Tag 1: $F = 0,26 / p = 0,26$; Artikel Tag 2: $F = 3,29 / p = 0,06$; Artikel Tag 3: $F = 1,59 / p = 0,21$.

8 Abgefragt wurde konkret, ob der betreffende Beitrag dem Rezipienten/der Rezipientin a) geholfen hat, sich eine eigene Meinung zum Thema zu bilden; b) in seiner/ihrer Meinung zum Thema bestärkt hat; c) neue Aspekte des Themas aufgezeigt hat; d) geholfen hat, das Thema besser zu verstehen; e) Stoff zum Nachdenken gegeben hat; f) eine neue Sichtweise auf das Thema eröffnet hat. (Fünfstufige Antwortskala von 1 = stimme überhaupt nicht zu bis 5 = stimme voll und ganz zu).

9 Fragewortlaut: „Und wie wichtig sind die nachfolgenden politischen und gesellschaftlichen Themen für Sie ganz persönlich?“ (Fünfstufige Antwortskala von 1 = überhaupt nicht wichtig bis 5 = sehr wichtig).

Um den Aufwand in einem angemessenen Rahmen zu halten, war das Experiment als Forced-Exposure-Anlage konzipiert. In einer realen Rezeptionssituation kann allerdings davon ausgegangen werden, dass Beiträge zu einem Thema abhängig vom Interesse mehr oder minder intensiv oder auch überhaupt nicht gelesen werden. Um trotz der strikten Untersuchungsanlage eine zumindest minimale Natürlichkeit der Nutzungssituation zu gewährleisten, blieb den Probanden zumindest die Betrachtungsdauer überlassen; sie wurde aber über Logfiles gemessen.

Abbildung 2: Untersuchungsablauf



Das Experiment wurde im August 2010 durchgeführt. Alle Teilnehmer entstammen einem Online-Access-Panel für universitäre Grundlagenforschung, in welchem zum Zeitpunkt der Erhebung 704 Personen registriert waren. Als Dank für ihr Mitwirken wurde den Befragten die Teilnahme an einer Verlosung von 7 Amazon-Gutscheinen im Wert von 50 bzw. 10 Euro in Aussicht gestellt. Die Stichprobe umfasst $n = 104$ Probanden und setzt sich annähernd gleich aus Männern und Frauen zusammen. Höhere Bildungsschichten sind im Vergleich zur Gesamtbevölkerung deutlich überrepräsentiert, denn 85 Prozent der Teilnehmer haben die Allgemeine Hochschulreife erlangt. Das Durchschnittsalter liegt bei 31,6 Jahren ($SD = 11,0$) und damit deutlich unter dem Bevölkerungsschnitt. Das Sample ähnelt in seiner Zusammensetzung somit stark dem Profil des aktiv-dynamischen Internetnutzers (BITKOM 2010). Die Stichprobe hat darüber hinaus einen regionalen Fokus. 75 Prozent der Teilnehmer stammen aus Sachsen und sind vom Experimentalthema somit potenziell betroffen. Eine generelle Nichtbeachtung des Themas aufgrund seiner regional begrenzten Bedeutung kann für die Versuchsteilnehmer somit ausgeschlossen werden. Trotzdem müssen die nachfolgenden Ergebnisse zurückhaltend interpretiert werden, da es sich um eine vergleichsweise kleine und nicht bevölkerungsrepräsentative Stichprobe handelt.

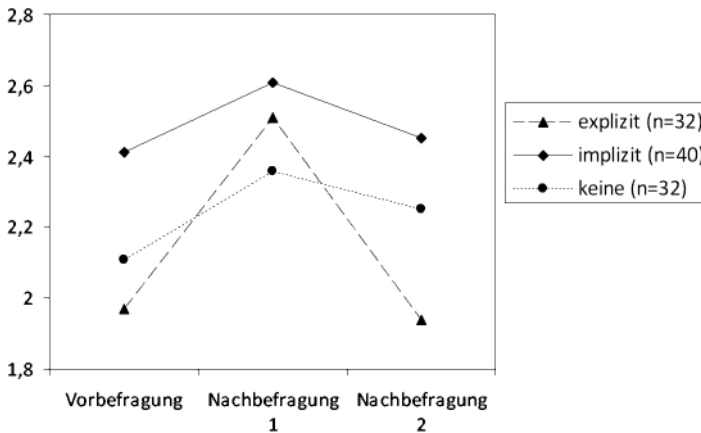
4. Ergebnisse

Zur Überprüfung der ersten Forschungsfrage wurde eine ANOVA mit Messwiederholung berechnet, in welche die drei Messungen der persönlichen Wichtigkeit als within-Subject-Faktoren und die Art der präsentierten journalistischen Wichtigkeitszuschreibung als between-Subject-Faktor eingegangen sind. Der Treatment-Effekt ist nicht signifikant (Fishers ANOVA/ $F = 2.2 / df = 4 / p < .10 / \eta^2 = .04$), d. h. die präsentierte

Wichtigkeitszuschreibung beeinflusst die Entwicklung der persönlichen Wichtigkeit im Zeitverlauf nicht.

