

Das Ende der Gemeinsamkeiten?

Folgen der Internetnutzung für den medialen Thematisierungsprozess

Mirko Marr

Mit der Zunahme und Ausdifferenzierung der Medienangebote wächst die Gefahr einer fragmentierten und individualisierten Mediennutzung und einer daraus resultierenden Beeinträchtigung des massenmedialen Thematisierungsprozesses. Auf der Basis eines Agenda-Setting-Designs fragt die in der Schweiz durchgeführte Studie nach der Rolle des Internets als Parademedium für Angebotsausdifferenzierung und individualisierte Nutzung in diesem Prozess. Sie ermittelt deutliche Unterschiede zwischen Medien- und Publikumsagenden. Gleichzeitig kann mit den gewonnenen Daten die Internetnutzung als Ursache dieser Agendenklüfte ausgeschlossen werden.

Keywords: Desintegration, Fragmentierung, Agenda-Setting, Online-Kommunikation, Agenda Setting, Mediennutzung, Internetnutzung, Medienagenda, Publikumsagenda

1. Einleitung

„La suisse n'existe pas“. Mit diesem kryptischen Slogan empfing die Schweiz die Besucher ihres Pavillons auf der Weltausstellung von 1992 in Sevilla und löste damit vor allem im eigenen Land reichlich Irritationen aus. Die Subversion der Parole bestand darin, dass sie, indem sie die Existenz der Schweiz in Frage stellte, eine Diskussion über das auslöste, was die Schweiz eigentlich sei, und allein damit die Antwort selbst produzierte. Was die Schweiz zusammenhält, lässt sich angesichts der nationalen Vielfalt, Widersprüchlichkeit und Multikulturalität nur unzureichend mit dem Rückgriff auf „natürliche“ Grundlagen wie Sprache, Geographie, Geschichte oder Kultur bestimmen. Ihre wahre Identität bezieht die Schweiz als „Willensnation“ aus der permanenten Auseinandersetzung mit ihrer Identität und der dabei stattfindenden Selbstvergewisserung. „Viele kulturelle, soziale und politische Ereignisse und Entscheidungen werden unter dem Aspekt betrachtet: Fördert oder gefährdet dies den Zusammenhalt der Nation, der Sprachgruppe oder des Landesteils?“ (Jarren 2000: 25) In diesem Sinne existiert die Schweiz nur insofern, als es ihr gelingt, sich in einem kontinuierlichen Integrationsdiskurs ihrer übergreifenden Gemeinsamkeiten zu vergewissern.

Es liegt auf der Hand, dass ein solcher Integrationsdiskurs ausgesprochen fragil ist und nur auf Dauer gestellt werden kann, wenn es gelingt, ihn zu institutionalisieren. Die wohl spektakulärste Form einer solchen Institutionalisierung ist die alle 25 Jahre stattfindende Landesausstellung. Mit ihr gönnt sich jede Generation einen öffentlichen Anlass, der ihr die Gelegenheit zu einer umfassenden Selbstreflexion und nationalen Standortbestimmung bietet. Die Expo des Jahres 2002 hat diese Funktion auf exemplarische Weise erfüllt, obwohl oder gerade weil im Vorfeld der Sinn einer solchen Veranstaltung bis zum Beinaheabbruch in Frage gestellt wurde und obwohl oder gerade weil sich einige Westschweizer Kantone eher kritisch zu ihr ins Verhältnis setzten.

Als weniger spektakulär, dafür aber kontinuierlicher und nachhaltiger muss die Leistung des nationalen Mediensystems für die Aufrechterhaltung des Integrationsdiskurses erachtet werden. Die von den Massenmedien hergestellte Öffentlichkeit konstituiert seinen wichtigsten Austragungsort und garantiert seine Zugänglichkeit und Transparenz. Darüber hinaus tragen Massenmedien zur Steuerung dieses Diskurses bei, indem

sie auf der Basis von Selektionsentscheidungen und Relevanzzuweisung eine Fokussierung der öffentlichen Aufmerksamkeit auf prioritäre Themen ermöglichen. Umso verständlicher ist es, dass einem möglichen Zerfall dieser Öffentlichkeit und einer Beeinträchtigung der Thematisierungs- und Orientierungsfunktion der Massenmedien, wie er mit der Ausweitung und Ausdifferenzierung des medialen Angebotes droht, hierzulande große Aufmerksamkeit geschenkt wird. Dies wird bei der gerade laufenden Debatte um die Novellierung des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen deutlich, in der Integration als Leistung des Rundfunks immer wieder eingefordert wird (vgl. Donges 2002).

Mit dem Internet, dessen Verbreitung in der Schweiz mit vergleichsweise hoher Geschwindigkeit erfolgt (vgl. Bonfadelli/Marr 2002), kommt es ähnlich wie mit dem privaten Rundfunk zu einer weiteren Zunahme des zur Verfügung stehenden Angebotes, das mehrheitlich von Anbietern zur Verfügung gestellt wird, die unabhängig von journalistischen Berufsnormen oder Qualitätsstandards und vor allem jenseits irgend eines nationalen Integrationsanspruches operieren. Dessen ungeachtet blieb das neue Medium vom Vorwurf der Dysfunktionalität für den Integrationsdiskurs bisher weitgehend verschont. Stattdessen setzen die staatlichen Akteure auf die durch das Internet entstehenden Möglichkeiten des E-Government und deshalb auf eine möglichst schnelle und flächendeckende Implementierung der neuen Technologie (vgl. Schweizerischer Bundesrat 1998). Desintegrative Gefahren werden allein in der unvollständigen und demographisch ungleichmäßigen Diffusion der neuen Technologie und der daraus resultierenden *Digitalen Spaltung* gesehen (vgl. Koordinationsgruppe Informationsgesellschaft 2001, Sixer 2002).

Vor diesem Hintergrund geht die folgende Studie der allgemeinen Frage nach, welche negativen Folgen das Internet für die durch Massenmedien geleistete gesellschaftliche Integration zeitigt. Dabei konzentriert sie sich auf mögliche Beeinträchtigungen, die sich aus der Nutzung des Netzmediums für die gemeinsame Themenorientierung des Publikums ergeben. Zunächst wird an Hand vorliegender theoretischer Positionen diskutiert, worin der Desintegrationsverdacht gegen das Internet besteht und inwiefern sich dieser erhärten lässt. Anschließend erfolgt eine empirische Überprüfung dieses Verdachtes auf der Basis einer Agenda-Setting-Untersuchung. Ungeachtet der dabei vorgenommenen Fokussierung auf die besondere Situation in der Schweiz dürften die gewonnenen Befunde auch über die Landesgrenzen hinaus von Interesse sein. Schließlich stellt sich unter dem Eindruck von Globalisierung oder Europäisierung die Frage nach der eigenen Identität und ihrer medialen Absicherung im Internetzeitalter mittlerweile auch für solche Nationen, die sich bisher keine Gedanken darüber machen mussten, ob es sie wirklich gibt.

2. Das Internet unter Desintegrationsverdacht

Die Erwartungen an die Integrationsleistungen der Massenmedien sind zahlreich und vielfältig, leiden aber in den meisten Fällen an einer Überschätzung des Wirkungspotenzials der Medien (vgl. Rühl 1985, McQuail 1994, Jarren 2000). Zu den wenigen realistischen Forderungen können dagegen jene gezählt werden, die von der Presse, dem Radio und dem Fernsehen eine Fokussierung der Aufmerksamkeit des Publikums auf relevante gesellschaftliche Fragestellungen und Themen erwarten. Insbesondere im Rahmen der Agenda-Setting-Forschung hat die Publizistikwissenschaft eine Reihe von empirischen Belegen für die tatsächliche Erbringung solcher Thematisierungsleistungen geliefert (vgl. u. a. Brosius 1994, Rössler 1997a). Die Notwendigkeit dieser Themenfokussierung durch die Massenmedien wächst in dem Maße, in dem die Ausdifferen-

zierung und Individualisierung der Gesellschaft voranschreitet, und die Bedeutung, Reichweite und Verbindlichkeit traditioneller Vermittlungsinstanzen erodieren (vgl. Jarren 1994b). Da aber das Angebot der Medien und seine Nutzung ebenfalls Tendenzen der Ausdifferenzierung und Individualisierung unterliegen, sinkt die Wahrscheinlichkeit, dass die Massenmedien ihrer Thematisierungsfunktion gerecht werden können. Langfristig würden dadurch die Massenmedien selbst von Erosionsprozessen erfasst. „Der Raum, in dem eine gemeinsame Agenda politischer Prioritäten ausgehandelt wird, der damit zugleich auch Identifikationsmöglichkeiten bietet und so das Zusammengehörigkeitsgefühl fördert und identitätsstiftend wirkt, droht [...] an Bedeutung zu verlieren und seine Funktion einzubüßen“ (Holtz-Bacha 1997: 17).

In der Publizistikwissenschaft untersucht man diese Tendenz, die vor allem mit der Deregulierung im Rundfunkbereich sichtbar wurde (vgl. u. a. die Beiträge in Jarren 1994a), unter dem Etikett der *Kettenhypothese zur Fragmentierung des Publikums* (vgl. Holtz-Bacha/Peiser 1999). Unter dem Eindruck einer zunehmenden Ausdifferenzierung und einer verstärkten Zielgruppenorientierung des Medienangebotes und im Anschluss an die in der Soziologie geführte Individualisierungsdebatte (vgl. Beck 1994, Schroer 2000) geht man dabei wahlweise von einer Fragmentierung oder von einer Polarisierung des Publikums durch die differenzierte Nutzung der neuen Vielfalt aus (vgl. u. a. Neuman 1991, Hasebrink 1994, McQuail 1997, Schulz 1999, Handel 2000). Die daraus resultierende Zersplitterung führt in einem nächsten Schritt dazu, „dass das Publikum immer weniger gemeinsame medial vermittelte Erfahrung macht“ (Holtz-Bacha/Peiser 1999: 41). Sofern gesellschaftliche Integration auf dem „gleichartigen Tun, dem Wissen davon und der Kommunikation darüber [beruht]“ (Krotz 1999: 361), hat Fragmentierung und Polarisierung langfristig die Tendenz, desintegrativ zu wirken (vgl. Heuser 1996, McQuail 1997, Schulz 1997). Eine Beeinträchtigung der Thematisierungsfunktion wäre dann gegeben, wenn die Schnittmenge zwischen den Themenagenden der Medien und des Publikums abnimmt und sich im Zuge dessen „diese Themenagenden so sehr unterscheiden, dass Anschlusskommunikationen ausbleiben“ (Jäckel 1999: 14).

Mit dem Internet, seiner raschen Diffusion und seiner hohen Akzeptanz bei den Nutzern einerseits, mit seiner geringen Allgemeinverbindlichkeit, der unüberschaubaren Menge an bereitstellbaren Informationen und den spezifischen Möglichkeiten ihrer Selektion sowie seiner individualisierten Nutzung andererseits ist den herkömmlichen Massenmedien und ihrer Thematisierungsfunktion eine Konkurrenz entstanden, auf die sich der Verdacht der Desintegration, wie er im Rahmen der Kettenhypothese zur Fragmentierung des Publikums formuliert wurde, übertragen lässt. Insofern ist es nicht überraschend, dass dieser Verdacht in der wissenschaftlichen Diskussion um die Chancen und Risiken der neuen Technologie immer wieder auftaucht (vgl. u. a. Rössler 1997b und 1998, Schulz 1997, Krotz 1999, Wirth/Schweiger 1999, Neuman 2000, Lievrouw 2001, Bonfadelli/Marr 2002).

Eine viel beachtete Ausformulierung dieses Desintegrationsverdachtes gegen das Internet stammt von Cass Sunstein, einem angesehenen Juristen der University of Chicago, und soll hier beispielhaft skizziert werden. Unter dem Titel „The Daily We“ präsentierte Sunstein im Sommerheft 2001 des *Boston Review*¹ den Vorabdruck eines Kapitels aus seinem 2002 erschienenen Buch *republic.com*. Ausgangspunkt der dort ent-

1 Im gleichen Heft findet sich eine ausgiebige Diskussion namhafter Experten zum Beitrag und zu den Thesen von Sunstein. Eine Zusammenfassung der Debatte liefert James Fallows in „The New York Review of Books“: <http://www.nybooks.com/articles/15180>.

wickelten Argumentation sind zwei Prämissen, die der Autor als unabdingbar für den demokratischen Prozess erachtet.

„First, people should be exposed to materials that they would not have chosen in advance. Unanticipated encounters, involving topics and points of view that people have not sought out and perhaps find irritating, are central to democracy and even to freedom itself. Second, many or most citizens should have a range of common experiences. Without shared experiences, a heterogeneous society will have a more difficult time addressing social problems and understanding one another“ (Sunstein 2001: 4).

Im Internet sieht der Autor nun eine Technologie, die diese Prämisse maßgeblich ins Wanken bringe. Die Bedrohung erwachse aus der technischen Möglichkeit, durch vordefinierte Filterprozesse („Daily Me“) nur noch mit solchen Informationen und Themen konfrontiert zu werden, die den individuellen Interessen entsprechen und allein auf die persönlichen Bedürfnisse der Nutzer zugeschnitten sind. Damit sinke die Wahrscheinlichkeit von unvorhergesehenen Begegnungen und gemeinsamen Erfahrungen. Sunstein betont, dass das Phänomen interessengesteuerter Mediennutzung nicht neu sei, konstatiert aber angesichts des Internets „a difference of degree if not of kind“. Diese Differenz bestehe in dem gegenläufigen Prozess eines „dramatic increase in individual control over content, and a corresponding decrease in the power of general interest intermediaries, including newspapers, magazines, and broadcasters“ (Sunstein 2001: 4). Dies bedeute, dass die Errungenschaft des „Daily Me“ langfristig zum Verlust des „Daily We“ führe und damit ein *Ende der Gemeinsamkeiten* drohe.