Die Kontraste zeigen jedoch, dass die Veränderung der persönlichen Wichtigkeit nur von der Vor- zur ersten Nachbefragung in allen drei Gruppen ähnlich verläuft ($F = 1.0 / df = 2 / p > .10 / \eta^2 = .02$). Von der ersten zur zweiten Nachbefragung gibt es hingegen signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen ($F = 4.5 / df = 2 / p < .01 / \eta^2 = .08$). Direkt nach der Stimulusgabe gewinnt das Experimentalthema unabhängig von Existenz und Art der journalistischen Wichtigkeitszuschreibungen in den Beiträgen in allen Gruppen an Bedeutung¹⁰. Eine Woche nach dem Treatment nimmt die persönliche Wichtigkeitseinschätzung bei Versuchsteilnehmern, die explizite Zuschreibungen erhalten haben, jedoch signifikant ab ($t = -3.5 / df = 31 / p < .05$), während Personen, die Artikel ohne oder mit impliziten Wichtigkeitszuschreibungen gelesen haben, das Thema etwa gleich wichtig wie direkt nach dem Treatment bewerten ($p > .05$). Bei ihnen wirken sich die Artikel stabilisierend auf die persönlichen Wichtigkeitseinschätzungen aus. Gleichzeitig schätzen sie das Thema nach einer Woche so auch als wesentlich bedeutsamer ein als Personen, die explizite Zuschreibungen rezipiert haben (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Veränderung persönlicher Themenwichtigkeit in Abhängigkeit von journalistischer Wichtigkeitszuschreibung



Frage: Und wie wichtig sind die nachfolgenden Themen für Sie ganz persönlich? (1 = überhaupt nicht wichtig; 5 = sehr wichtig).

In Bezug auf Forschungsfrage 1a machen diese Ergebnisse deutlich, dass journalistische Wichtigkeitszuschreibungen tatsächlich einen Einfluss im Sinne des Agenda Setting entfalten. Es ist jedoch zunächst einmal die Nachhaltigkeit der Evaluation, die durch die präsentierten Wichtigkeitszuschreibungen beeinflusst wird. Wirken Artikel mit impliziten oder ohne Wichtigkeitszuschreibungen eher stabilisierend auf die Einschätzung der Rezipienten ein, führen explizite Zuschreibungen zu einem vergleichsweise schnellen

10 Gruppe explizit: $t = 3.8 / df = 31 / p < .05$; Gruppe implizit: $t = 5.8 / df = 39 / p < .05$; Gruppe ohne: $t = 6.3 / df = 31 / p < .05$.

Abfall der Wichtigkeitsevaluation nach der Stimulation. Dieses Ergebnis steht auch im Einklang mit der oben geäußerten Vermutung, dass explizite Wichtigkeitszuschreibungen schon bei einer peripheren Informationsverarbeitung erfasst werden können. Denn Einschätzungen, die auf dieser Route entstehen, sind zumeist weniger stabil als Urteile, die durch eine zentrale Informationsverarbeitung generiert wurden (vgl. Petty & Cacioppo 1986).

Neben einem direkten Effekt journalistischer Wichtigkeitszuschreibungen auf die Relevanzeinschätzungen der Rezipienten wird auch getestet, ob die verschiedenen Wichtigkeitszuschreibungen einen indirekten Effekt auf die Evaluationen der Rezipienten haben (Forschungsfrage 1b). Mittels multipler Regressionen wurde dabei überprüft, welche Gratifikationen die persönlichen Wichtigkeitseinschätzungen in den drei Gruppen determinieren (vgl. Abbildung 4). Zunächst einmal fällt auf, dass bei Personen, die Artikel ohne journalistische Wichtigkeitszuschreibungen rezipiert haben, keine der erhobenen Gratifikationen einen signifikanten Einfluss auf die persönliche Wichtigkeitseinschätzung hat. In den Gruppen mit expliziten und impliziten Wichtigkeitszuschreibungen haben ausgewählte Gratifikationen hingegen einen nachweisbaren Effekt. Journalistische Wichtigkeitszuschreibungen scheinen folglich tatsächlich einen eher indirekten Einfluss auf die Relevanzvorstellungen des Publikums zu entwickeln.

Abbildung 4: Multiple Regression (Einschluss) gefundener Gratifikationen auf persönliche Wichtigkeitseinschätzungen der Rezipienten

Journalistische Wichtigkeitszuschreibung	Gefundene Gratifikation	beta-Werte Nachbefragung 1	beta-Werte Nachbefragung 2
Die Artikel...	...haben mir geholfen, das Thema besser zu verstehen.	-.62*	n.s.
Explizit	...haben mir geholfen, mir eine eigene Meinung zum Thema zu bilden.	.44*	n.s.
	...haben mir eine neue Sichtweise auf das Thema eröffnet.	n.s.	-1.54**
	...haben mich in meiner Meinung zum Thema bestärkt.	n.s.	.74**
		Multiples.R ² =.36	Multiples.R ² =.36
Die Artikel...	...haben mir geholfen, das Thema besser zu verstehen.	n.s.	.56*
Implizit		n.s.	R ² =.15

* $p < .05$; ** $p < .01$

Die Ergebnisse verdeutlichen außerdem in Bezug auf Forschungsfrage 2, dass sich die Wirkung expliziter und impliziter Wichtigkeitszuschreibungen voneinander unterschei-

det. Explizite Evaluationen haben hier erneut schon früher Einfluss als implizite. Darüber hinaus tendieren die Teilnehmer dazu, die durch explizite Zuschreibungen transportierten endgültigen Urteile schnell in ihre Meinungsbildung einzubeziehen. Zusätzlich zeigt sich für das Item „hat mir geholfen, das Thema besser zu verstehen“ ein deutlich negativer Effekt auf die persönliche Relevanzeinschätzung. Explizite Wichtigkeitszuschreibungen tragen offenbar nur wenig zum Verständnis einer Thematik bei, steigern gerade dadurch jedoch ihre Bedeutsamkeit für den Rezipienten. Ein Sachverhalt, den die Versuchsteilnehmer nicht einschätzen können, wirkt hier möglicherweise bedrohlicher, als wenn die Folgen für die eigene Person – wie in Artikeln mit impliziten Wichtigkeitszuschreibungen – thematisiert und damit abschätzbar sind. Implizite Wichtigkeitszuschreibungen haben den Rezipienten hingegen geholfen, das Thema besser zu verstehen. Die in den Beiträgen thematisierten Folgen waren für die Befragten dabei scheinbar so relevant, dass sie dem Thema mittelfristig Bedeutung zuschreiben.