Wer sich selbst schon einmal sein Informationsmenü durch einen technischen Dienst im Internet zusammenstellen ließ, der weiß, dass der Kontakt mit Themen außerhalb des vordefinierten Interessengebietes wesentlich wahrscheinlicher ist als die Chance, wirklich auf das zu stoßen, was man erwartet. Insofern ist das „Daily Me“ bei Sunstein mehr eine Metapher als ein Grund zur Beunruhigung. Betrachtet man aber die von individuellen Interessen gesteuerte Internetnutzung und den schwindenden Einfluss von General-Interest-Medien als Kern seines Desintegrationsverdachtes, so werden die Parallelen zur Fragmentierungsdebatte evident.

3. Relativierung des Desintegrationsverdachtes

Gegen die Annahme einer Bedrohung der bisher von den Massenmedien hergestellten Öffentlichkeit und damit auch der mit dieser Herstellung verbundenen Thematisierungsfunktion durch das Internet, lassen sich zwei grundsätzliche Argumente ins Feld führen, die den Verdacht zwar nicht völlig ausräumen, allerdings deutlich relativieren können.

Zum einen hat sich im Zuge der Forschung zur Fragmentierung des Publikums durch die Angebotszunahme des Fernsehens gezeigt, dass sich ungeachtet der empirisch nachweisbaren Verstreuung der Rezipienten auf die vielen neuen und zielgruppengerechten Programme und Sendungen zahlreiche Überlappungen in den individuellen Medienmenüs feststellen lassen (vgl. Jäckel 1996, Hasebrink 1997). Somit ist die Chance auf gemeinsame medienvermittelte Erfahrung auch unter der Bedingung der Publikumsfragmentierung weiterhin gegeben, und es darf gezweifelt werden, ob sich mit dem Internet daran etwas ändert (vgl. Krotz 1999). Zurückhaltung ist in diesem Zusammenhang auch gegenüber der Erwartung eines hyperaktiven Publikums angebracht (vgl. Schönbach 1997), das nicht nur in der Argumentation Sunsteins implizit unterstellt wird.

Zum anderen gilt bei aller Faszination für die neue Technologie, „dass die virtuelle Welt der Netze keinen isolierten Raum darstellt, sondern einen, der zu den überkom-

menen Formen von Öffentlichkeit hinzutritt und von ihnen eingebettet wird“ (Winkel 2001: 154). Olaf Winkel, von dem dieses Zitat stammt, sieht in einer solchen Position ein Charakteristikum, mit dem sich ein pragmatischer Neutralismus im wissenschaftlichen Umgang mit den interaktiven Kommunikationstechnologien von den einseitigen Argumentationen der Netzoptimisten und der Netz pessimisten gleichermaßen abgrenzen lässt (vgl. Winkel 2001)². „Die Relevanz neuer Kommunikationstechnologien muss also stets vor dem Hintergrund der Wirkungen traditioneller Medien betrachtet werden, die nach wie vor existieren“ (Rössler 1999: 149 f.). Allein von den spezifischen Merkmalen des Internets wie etwa die Angebotserweiterung oder die Selektionsmodalitäten auf mögliche Folgen für den gesellschaftlichen Thematisierungsprozess zu schließen, greift deshalb zu kurz. Zu beachten sind die Wechselwirkungen mit dem bestehenden Medienensemble (vgl. Jarren 1998) und die forschungslogische Notwendigkeit, erwartbare Effekte relational und nicht absolut zu bestimmen.

Beide Relativierungen des Desintegrationsverdachtes lassen die Schlussfolgerung zu, dass der Einfluss des Internets auf die Thematisierungsfunktion der Massenmedien maßgeblich davon abhängt, welche Stellung das Internet im Mediennutzungsmenü der User einnimmt und welche Folgen dies für die Nutzung der herkömmlichen Medien hat. Innerhalb der Forschung wird das Verhältnis von neuen und alten Medien unter dem Gegensatz der substitutiven oder komplementären Nutzung diskutiert (vgl. Hagen 1998). Die Ergebnisse dazu fallen bisher widersprüchlich aus. Während Nie und Erbring (2000) in einer amerikanischen Studie substitutive Nutzungstendenzen auf Kosten des Fernsehens und in etwas geringerem Maße auf jene der Zeitungslektüre feststellen, zeigt ein ebenfalls in den USA über den Zeitraum von fünf Jahren durchgeföhrter Längsschnittvergleich der Mediennutzung von Usern und Non-Usern, dass diese sich in der Nutzung traditioneller Medien kaum unterscheiden (vgl. Stempel/Hargrove/Bernt 2000). Auch die regelmäßig durchgeföhrte ARD/ZDF-Online Studie kann bisher keine Substitutionseffekte erkennen. Stattdessen gehen ihre Autoren davon aus, „dass die Zeit, die insgesamt mit Medien verbracht wird, ansteigen wird“ (van Eimeren/Gerhard/Frees 2001: 396). Die Ursachen für die Differenzen können in den unterschiedlichen Fragestellungen und in der Kontrolle soziodemographischer Variablen gesehen werden (vgl. Bonfadelli 2000: 200 f.). Werden Dritt faktoren kontrolliert, „zeigen sich Substitutionseffekte beim Fernsehen und bei der Tageszeitung, Komplementaritätseffekte beim Radio und bei bestimmten Typen von Publikumszeitschriften“ (Hagen 1998: 121).

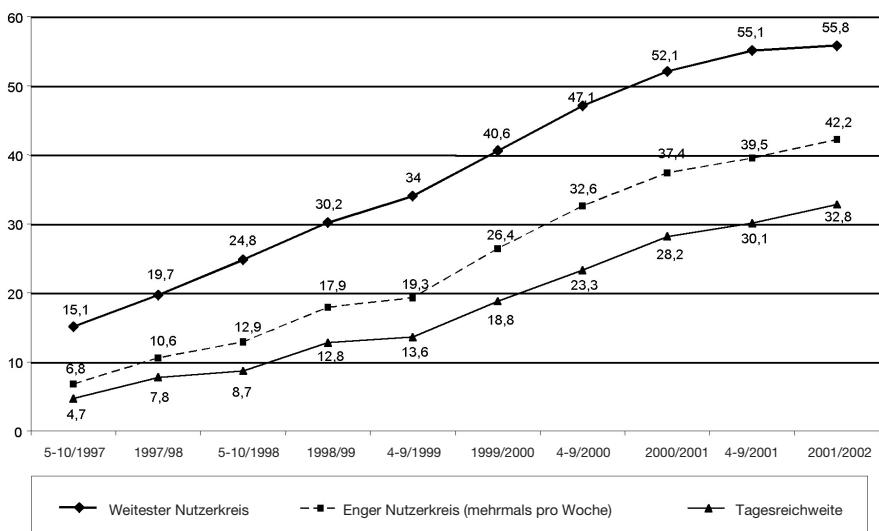
Unabhängig von diesen widersprüchlichen Befunden kann aber generell festgestellt werden, dass eine vollständige Substitution der klassischen Medien durch das Internet ins Reich der Mythen gehört. Unter dieser Voraussetzung stellt sich die Frage, welches eigenständige Thematisierungspotenzial das Internet in das Medienensemble einbringt. Für ihre Beantwortung kann auf die Forschung zum Agenda-Setting-Prozess zwischen den Massenmedien und dem Publikum zurückgegriffen werden (vgl. Dearing/Rogers 1996, Rössler 1997a, McCombs/Shaw/Weaver 1997). Zu den Modifizierungen der Ausgangshypothese eines einfachen Agendentransfers von den Medien zu den Rezipienten gehört die Einsicht, „dass verschiedene Medien wie etwa die Zeitung oder das Fernsehen über ein unterschiedliches Wirkungspotential verfügen“ (Rössler 1997a: 144) und somit einen unterschiedlichen Beitrag zur Themensetzung leisten. Empirische Überprüfungen dieser Vermutung haben deutlich gemacht, dass sich das Thematisierungs-