Zur Beantwortung der letzten Forschungsfrage wurden die Versuchsteilnehmer anhand ihrer Nutzungszeit der Stimulusbeiträge in drei verschiedene Lesertypen unterteilt. Gruppe 1 bilden die 25 Prozent der Befragten, die die Stimulusartikel nur flüchtig betrachtet haben (weniger als 1 Minute pro Beitrag). Sie werden deshalb *Scanner* genannt. Diejenigen, die die meiste Zeit in das Lesen der Beiträge investiert haben (obere 25 Prozent der Verteilung; mehr als 2,5 Minute pro Beitrag), werden als *Intensivleser* bezeichnet. Die verbleibenden 50 Prozent mit mittlerer Rezeptionszeit werden im Folgenden *Leser* genannt¹¹.

Intensivlesern wird die gründlichste Auseinandersetzung mit den Beiträgen und deshalb eine zentrale Informationsverarbeitung unterstellt, denn sie weisen bereits in der Vorbefragung das stärkste Interesse am Themenbereich Politik auf, zu dem das Untersuchungsthema gehört (ANOVA; Duncan-post-Hoc-Test: $p < .05$). Es wird deshalb angenommen, dass sie besonders motiviert sind, sich mit dem Untersuchungsthema auseinanderzusetzen¹². Außerdem befindet sich in dieser Lesergruppe im Vergleich zu Lesern und Scannern ein stark überproportionaler Anteil an Abiturienten (Spearman: $r = 0,26$; $p < 0,01$). Dieser Umstand kann als Indiz dafür gewertet werden, dass Intensivleser über bessere kognitive Fähigkeiten zur Verarbeitung der Artikel verfügen als die anderen beiden Lesertypen. Denn die kognitive Fähigkeit zur elaborativen Verarbeitung wird in der Forschung zum ELM meist über die Intelligenz oder das Wissen der Befragten erhoben (vgl. Petty & Wegener 1999: 45). Der höchste Bildungsabschluss ist für deren Messung laut Asendorpf (2009: 51) ein angemessener Indikator.

Darüber hinaus schreiben Intensivleser dem Untersuchungsthema schon in der Vorbefragung eine deutlich höhere Wichtigkeit zu, als es die Scanner tun (ANOVA; Duncan-post-Hoc-Test: $p < .05$). Sie erfüllen folglich die Voraussetzung für eine elaborative Verarbeitung des Stimulusmaterials – hohe Motivation und gute kognitive Fähigkeiten (vgl. Petty & Cacioppo 1986; Petty & Wegener 1999) – am ehesten. Für Scanner kann aufgrund des eher gering ausgeprägten Interesses und geringerer kognitiver Fähigkeiten eine stärker periphere Informationsverarbeitung angenommen werden. Zeigen sich zwischen den drei Lesertypen folglich Unterschiede in Bezug auf den Einfluss journalistischer Wichtigkeitszuschreibungen, können diese als Hinweis darauf gewertet werden,

11 Die Klassifizierung der Lesergruppen kann lediglich eine Annäherung an das tatsächliche Rezeptionsverhalten darstellen, da nicht überprüft werden kann, ob in der gemessenen Nutzungszeit tatsächlich die präsentierten Beiträge gelesen wurden.

12 Dass das Interesse am Thema oder Themenbereich ein Indikator für die Motivation der Rezipienten ist, sich mit einem bestimmten Thema auseinanderzusetzen, wurde bereits durch Petty & Cacioppo (1990) beschrieben.

dass die Art der Informationsverarbeitung die Bedeutung dieser Wichtigkeitszuschreibungen im Agenda Setting-Prozess mitbestimmt. Direkt nach dem Treatment gewinnt das Thema in allen drei Gruppen nachweislich an Relevanz¹³ (vgl. Abbildung 4). Zwischen den einzelnen Gruppen zeigen sich jedoch bereits signifikante Unterschiede (ANCOVA: $p < .05$)¹⁴. Intensivleser schätzen das Untersuchungsthema in der ersten Befragung nach dem Treatment wesentlich bedeutsamer ein als die beiden anderen Lesertypen. Diese Ergebnisse deuten bereits an, dass inhaltliche Aspekte der Berichterstattung bei intensiver Rezeption (zumindest kurzfristig) stärker wirken als bei Personen, die die dazugehörigen Artikel nur überflogen haben. Die vermutete unterschiedliche Verarbeitung medialer Stimuli zwischen den Gruppen scheint sich somit zu bestätigen.