2 In der englischsprachigen Literatur findet sich eine vergleichbare Unterscheidung der so genannten Technorealisten von den Utopians und den Dystopians (vgl. Fisher/Wright 2001).

potenzial eines Mediums erhöht, wenn es folgende Kriterien erfüllt: Es sollte über eine große Reichweite verfügen, diese sollte bekannt sein und von den Rezipienten unterstellt werden können, sein Angebot sollte wenigstens zu einem gewissen Teil aus politikrelevanten Informationen bestehen, seine Nutzung sollte informationsorientiert erfolgen, sein publizistisches Angebot sollte beim Publikum ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit genießen und es sollte über formale Mittel verfügen, Themen per Präsentation Relevanz zuzuschreiben.

Überträgt man diesen Kriterienkatalog auf das Internet, so muss dessen relatives Thematisierungspotenzial vorläufig als gering veranschlagt werden. Zwar sind die Wachstumszahlen der Internetnutzer beeindruckend (für die Schweiz vgl. Abbildung 1) und die Diffusionsgeschwindigkeit wesentlich höher als bei den Vorgängermedien, allerdings erfolgt diese Diffusion soziodemographisch ungleichmäßig und eine Reichweite, wie sie etwa das Fernsehen oder das Radio erreichen, ist eher unwahrscheinlich. Vielmehr geht man von der Erwartung aus, „dass in absehbarer Zeit die Rede vom Alltagsmedium Online bzw. Internet nur auf bestimmte Milieus und Bevölkerungsgruppen zu trifft“ (ARD/ZDF-Arbeitsgruppe Multimedia 1999: 422).

Abbildung 1: Entwicklung der Internetnutzung in der Schweiz (1997–2002)



Quelle: Halbjahresdaten der AG für Werbemedienforschung (WEMF), eigene Zusammenstellung

Das Internet gilt gemeinhin als Leitmedium des Informationszeitalters, was allein schon auf eine informationsorientierte Nutzung schließen lassen könnte. Entsprechende Untersuchungen (zuletzt: Ridder/Engel 2001, Oehmichen/Schröter 2001) bestätigen dies und es lässt sich bilanzieren, „dass die Informationsfunktion für die Nutzer der Online-Medien als deren wesentliche Gratifikationsleistung dominiert“ (Hagen/Kamps 1999: 214). Fragt man aber spezifischer nach der Nutzung der für Agenda-Setting-Prozesse bedeutungsvollen politikbezogenen Inhalte, so muss man konstatieren, dass diese „für die meisten Nutzer nur eine unter- bzw. nebengeordnete Rolle spielen“ (Hagen/Kamps

1999: 219). Dies gilt auch für die Schweiz, wo die im Anschluss an Wahlen oder Volksabstimmungen durchgeführten *VOX-Analysen* zeigen, dass sich nur etwa 5% der Stimmberechtigten via Internet über Kandidaten oder Abstimmungsvorlagen informieren und die Tendenz bei den letzten vier Abstimmungen sogar nach unten weist (vgl. Trechsel 2002: 109).

Was die Glaubwürdigkeit des Internets betrifft, so werden die Urteile darüber vorläufig noch sehr vorsichtig gefällt. Fest steht wohl nur, dass dem Internet kaum mehr Vertrauen entgegengebracht wird als den herkömmlichen Medien. Vielmehr „vertrauen im Zweifelsfalle [...] die weitaus meisten Webnutzer den herkömmlichen Medien Tageszeitung und Fernsehen“ (Schweiger 1999: 108). Auch mit einem engeren Fokus auf die politische Berichterstattung finden sich wenig Anzeichen dafür, dass gerade das Internet einen „Königsweg aus der Unglaublichkeitsfalle“ (Marshall 1999: 169) darstellt.

Traditionelle Medien selektieren die Themen nicht nur, sondern präsentieren sie in einer Relevanzhierarchie, die wiederum eine wichtige Voraussetzung für Agenda-Setting-Prozesse darstellt (vgl. Graber 1988). Die formalen Mittel hierfür sind bei der Tageszeitung etwa die Titelseite oder beim Fernsehen und Radio die Erstmeldung. Für das Internet werden diese formalen Möglichkeiten der Relevanzzuweisung angesichts der Fragmentierung seines Inhalts (vgl. Donges/Jarren 1999: 94) und der Gleichrangigkeit und Gleichberechtigung aller Informationen (vgl. Marshall 1997: 317) ebenfalls als gering eingeschätzt.

4. Fragestellungen und Hypothesen

Ausgehend von den dargestellten Positionen soll die Frage nach den Folgen der Internetnutzung für den Agenda-Setting-Prozess der traditionellen Massenmedien einer empirischen Prüfung unterzogen werden. Ungeachtet der im Kapitel 3 dargelegten Relativierungen soll im Sinne einer größeren analytischen Klarheit der Desintegrationsverdacht gegen das Internet als Ausgangspunkt der Untersuchung dienen. Die Prüfung dieses Verdachtes erfolgt in drei Schritten. Zunächst wird untersucht, welchen Einfluss die Internetnutzung auf die Nutzung der traditionellen Medien hat (Substitution vs. Komplementarität). Dies geschieht sowohl hinsichtlich der retrospektiven Selbsteinschätzung als auch in Bezug auf die faktische Mediennutzung, wobei das besondere Interesse der Hinwendung zu politisch relevanten Informationsangeboten gilt. Sofern sich eine Nutzung des Internets auf Kosten der herkömmlichen Medien nachweisen ließe, wäre eine zentrale Voraussetzung für heterogene Publikumsagenden erfüllt. Darauf aufbauend soll nach den Übereinstimmungen und Unterschieden zwischen den Themenagenden von Netznutzern und Nichtnutzern gefragt werden (Homogenität vs. Heterogenität). Der Vergleich soll dabei eine Differenzierung erfahren, indem das Interesse sowohl auf die Themenreichweite (awareness) als auch auf die Themengewichtung (priority) gerichtet wird (für die Unterscheidung dieser Dimensionen vgl. McCombs 1977). Unter Berücksichtigung der soziodemographisch ungleichmäßigen Diffusion des Internets werden bei dieser Gegenüberstellung die Variablen Bildung, Alter und Geschlecht über ein quasiexperimentelles Samplingverfahren kontrolliert. Schließlich werden in einem dritten Schritt die beiden Publikumsagenden zu Themenagenden der traditionellen Medien ins Verhältnis gesetzt, um zu prüfen, inwiefern sich letztere in den Agenden der Vergleichsgruppen niederschlagen (Agenda-Setting).

Die Interpretation der präsentierten Daten fragt nach sich abzeichnenden desintegrativen Konsequenzen der Internetnutzung. Sie geht aus von drei aufeinander aufbauenden Hypothesen:

H1: Onliner nutzen das Internet auf Kosten der traditionellen Medien (Substitution). Dies gilt sowohl für die Dauer der Mediennutzung allgemein als auch in Bezug auf die Intensität informationsorientierter Nutzung der Angebote von Radio, TV und Printmedien.

H2: Die Themenagenda der Onliner unterscheidet sich von jener der Offliner. Dies gilt sowohl für die Reichweite von Themen als auch für deren Gewichtung (Heterogenität).

H3: Die Themenagenda der Offliner weist in beiden Themendimensionen eine größere Übereinstimmung mit der Agenda traditioneller Medien auf als jene der Onliner (Beeinträchtigung des Agenda-Setting).

5. Methodische Umsetzung

Die Untersuchung basiert auf einem klassischen Agenda-Setting-Design, d. h. es werden Befragungsdaten über die Themenreichweite und Themenwichtigkeit in der Bevölkerung ins Verhältnis gesetzt zu inhaltsanalytisch gewonnenen Befunden über die Themensetzung der Medien. Die Bestimmung der Medienagenda beruht auf einer sekundäranalytischen Auswertung des vom *Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich* durchgeführten kontinuierlichen *Issue-Monitoring*. Die Bevölkerungsagenda sowie Daten zur Mediennutzung wurden im Rahmen einer vom *Bundesamt für Kommunikation (BAKOM)* finanzierten Untersuchung unter der Leitung des Verfassers mit Hilfe telefongestützter Interviews im März 2001 unter 840 Personen zwischen 20 und 60 Jahren in den Regionen Basel und Zürich erhoben³.

5.1 Medienagenda

Das Issue-Monitoring des Forschungsbereichs Öffentlichkeit und Gesellschaft zielt auf eine permanente Beobachtung der Themenentwicklung in der Medienöffentlichkeit der Schweiz. Dabei werden die wichtigsten Tages- und Wochenzeitungen sowie die Hauptinformationsgefäße überregionaler Radio- und Fernsehanbieter archiviert und hinsichtlich ihrer thematischen Bezüge codiert. Codiereinheiten sind Artikel im Printbereich und Beiträge im elektronischen Angebot. Auf der Basis dieser Codierungen wurde für die vorliegende Arbeit eine Medienagenda über die vier, der Befragung vorausgehenden Monate (November 2000 bis Februar 2001) ermittelt. Tabelle 1 listet die dabei berücksichtigten Deutschschweizer Medien auf.

Für die Ermittlung der Medienagenda wurde eine Auswahl von zehn verschiedenen Themenkomplexen getroffen (Tabelle 2). Auswahlkriterium war zum einen der nationale Bezug. Alle Themen sollten sich auf Problemlagen beziehen, die in unmittelbarem Zusammenhang mit der politischen Situation in der Schweiz stehen. Zum anderen sollten die Themen gegeneinander abgrenzbar sein, um eine trennscharfe Zuordnung der differenzierten Kategorisierungen, wie sie durch das Issue-Monitoring vorgenommen werden, zu gewährleisten. Schließlich wurde mit Blick auf mögliche Zusatzauswertungen (die in diesem Beitrag unberücksichtigt bleiben) entschieden, fünf Themen mit hoher sowie fünf mit geringer Medienpräsenz zu berücksichtigen.

³ Die Feldarbeit wurde vom IPSO-Forschungsinstitut in Dübendorf übernommen.

Tabelle 1: Berücksichtigte Medien

Medium	Titel/Sendung	Reichweite 2000 (in %)
Tageszeitung	Blick	18,5
	Tages-Anzeiger Zürich	15,3
	Neue Zürcher Zeitung	7,7
Wochenzeitungen	Sonntagsblick	24,9
	Sonntagszeitung	18,7
	Weltwoche	8,4
Zeitschriften	Facts	13,5
Radio	Rendez-Vous am Mittag (werktag von 12.30-13.00 Uhr auf DRS1)	18,4
	Echo der Zeit (werktag von 18.00-18.45 Uhr auf DRS1, von 19.00-19.45 auf DRS2)	7,2
	Tagesschau (täglich von 19.30-19.50 Uhr auf SF1 und SF2)	21,0
	Zehn vor Zehn (werktag von 21.50-22.20 Uhr auf SF1)	13,0
TV		

Quelle: Printmedien = AG für Werbemedienforschung (WEMF), Elektronische Medien = SRG-Forschungsdienst

Tabelle 2: Berücksichtigte Themen

Themen mit hoher Medienpräsenz	Themen mit geringer Medienpräsenz
Die Beziehung der Schweiz zur EU (EU-Initiative)	Die Neuaustrichtung der Schweizerischen Armee (Armeereform)
Das Schicksal der Schweizerischen Luftfahrt (SwissAir, Crossair, Fluglärm, Flughafen Kloten)	Die Qualität und die Kosten der Ärzte, Spitäler und der medizinischen Versorgung
Der Kampf gegen Wirtschaftskriminalität und Geldwäsche	Die Ausländerthematik / Die Integration von Ausländern
Die Korrektur von Fehlern in der Landwirtschaftspolitik (BSE, MKS)	Die Belastung der Schweizerischen Straßen durch (Alpen-)Transit- und Schwerverkehr
Die Privatisierung staatlicher Betriebe (Post, SBB, Strom)	Die Schweizerische Kandidatur für die Olympischen Winterspiele 2010

Unter den Bedingungen der vorgenommenen zeitlichen, medialen und thematischen Einschränkungen konnten insgesamt 2163 Analyseeinheiten berücksichtigt werden, von denen 1864 auf die Printmedien und die übrigen auf die elektronischen Medien entfielen. Die Medienagenda wurde als Themenrangordnung auf der Basis der Häufigkeiten, mit der die einzelnen Themen codiert wurden, erstellt.

5.2 Publikumsagenda

Wie in den Hypothesen festgelegt, bestand das Ziel der Auswertung in einem Vergleich der Themenagenden von Internetnutzern und Nicht-Nutzern. Ein solcher Vergleich von Nutzern und Nicht-Nutzern eines Mediums, dessen Diffusion soziodemographisch ungleichmäßig erfolgt, steht vor dem methodischen Problem, den verzerrenden Einfluss der soziodemographischen Variablen zu berücksichtigen. Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten diesem Problem zu begegnen. Entweder können die demographischen Variablen durch statistische Verfahren im Nachhinein kontrolliert werden oder ihr Einfluss wird vorgängig durch den Sampling-Prozess minimiert. Bei der vorliegenden Untersuchung wurde der zweite Weg gewählt.