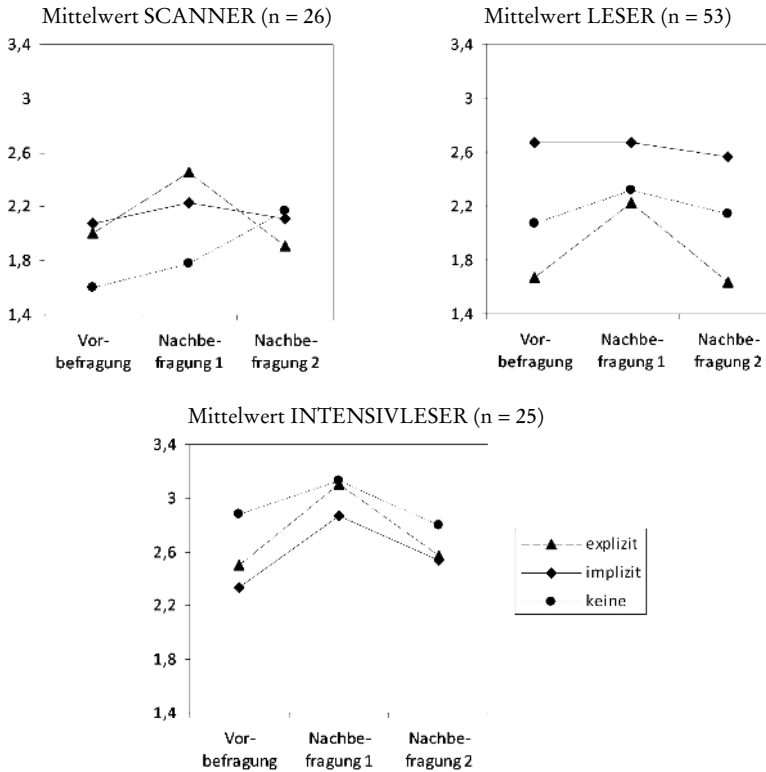
Um zu überprüfen, ob die beiden Typen journalistischer Wichtigkeitszuschreibung (explizit vs. implizit) bei zentraler und peripherer Verarbeitung unterschiedlich stark wirken, wurde die oben beschriebene ANOVA mit Messwiederholung für jede Gruppe separat berechnet. Im Untersuchungszeitraum zeigen sich dabei keine Unterschiede in den Signifikanzen bezüglich des Einflusses von Vorkommen oder Art der journalistischen Wichtigkeitszuschreibung auf die Entwicklung der persönlichen Wichtigkeitseinschätzungen in den drei Gruppen. Betrachtet man die Veränderung der persönlichen Wichtigkeit im Zeitverlauf grafisch, so fällt jedoch auf, dass deren Entwicklung nur im Fall von Stimulusartikeln mit impliziter oder ohne jegliche Wichtigkeitszuschreibungen ähnlich verläuft (vgl. Abbildung 5). Scanner und Leser, die explizite Wichtigkeitszuschreibungen rezipiert haben, unterscheiden sich in ihrer Veränderung der persönlichen Wichtigkeitszuschreibung deutlich von den anderen Befragten. Wie oben bereits erläutert, ist es aus Perspektive des ELM folgerichtig, dass explizite Wichtigkeitszuschreibungen anders verarbeitet werden als implizite. Eine ähnliche Verarbeitung von Artikeln mit impliziten und ohne Wichtigkeitszuschreibungen mutet ebenfalls plausibel an. Denn in beiden Fällen müssen Rezipienten die Bedeutung der präsentierten Informationen selbst erschließen, und dafür ist eine aktivere Informationsverarbeitung notwendig. Aus diesem Grund wurden für alle drei Lesergruppen Befragte, die Artikel mit impliziten oder ohne journalistische Wichtigkeitszuschreibungen rezipiert haben, zusammengefasst und Teilnehmern, die explizite Wichtigkeitszuschreibungen konsumiert haben, gegenübergestellt. Anschließend wurden die ANCOVAs mit Messwiederholung für den so neu entstandenen between-Subject-Faktor (explizit vs. nicht-explizit) nochmals berechnet. Die Ergebnisse weisen einen signifikanten Treatment-Effekt für Leser (inner-Subject-Kontraste, $F = 5.3 / df = 1 / p \leq .05 / \eta^2 = .10$) und einen Trend in Richtung eines Effekts für Scanner für die Veränderung der persönlichen Wichtigkeitszuschreibung von Nachbefragung 1 zu 2 aus (inner-Subject-Kontraste, $F = 3.6 / df = 1 / p \leq .10 / \eta^2 = .13$). Für beide Fälle ist ein deutlicher Abfall der Themenwichtigkeit bei Personen, die explizite Wichtigkeitszuschreibungen rezipiert haben, zu erkennen.

Die Signalwörter, die explizite Wichtigkeitszuschreibungen ausmachen, scheinen somit tatsächlich peripher wahrgenommen und verarbeitet zu werden. Die dabei entstehenden Wichtigkeitsurteile sind eher oberflächlich und wenig nachhaltig. Artikel mit impliziten und ohne Wichtigkeitszuschreibungen beanspruchen mehr kognitive Energie und werden deshalb eher zentral aufgenommen. Auch wenn Scannern hier generell eine eher heuristische Informationsverarbeitung unterstellt wird, kann es sie mehr Energie

13 Scanner: $t = -2.38 / df = 34 / p < .05$; Leser: $t = -2.3 / df = 33 / p < .05$; Intensivleser: $t = -3.5 / df = 34 / p < .05$.