5.2.1 Samplingverfahren

Auf der Basis eines quasiexperimentellen Samplingdesigns wurden bei der Auswahl der Befragten Quotierungen für die Variablen Alter, Bildung und Geschlecht vorgegeben und mit Hilfe von Screener-Fragen umgesetzt. Diese Quoten entstammen dem soziodemographischen Profil der MA-Net, einer von der AG für Werbemedienforschung (WEMF) halbjährlich durchgeführten Repräsentativbefragung von etwa 10 000 Personen in der Schweiz. Ziel des Samplingprozesses war es, zwei Gruppen von Internetnutzern und Nicht-Nutzern zu erhalten, die in ihren soziodemographischen Profilen der Deutschschweizer Bevölkerung im Alter von 20 bis 60 Jahren entsprechen. Als Internetnutzer (Onliner) galten dabei jene Personen, die angaben, das Netz mindestens einmal pro Woche zu nutzen. Als Nichtnutzer (Offliner) galten Personen, die über keine Nutzungserfahrungen mit dem neuen Medium verfügten. Tabelle 3 gibt Auskunft über die sich daraus ergebende Samplestruktur.

Quasiexperimentelle Untersuchungen werden im Gegensatz zu experimentellen dann angewendet, wenn die zu vergleichenden Teilstichprobengruppen nicht künstlich hergestellt werden können, sondern in der sozialen Realität bereits existieren (vgl. Cook/Campbell 1979). Die Zuordnung der Untersuchungsteilnehmer zu den jeweiligen Teilstichprobengruppen ist somit nicht durch eine Randomisierung herstellbar, sondern durch die unabhängige Variable vorgegeben. Das Problem quasiexperimenteller Untersuchungen besteht nun darin, dass die unabhängige Variable selbst von theoretisch unendlich vielen weiteren Variablen abhängig sein kann und mit diesen kofundiert ist. Daraus folgt, „dass letztlich nicht entschieden werden kann, welche Variablen für die Unterschiede in der abhängigen Variable verantwortlich sind“ (Bortz/Döring 1995: 491).

Um die Zahl möglicher Erklärungsalternativen dennoch zu reduzieren, d. h. die geringere interne Validität zu steigern, existieren eine Reihe von Samplingverfahren, die eine Kontrolle personengebundener Störvariablen ermöglichen. In der vorliegenden Untersuchung wurde das der Parallelisierung gewählt, bei dem der Einfluss der Störvariablen ausgeschaltet wird, indem dafür gesorgt wird, dass diese in den Teilstichprobengruppen gleichermaßen wirksam sind. Voraussetzung für dieses Verfahren ist ein möglichst umfassendes Wissen über die Störvariablen. Was die Nutzung des Internets anbetrifft, existieren hier relativ gesicherte Erkenntnisse über den zentralen Einfluss von Alter, Bildung und Geschlecht (für die Schweiz vgl. Bonfadelli 2002). Deshalb wurden diese Variablen als Grundlage für die Parallelisierung herangezogen. Der Preis für das Parallelisierungsverfahren besteht darin, dass entweder eine Gruppe an die andere oder – wie im vorliegenden Fall – beide an eine dritte angepasst werden müssen und somit die entsprechenden Populationen nicht mehr richtig repräsentiert sind. Diese Einschränkung

Tabelle 3: Stichprobenstruktur

Sex	Bildung ⁴	Alter ⁵	MA-Net 1/2000		Offliner		Onliner	
			N	%	N	%	N	%
männlich niedrig	jung	802	15,6	62	15,6	69	15,6	
	mittel	457	8,9	35	8,8	39	8,8	
	alt	516	10,0	40	10,1	44	10,0	
männlich hoch	jung	317	6,2	24	6,0	27	6,1	
	mittel	266	5,2	21	5,3	23	5,2	
	alt	292	5,7	23	5,8	25	5,7	
weiblich niedrig	jung	843	16,4	65	16,3	73	16,5	
	mittel	572	11,1	44	11,1	49	11,1	
	alt	643	12,4	50	12,6	55	12,4	
weiblich hoch	jung	205	4,0	16	4,0	18	4,1	
	mittel	115	2,2	9	2,3	10	2,3	
	alt	122	2,4	9	2,3	10	2,3	
Gesamt		5150	100	397	100	443	100	

der externen Validität sowie die Möglichkeit, dass neben Alter, Bildung und Geschlecht weitere Störvariablen wirksam sein können, gilt es bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen.

5.2.2 Operationalisierung

Mediennutzung

Der Vergleich der Mediennutzung erfolgt auf zwei Ebenen. Zum einen soll nach den Unterschieden in der Nutzungszeit für verschiedene Medien gefragt werden. Zum anderen soll die Intensität, mit der die informationsorientierte Nutzung verschiedener Medien in den beiden Vergleichsgruppen erfolgt, gegenübergestellt werden. Der Vergleich der Nutzungszeiten erfolgt einerseits auf der Basis retrospektiver Selbsteinschätzungen der Befragten und andererseits anhand der von ihnen angegebenen faktischen Nutzungsdauer.

Themenreichweite (awareness)

Die Befragten wurden gebeten, zu allen zehn Themen der Medienagenda anzugeben, ob sie davon in den letzten Wochen in den Medien (traditionelle Massenmedien und Internet) etwas gelesen oder gehört haben. Auf der Basis der Anteile, mit der eine solche Wahrnehmung bestätigt wurde, konnte die Awareness-Rangfolge der Themen für beide Gruppen ermittelt werden.

4 Niedrige Bildung = Primarschule, Real-/Sekundarschule, Berufsschule; Hohe Bildung = Mittelschule, Gymnasium, Seminar, Fachhochschule, Universität, Eidgenössische Technische Hochschule (ETH).

5 Jung = 20 bis 34 Jahre; Mittel = 35 bis 44 Jahre; Alt = 45 – 60 Jahre.

Themengewichtung (priority)

Darüber hinaus wurde von den Befragten eine Einschätzung der aktuellen Dringlichkeit der Themen für die Schweiz auf einer vierstufigen Skala verlangt. Die Fragestellung lautete: „Können Sie mir für jedes von den folgenden Problemen sagen, wie dringlich das Problem ihrer Meinung nach zurzeit für die Schweiz ist?“ Die daraus ermittelbaren Durchschnittswerte dienten als Grundlage für die Erstellung der Priority-Rangfolge beider Gruppen.

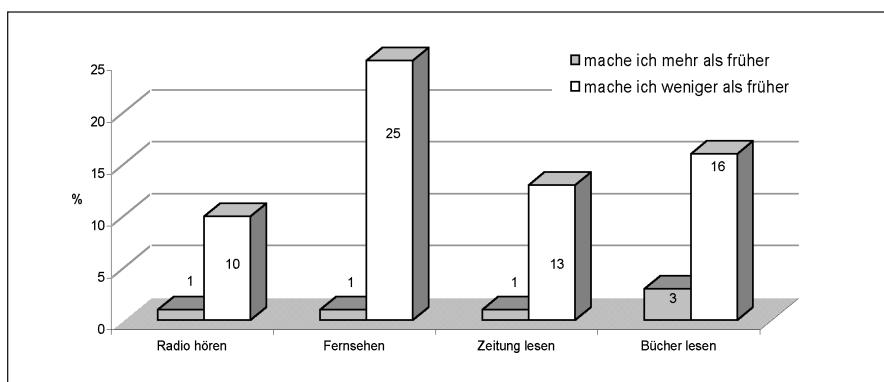
6. Ergebnisse

6.1 Mediennutzung von Off- und Onlinern

Umverteilungen von Nutzungszeiten für die verschiedenen Medien sind langfristige Prozesse. Will man Informationen mit einer Querschnittserhebung gewinnen, kann dies entweder mit retrospektiven Selbsteinschätzungen der Befragten oder mit dem Vergleich ihrer faktischen Nutzungszeiten geschehen. Beides soll hier erfolgen, wobei die Selbsteinschätzung der Veränderungen, die sich durch den Netzeinstieg ergeben haben, natürlich nur von Netznutzern getroffen werden können.