14 Die persönliche Wichtigkeitseinschätzung der Vorbefragung ist dabei als Kovariate berücksichtigt worden.

Abbildung 5: Veränderung persönliche Themenwichtigkeit in Abhängigkeit von journalistischer Wichtigkeitszuschreibung für unterschiedliche Lesertypen



Frage: Und wie wichtig sind die nachfolgenden Themen für Sie ganz persönlich? (1 = überhaupt nicht wichtig; 5 = sehr wichtig).

kosten, Artikel mit impliziten oder ohne Wichtigkeitszuschreibungen zu verarbeiten¹⁵. Die etwas nachhaltigeren Wichtigkeitseinschätzungen von Scannern, die keine expliziten Wichtigkeitszuschreibungen rezipiert haben, sind ein Hinweis dafür. Intensivleser wer-

15 Diese Ergebnisse stimmen weitgehend mit Befunden zur Verarbeitung von einfachen und komplexen Stimuli bei der Medienrezeption überein. Einfache Stimuli fördern Lern- und Verstehensprozesse, da sie wenig Encodierungsenergie benötigen (z. B. Weidenmann 1989). Komplexe Stimuli erfordern hingegen viel Energie für die Encodierung, was in letzter Konsequenz zu einem schlechteren Verstehen von Zusammenhängen führt (z. B. Schweiger 1996; Goertz & Schönbach 1998). Zwar sind explizite Wichtigkeitszuschreibungen durch Signalwörter leicht zu erkennen, ihre Encodierung erfordert jedoch vergleichsweise viel Energie, da sie keine verständnisfördernden Elemente enthalten (vgl. oben die Ergebnisse zu den gefundenen Gratifikationen). Sie können in diesem Zusammenhang als komplexe Stimuli verstanden werden. Implizite Wichtigkeitszuschreibungen sind leichter zu encodieren, da sie eine vollständige Argumentation umfassen, und sind deshalb mit einfachen Stimuli der erwähnten Studien vergleichbar.

den von journalistischen Wichtigkeitszuschreibungen hingegen gar nicht beeinflusst. Da sie die Artikel unabhängig von der präsentierten Wichtigkeitszuschreibung sehr sorgfältig lesen, kann davon ausgegangen werden, dass sie die darin enthaltenen Informationen sorgfältig verarbeiten und mit eigenen Wissensbeständen in Verbindung bringen. Folglich gibt es deshalb keine Unterschiede zwischen Intensivlesern, die explizite, implizite oder gar keine journalistischen Wichtigkeitszuschreibungen rezipiert haben. In Hinblick auf Forschungsfrage 3 kann somit festgehalten werden, dass die Art der Informationsverarbeitung einen Effekt auf die Wirkung journalistischer Wichtigkeitszuschreibungen hat. Je nachdem, ob ein Artikel eher peripher oder eher zentral verarbeitet wird, entfalten explizite und implizite journalistische Wichtigkeitszuschreibungen eine unterschiedlich starke Wirkung auf die persönlichen Relevanzeinschätzungen der Befragten.

5. Diskussion

Ausgangspunkt der vorliegenden Studie war die Vermutung, dass im Agenda Setting-Prozess neben der formalen Aufmachung eines Themas auch inhaltliche Aspekte der Berichterstattung eine Rolle spielen könnten. Die Ergebnisse eines Forced-Exposure-Experiments deuten darauf hin, dass dies tatsächlich der Fall ist. Journalistische Wichtigkeitszuschreibungen, d. h. direkte oder indirekte Äußerungen von Journalisten zur Bedeutsamkeit eines Themas, beeinflussen die persönlichen Relevanzeinschätzungen der Rezipienten in einem gewissen Maß. Schreibt ein Journalist einem Thema explizit Bedeutung zu, dann schätzen es die Rezipienten kurzfristig als wichtiger ein, als wenn eine solche Bewertung fehlt. Erfolgt die Wichtigkeitszuschreibung durch den Journalisten implizit, dann hat dies einen eher mittelfristigen und stabilisierenden Einfluss auf die Wichtigkeitseinschätzung der Rezipienten. Die Wirkung journalistischer Wichtigkeitszuschreibungen wird darüber hinaus durch das Interesse der Rezipienten am Themengebiet sowie die von vornherein zugeschriebene persönliche Relevanz des Themas und dem aus diesen Faktoren resultierenden Informationsverarbeitungsprozess determiniert. Während explizite Zuschreibungen augenscheinlich auch bei einer oberflächlichen Rezeption erkannt und verarbeitet werden, entfalten implizite Zuschreibungen erst bei einer tiefer gehenden Verarbeitung der enthaltenen Informationen ihre Wirkung.

Rezipienten suchen folglich nicht nur aktiv nach solchen Einschätzungen der Journalisten (vgl. Matthes 2006), sondern berücksichtigen sie zum Teil auch bei ihrer Urteilsbildung. Inhaltlichen Aspekten der Berichterstattung kommt somit offensichtlich eine gewisse Bedeutung im Agenda Setting-Prozess zu.

Darüber hinaus liefert die Untersuchung erste wichtige Hinweise darauf, dass Agenda Setting ein dualer Lernprozess sein könnte. Wie im theoretischen Teil beschrieben, gehen einige Autoren davon aus, dass zwei Typen von Agenda Setting existieren (vgl. auch McLeod et al. 1974; Takeshita 2006). Ähnlich dem ELM erfolgt die Verarbeitung eines Themas bei geringer Motivation eher oberflächlich mittels peripherer/heuristischer Informationen, bei hoher Motivation dagegen zentral/systematisch anhand themenrelevanter Informationen und eigener Gedanken. Die Ergebnisse des Experiments scheinen diese Zweiteilung zu belegen.