Die Befunde, die mit Hilfe der Retrospektion gewonnen wurden, indizieren vor allem für das Fernsehen deutliche Substitutionsprozesse (Abbildung 2). Jeder vierte Onliner gibt an, seinen Fernsehkonsum durch die Netznutzung verringert zu haben. Für die Zei-

*Abbildung 2: Einfluss der Internetnutzung auf die Nutzung anderer Medien
(Selbsteinschätzung der Onliner)*

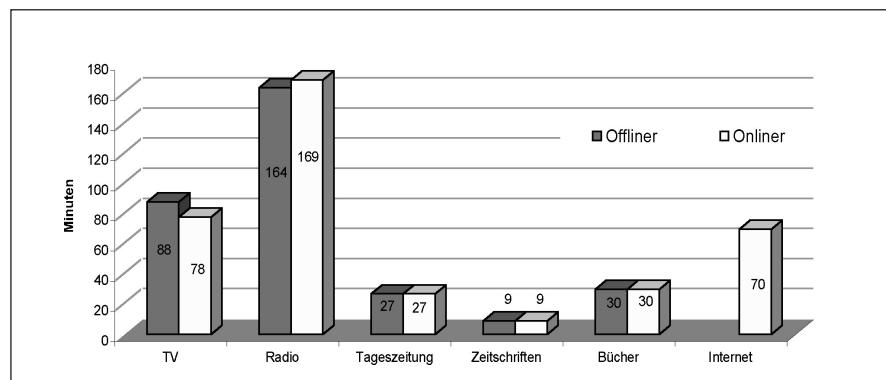


tungsnutzung äußern dies nur noch 13% und nur jeder zehnte Onliner meint, seine Radianutzung eingeschränkt zu haben.

Ein anderes Bild ergibt sich, wenn man die Angaben von Off- und Onlinern zu ihren täglichen Nutzungszeiten vergleicht (Abbildung 3). Während die Nutzung des Internets für die Printmedien offensichtlich folgenlos bleibt, erhöht sich die für das Radio aufgewendete Zeit sogar um 5 Minuten. Substitutionstendenzen zeigen sich allein für das Fernsehen. Die TV-Nutzungszeit der Onliner verringert sich im Vergleich zu den Offlinern um 10 Minuten. Den eigentlichen Unterschied macht aber die Internetnutzung.

Durch sie erhöht sich die tägliche Bruttomediennutzung der Onliner um mehr als eine Stunde. Inwiefern die zusätzliche Nutzungszeit durch Parallelnutzung oder durch Reduktion anderer Tätigkeiten gewonnen wird, muss an dieser Stelle offen bleiben.

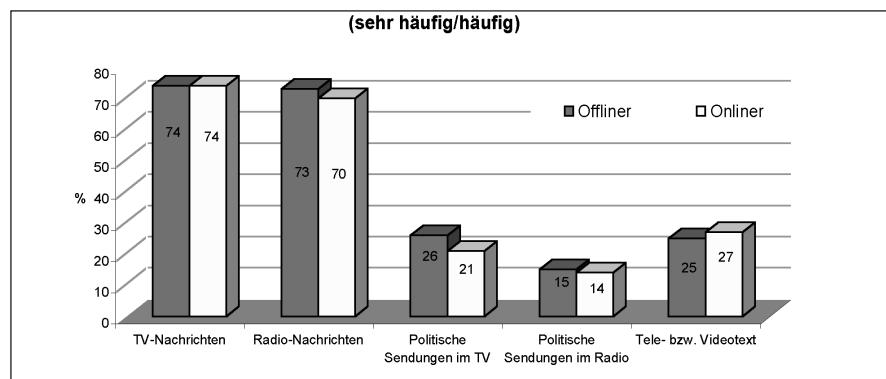
Abbildung 3: Durchschnittliche Nutzungsdauer pro Tag



Fokussiert man die Fragestellung nach möglichen Substitutionen auf die Nutzung von informationsorientierten Angeboten der verschiedenen Medientypen, so lässt sich für die Offliner eine etwas häufigere Nutzung der elektronischen Medien feststellen (Abbildung 4). Die Unterschiede beschränken sich allerdings auf Radionachrichten und politische Sendungen im Fernsehen.

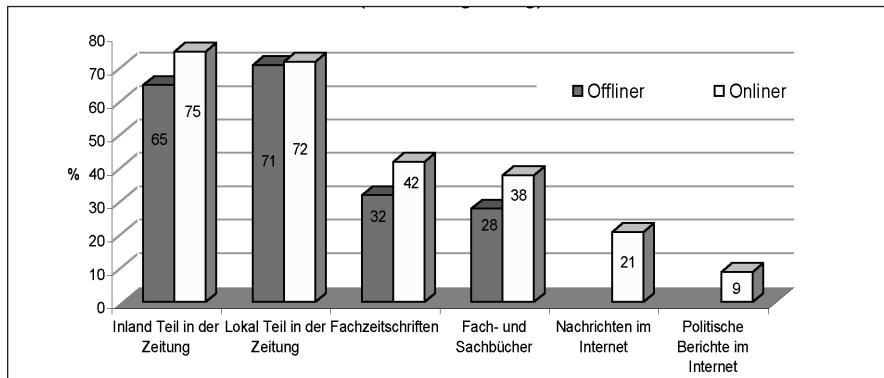
Wesentlich deutlicher werden die Differenzen bei den Printmedien. Hier sind es die Onliner, die eine intensivere Nutzung an den Tag legen (Abbildung 5). Sowohl beim Inlandsteil der Tageszeitungen als auch bei Fachzeitschriften und Sachbüchern liegt der Anteil der intensiven Nutzer unter den Onlinern um zehn Prozent über dem der Offliner. Dieses Nutzungsübergewicht wird zusätzlich mit dem neuen Medium Internet kombiniert. Jeder fünfte Onliner bezeichnete sich als häufiger Rezipient von Online-

Abbildung 4: Nutzung von Infoangeboten elektronischer Medien (sehr häufig/häufig)



News und jeder Zehnte nutzt kontinuierlich politische Berichte im Netz. Somit zeichnet sich bei der informationsorientierten Mediennutzung ein komplementäres Verhältnis zwischen Print- und Onlinemedien ab.