Abschließend sollen hier noch einige kritische Anmerkungen zum Gesamtuntersuchungsdesign gemacht werden, um die Validität der generierten Ergebnisse einzuordnen. Das hier durchgeführte Experiment musste im Sinne der Forced-Exposure-Logik durchgeführt werden um sicherzustellen, dass die Teilnehmer das Untersuchungsmaterial tatsächlich rezipieren. Ein solches Design hat grundsätzlich eine geringere Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse zur Folge, da es einer natürlichen Mediennutzungssituation

entgegenläuft (Diekmann 2007: 345). Da die Nutzung selbst jedoch nicht überwacht wurde, waren die Versuchspersonen in ihrem Umgang mit dem Stimulusmaterial relativ frei, so dass die entstehende Sachlage nicht mit reinen Laborexperimenten gleichgesetzt werden kann. Trotzdem sollten die Befunde unter realen Rezeptionsbedingungen überprüft werden, da es für die Befragten nicht wie bei der alltäglichen Medienrezeption die Auswahlmöglichkeit zwischen verschiedenen Artikeln oder Medien gab. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass journalistische Wichtigkeitszuschreibungen dann an Bedeutung im Agenda Setting-Prozess verlieren, da einige Rezipienten sie gar nicht mehr wahrnehmen oder der Effekt durch Berichterstattung ohne journalistische Wichtigkeitszuschreibungen überdeckt wird.

Außerdem handelte es sich bei den Stimulusartikeln um fiktive Beiträge, deren Glaubwürdigkeit zwar im Pretest überprüft wurde, die letztendlich aber nicht aus der tatsächlichen Berichterstattung stammten. Der fiktive Charakter des Experimentalthemas hat ferner zur Folge, dass die Teilnehmer keinerlei Vorwissen zum Thema hatten und auch nicht durch mögliche vorangegangene Berichterstattung in ihrer Wichtigkeitseinschätzung beeinflusst waren. Die gefundenen Ergebnisse sind somit am ehesten auf den Fall übertragbar, dass ein Thema völlig neu in der Berichterstattung auftaucht. Ob journalistische Wichtigkeitszuschreibungen auch bei Themen, über die schon längere Zeit berichtet wurde, einen Einfluss haben, konnte mit der vorliegenden Studie nicht überprüft werden.

In diesem Zusammenhang muss auch darauf hingewiesen werden, dass die Studie das Konstrukt der journalistischen Wichtigkeitszuschreibung ausschließlich aus Erkenntnissen der Agenda Setting- und Journalismusforschung hergeleitet und anhand ausgewählter Beispiele in der Berichterstattung belegt hat. Dieses Vorgehen lässt jedoch noch keine Rückschlüsse auf das Ausmaß zu, mit dem solche Wichtigkeitszuschreibungen in der Berichterstattung tatsächlich vorkommen. Es ist somit unabdingbar, in einem nächsten Schritt mittels Inhaltsanalysen zu überprüfen, wie stark solche Zuschreibungen in der Berichterstattung verbreitet sind, um dadurch das Einflusspotenzial abzuschätzen, das journalistische Wichtigkeitszuschreibungen in der alltäglichen Berichterstattung entfalten können.

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass im Experiment zwar nicht nur kurzfristig Effekte direkt nach der Stimulation, sondern auch Wirkungen nach einer Woche untersucht wurden, längerfristige Effekte konnten jedoch aus forschungsökonomischen Gründen nicht berücksichtigt werden. Wenn man bedenkt, dass als optimale Zeitspanne für einen Agenda Setting-Effekt oftmals vier Wochen angegeben werden (vgl. McCombs 2004; Rössler 2008), scheint es wichtig, Effekte, die über eine Woche hinausgehen, zu analysieren, insbesondere auch deshalb, weil die Veränderungen zwischen den beiden Nachbefragungen in Abhängigkeit von der Wichtigkeitszuschreibung sehr unterschiedlich sind.

Aufgrund des explorativen Charakters der Studie wurden formale Merkmale der Berichterstattung im vorliegenden Experiment konstant gehalten. Ihr bedeutender Einfluss in bisherigen Agenda Setting-Studien und ihre vermutete enge Verbindung zur peripheren Informationsverarbeitung machen es jedoch unabdingbar, formale und inhaltliche Aspekte der Berichterstattung als Einflussfaktoren in ein und derselben Untersuchung zu analysieren. Nur so kann überprüft werden, ob inhaltliche Aspekte der Berichterstattung eine so große Wirkung auf die Relevanzeinschätzungen der Rezipienten haben, dass ihre Erhebung in zukünftigen Agenda Setting-Untersuchungen lohnenswert ist. Außerdem kann dann der Frage nachgegangen werden, ob sich aus formalen oder inhaltlichen Aspekten der Berichterstattung speisende Relevanzeinschätzungen der Rezi-

pienten unterscheiden oder ähneln. Die vorliegende Arbeit hat für eine solche Studie erste Grundlagen geliefert, gleichzeitig jedoch eine Vielzahl neuer Fragen aufgeworfen, die es noch zu beantworten gilt.

Literatur

- Asendorpf, J. B. (2009): *Persönlichkeitspsychologie*. Heidelberg: Springer.
- Becker, L. B. (1982): The Mass Media and Citizen Assessment of Issue Importance. A Reflection on Agenda Setting Research. In: D. Whitney & E. Wartella (Hrsg.), *Mass Communication Yearbook Vol. 3* (S. 521-536). Beverly Hills [u.a.]: Sage.
- BITKOM (2010): Presseinformation vom 05.09.2010, www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Presseinfo_Dauer_der_Internet-Nutzung_05_09_2010.pdf [08.07.2011].
- Brett, A. S. M.; Lang, B. & Wong, S. (2003): Conclusion Explicitness in Advertising. The Moderating Role of Need for Cognition (NFC) and Argument Quality (AQ) on Persuasion. *Journal of Advertising*, 32 (4), 57-65.
- Brosius, H.-B. & Kepplinger, H. M. (1992): Linear and Nonlinear Models of Agenda Setting in Television. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 36, 5-24.
- Brosius, H.-B. (1995): *Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption. Ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichteninhalten*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bulkow, K. & Schweiger, W. (2010): Ein Blick in den Automaten – individuelle Lernprozesse als vernachlässigte Größe im Agenda Setting-Ansatz. In: C. Schemer, W. Wirth & C. Wunsch (Hrsg.), *Politische Kommunikation. Wahrnehmung, Verarbeitung, Wirkung* (S. 213-239). Baden-Baden: Nomos.
- Chaiken, S.; Liberman, A. & Eagly, A. H. (1989): Heuristic and Systematic Information Processing Within and Beyond the Persuasion Context. In: J. S. Uleman & J. A. Bargh (Hrsg.), *Unintended thought* (S. 212–252). New York: Guilford.
- Diekmann, A. (2007): *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Dijk, T. van (1979): Relevance Assignment in Discourse Comprehension. *Discourse Processes*, 2, 113-126.
- Dijk, T. van (1988): *News as Discourse*. Amsterdam University: Hillsdale.
- Donsbach, W. (1989): Selektive Zuwendung zu Medieninhalten. Einflussfaktoren auf die Auswahlentscheidungen der Rezipienten. In: M. Kaase & W. Schulz (Hrsg.), *Massenkommunikation: Theorien, Methoden, Befunde* (S. 392-405). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Donsbach, W. (1992): *Medienwirkung trotz Selektion. Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten*. Wien [u.a.]: Böhlau.
- Eichhorn, W. (2005): Agenda Setting-Prozesse. Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung, <http://epub.ub.uni-muenchen.de/734/1/AgendaSetting-Prozesse.pdf> [08.07.2011].
- Eilders, C. (1997): *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Erbring, L.; Goldenberg, E. & Miller, A. H. (1980): Front-Page-News and Real-World-Cues: A New Look at Agenda Setting by the Media. *American Journal of Political Science*, 24 (1), 516-549.
- Fine, B. J. (1957): Conclusion-Drawing, Communicator Credibility, and Anxiety as Factors in Opinion Change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 54 (3), 369–374.
- Gibson, R. & Zillmann, D. (1993): The Impact of Quotation in News Reports on Issue Perception. *Journalism Quarterly*, 80 (1), 793-800.
- Goertz, L. & Schönbach, K. (1998): Zwischen Attraktivität und Verständlichkeit. Balanceakt der Informationsvermittlung. In: K. Kamps & M. Meckel (Hrsg.), *Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen* (S. 33-48). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Graber, D. (1988): *Processing the News. How People Tame the Information Tide*. New York: Longman.

- Hagen, L. M. (1992): Die opportunen Zeugen. Konstruktionsmechanismen von Bias in der Zeitungsberichterstattung über die Volkszählungsdiskussion. *Publizistik*, 37 (4), 444-460.
- Hornby, A. S. & Crowther, J. (1995): *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. Oxford: Oxford University Press.
- Hovland, C. I. & Mandell, W. (1952): An Experimental Comparison of Conclusion-Drawing by the Communicator and by the Audience. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 47 (3), 581-588.
- Hovland, C. I., Janis, I. L. & Kelley, H. H. (1953): *Communication and Persuasion. Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven: Greenwood Press.
- Huck, I. (2009): *Wahrnehmungen und Wahrnehmungspänomene im Agenda Setting-Prozess*. Baden-Baden: Nomos.
- Huck, I.; Quiring, O. & Brosius, H.-B. (2009): Perceptual Phenomena in the Agenda-Setting Process. *International Journal of Public Opinion Research*, 21, 139-164.
- Iyengar, S. (1990): Shortcuts to Political Knowledge: Selective Attention and the Accessibility bias. In: J. Ferejohn & J. Kuklinski (Hrsg.), *Information and Democratic Processes* (S. 160-185). Champaign: University of Illinois Press.
- Jäckel, M. (1992): Mediennutzung als Niedrigkostensituation. Anmerkungen zum Nutzen- und Belohnungsansatz. *Medienpsychologie*, 4 (4), 246-266.
- Jones, O. K.; Denham, B. E. & Springston, J. K. (2006): Effects of Mass and Interpersonal Communication on Breast Cancer Screening: Advancing Agenda-Setting Theory in Health Contexts. *Journal of Applied Communication Research*, 34 (1), 94-113.
- Kepplinger, H. M., Brosius, H.-B., Staab, J. F. (1991): Instrumental Actualization: A Theory of Mediated Conflicts. *European Journal of Communication*, 6 (3), 260-290.
- Kepplinger, H. M.; Brosius, H. B.; Staab, J. F. & Linke, G. (1989): Instrumentelle Aktualisierung: Grundlagen einer Theorie publizistischer Konflikte. In: M. Kaase & W. Schulz (Hrsg.), *Massenkommunikation: Theorien, Methoden, Befunde* (S. 199-220). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kraus, S. & Davis, D. (1976): *The Effects of Mass Communication on Political Behavior*. University Park: Pennsylvania State University Press.
- Matthes, J. (2006): The Need for Orientation Towards News Media: Revising and Validating a Classic Concept. *International Journal of Public Opinion Research*, 18, 422-444.
- Matthes, J. (2008): Need for Orientation as a Predictor of Agenda-Setting Effects: Causal Evidence from a Two-Wave Panel Study. *International Journal of Public Opinion Research*, 20, 440-453.
- Maurer, M. (2004): Das Paradox der Medienwirkungsforschung. Verändern Massenmedien die Bevölkerungsmeynung, ohne Einzelne zu beeinflussen? *Publizistik*, 49, 405-422.
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972): The Agenda Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McCombs, M. E. (2004): *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge [u.a.]: Polity Press.
- McLeod, J. M.; Becker, L. B. & Byrnes, J. E. (1974): Another Look at the Agenda-Setting Function of the Press. *Communication Research*, 1, 131-164.
- Miller, J. M. & Krosnick, J. A. (2000): News Media Impact on the Ingredients of Presidential Evaluations: Politically Knowledgeable Citizens are Guided by a Trusted Source. *American Journal of Political Science*, 44, 295-309.
- Mutz, D. C. (1992): Mass Media and the Depoliticization of Personal Experience. *American Journal of Political Science*, 36 (2), 483-508.
- Myers, J. H. & Alpert, M. I. (1977): Semantic Confusion in Attitude Research: Salience vs. Importance vs. Determinance. *Advances in Consumer Research*, 4, 106-110.
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1986): *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer Verlag.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1990): Involvement and Persuasion: Tradition versus Integration. *Psychological Bulletin*, 107, 367-374.
- Petty, R. E., & Wegener, D. T. (1999): The Elaboration Likelihood Model: Current Status and Controversies. In: S. Chaiken & Y. Trope (Hrsg.), *Dual Process Theories in Social Psychology* (S. 41-72). New York: Guilford Press.

- Price, V. & Tewksbury, D. (1997): News Values and Public Opinion: A Theoretical Account of Media Priming and Framing. In: G. A. Barnett & F.J. Boster (Hrsg.), *Progress in Communication Sciences. Advances in Persuasion Vol. 13* (S. 173-212) Greenwich, Connecticut: Ablex.
- Price, V., Tewksbury, D. & Powers, E. (1997): Switching Trains of Thought: The Impact of News Frames on Readers' Cognitive Responses. *Communication Research*, 24, 481-506.
- Protess, D. L.; Cook, F. L.; Curtin, T.; Gordon, M. T.; Leff, D. R.; McCombs, M. E. & Miller, P. (1987): The Impact of Investigative Reporting on Public Opinion and Policy Making. Targeting Toxic Waste. *Public Opinion Quarterly*, 51 (2), 166-185.
- Rössler, P. & Schenk, M. (2000): Cognitive Bonding and the German Reunification: Agenda Setting and Persuasion Effects of Mass Media. *International Journal of Public Opinion Research*, 12 (1), 29-47.
- Rössler, P. (1997): *Agenda Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Rössler, P. (1999): The Individual Agenda-Designing-Process. *Communication Research*, 26 (6), 666-700.
- Rössler, P. (2008): Agenda Setting, Framing, Priming. In: W. Donsbach & M. W. Traugott (Hrsg.), *The Sage Handbook of Public Opinion Research* (S. 205-217). London: Sage.
- Sawyer, A. G. & Howard, D. J. (1991): Effects of Omitting Conclusions in Advertisements to Involved and Uninvolved Audiences. *Journal of Marketing Research*, 28 (4), 467-474.
- Schatz, H. & Schulz, W. (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität. *Media Perspektiven*, 11, 690-712.
- Schenk, M. (2007): *Medienwirkungsforschung*. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Scheufele, B. (2003): *Frames – Framing – Framing-Effekte: theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schoenbach, K. & Semetko, H. A. (1992): Agenda Setting, Agenda-Reinforcing or Agenda Deflating? Media Use, Communication Behavior and Electors' Opinions in the 1990 German National Election Campaign. *Journalism Quarterly*, 69, 837-846.
- Schönbach, K. (1977): *Trennung von Nachricht und Meinung: Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums*. Freiburg (Breisgau) [u. a]: Alber.
- Schulz, W. (1977): *Nachrichtenstruktur und politische Informiertheit. Die Entwicklung politischer Vorstellungen der Bevölkerung unter dem Einfluss des Nachrichtenangebots*. Unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Mainz.
- Schweiger, W. (1996): Gebrauchstexte im Hypertext- und Papierformat. Ein Vergleich der Nutzerfreundlichkeit. *Publizistik*, 41, 327-345.
- Schweiger, W. (2001): *Hypermedien im Internet. Nutzung und ausgewählte Effekte der Linkegestaltung*. München: Reinhard Fischer.
- Schweiger, W. (2007): *Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS.
- Sheafer, T. (2007): How to Evaluate It: The Role of Story-Evaluative Tone in Agenda Setting and Priming. *Journal of Communication*, 57, 21-39.
- Staab, J. F. (1990): *Nachrichtenwert-Theorie: formale Struktur und empirischer Gehalt*. Freiburg (Breisgau) u.a.: Alber.
- Takeshita, T. (2006): Current Critical Problems in Agenda Setting Research. *International Journal of Public Opinion Research*, 18, 275-296.
- Wanta, W. & Ghanem, S. I. (2006): Effects of Agenda Setting. In: R. Preiss, B. M. Gayle, N. Burrell, M. Allen & J. Bryant (Hrsg.), *Mass Media Theories and Processes: Advances through Meta-analysis* (S. 37-52). Mahwah, N. J.: Erlbaum.
- Wanta, W. (1997): *The Public and the National Agenda. How People Learn about Important Issues*. Mahwah, N.J.: Erlbaum.
- Weidenmann, B. (1989): Der mentale Aufwand beim Fernsehen. In: J. Groebel & P. Winterhoff-Spurk (Hrsg.), *Empirische Medienpsychologie* (S. 134-149). München: PsychologieVerlagsUnion.