Abbildung 5: Nutzung von Infoangeboten der Printmedien (sehr häufig/häufig)



Die präsentierten Daten zur faktischen Mediennutzung von Off- und Onlinern lassen die Schlussfolgerung zu, dass sich durch die Nutzung des Internets durchaus Veränderungen für die klassischen Medien ergeben, wenn auch nicht in dem Maße, wie dies subjektiv erfahren wird. Onliner verringern ihre Zuwendung zum Fernsehen, erhöhen aber gleichzeitig ihre Radionutzung. Geht es um die Nutzung der Informationsangebote, zeigt sich eine gesteigerte Affinität der Onliner zu den Printmedien. Die zusätzliche Nutzung des Internets führt zu einer Ausweitung der absoluten Mediennutzungszeit der Onliner. Für die Thematisierungsleistungen der traditionellen Medien bedeutet dies, dass Onliner weniger vom Fernsehen, dafür aber stärker von den Printmedien erreicht werden. Damit zeigt sich die Datenlage widersprüchlicher als mit der Hypothese 1 angenommen. Dies gilt es bei der Gegenüberstellung der Themenagenden der Vergleichsgruppe zu berücksichtigen.

6.2 Themenagenden von Off- und Onlinern

6.2.1 Themenreichweite

Verglichen werden soll zunächst die Themenreichweite, d.h. die Anteile derjenigen, die angaben, von den vorgegebenen Themen in den Medien etwas gehört oder gelesen zu haben. Wie Tabelle 4 zeigt, lässt sich bei neun von zehn Themen eine größere Reichweite unter den Netznutzern feststellen. So haben etwa die Medienberichte zu den Problemen der schweizerischen Luftfahrt 85% der Onliner, aber nur 77% der Offliner erreicht. Die höhere Printorientierung sowie die Nutzung des zusätzlichen Vermittlungskanals korrespondieren also mit einer größeren Wahrscheinlichkeit, von den verschiedenen Themen erreicht zu werden.

Dies hat allerdings keinen Einfluss auf die Rangfolge der Themen. Sie ist bei den Vergleichsgruppen quasi identisch. Allein die mögliche Olympiakandidatur der Schweiz tauscht mit der Thematik der Privatisierung staatlicher Betriebe in den beiden Gruppen

die Ränge 8 und 9. Die hohe Übereinstimmung findet ihren Ausdruck in einer signifikanten Awareness-Rangkorrelation von .97.

Tabelle 4: Themenreichweite (awareness)

... in den Medien davon gehört/gelesen (in %)	Offliner	Onliner	Gesamt
Beziehungen der Schweiz zur EU (EU-Initiative)	84	88	86
Schweizerische Luftfahrt (SwissAir, Fluglärm)	77	85	81
Qualität/Kosten der medizinischen Versorgung	73	76	74
Fehler in der Landwirtschaftspolitik (BSE, MKS)	71	76	74
Ausländerthematik/Integration von Ausländern	62	68	65
Wirtschaftskriminalität und Geldwäsche	56	60	58
(Alpen-)Transit- und Schwerverkehr	56	57	57
Schweizerische Olympiakandidatur	44	57	51
Privatisierung staatl. Betriebe (Post, SBB, Strom)	49	48	49
Neuausrichtung der Armee (Armeereform)	35	46	41

6.2.2 Themengewichtung

Während die Themenreichweite eher als Indikator für die Medienaufmerksamkeit gesehen werden kann, gibt die Themengewichtung Auskunft über die subjektiv empfundene Dringlichkeit, die die Befragten den Themen zuordnen. Die Priorities-Rangfolge der beiden Gruppen, wie sie in Tabelle 5 präsentiert wird, basiert auf den Mittelwerten der Dringlichkeitseinschätzung.

Tabelle 5: Themengewichtung (priority)

... besonders (4) bis gar nicht dringlich (1)	Offliner		Onliner		Gesamt	
	M	SD	M	SD	M	SD
Fehler in der Landwirtschaftspolitik (BSE, MKS)	3.38	.71	3.39	.70	3.38	.71
Qualität/Kosten der medizinischen Versorgung	3.40	.59	3.34	.71	3.36	.66
Wirtschaftskriminalität und Geldwäsche	3.27	.72	3.21	.70	3.24	.71
Ausländerthematik/Integration von Ausländern*	3.12	.84	3.23	.73	3.18	.78
(Alpen-)Transit- und Schwerverkehr *	3.11	.72	2.97	.77	3.03	.75
Schweizerische Luftfahrt (SwissAir, Fluglärm)	2.63	.84	2.67	.84	2.65	.84
Beziehungen der Schweiz zur EU (EU-Initiative)**	2.33	1.0	2.62	.93	2.49	.98
Privatisierung staatl. Betriebe (Post, SBB, Strom)*	2.29	.84	2.43	.94	2.37	.90
Neuausrichtung der Armee (Armeereform)	2.28	.84	2.33	.88	2.31	.86
Schweizerische Olympiakandidatur	1.66	.77	1.71	.78	1.69	.78

* p<.05, ** p<.01 (T-Test)

Ein Vergleich der Mittelwerte liefert für vier der zehn Themen signifikante Unterschiede. Während die Onliner die Beziehungen der Schweiz zur EU, die Ausländerproblematik und die Privatisierung staatlicher Betriebe für dringlicher erachteten als die Offliner, schätzen letztere die Probleme, die sich für die Schweiz aus dem Transitverkehr ergeben, als lösungsbedürftiger ein als die Internetnutzer. Diese Unterschiede bleiben für die Priorities-Rangfolge allerdings folgenlos. Ebenso wie bei den Reichweiten, finden sich auch bei den Gewichtungen kaum Abweichungen. Allein über die Vergabe der ersten beiden Rangplätze besteht Uneinigkeit. Während die Offliner der medizinischen Versorgung die höchste Dringlichkeit einräumen, stehen für die Onliner die Versäumnisse der Landwirtschaftspolitik an erster Stelle. Daraus ergibt sich ein signifikanter Wert von .98 für die Rangkorrelation zwischen beiden Agenden, der damit ebenso hoch liegt wie jener für die Awareness-Rangfolge. Die Forschungsvermutung, dass die Internetnutzung zu heterogenen Publikumsagenden führt, lässt sich somit nicht bestätigen. Der Desintegrationsverdacht findet keine empirische Bestätigung.

6.3 Vergleich von Medien- und Publikumsagenda

Mit dem Nachweis homogener Themenagenden ist die Frage nach dem Einfluss des Internets auf den medialen Thematisierungsprozess im Grunde beantwortet und ein Vergleich mit der Medienagenda erübrigkt sich. Er soll hier dennoch durchgeführt werden, weil er in Bezug auf die Agenda-Setting-Hypothese Unerwartetes an den Tag bringt. Werfen wir zunächst einen Blick auf die Ergebnisse der Inhaltsanalyse.

6.3.1 Medienagenda

Die Agenda der berücksichtigten Deutschschweizer Medien wird von drei Themen dominiert (Tabelle 6). An der Spitze rangieren die Beziehungen der Schweiz zur EU, dicht gefolgt von den Problemen der Schweizerischen Luftfahrt und der Wirtschaftskriminalität. Knapp die Hälfte aller Analyseeinheiten konnten diesen drei Themen zugeordnet werden. Mit etwas Abstand folgen die Landwirtschaftspolitik und die Privatisierung staatlicher Betriebe. Die geringste Beachtung schenken die Medien der Olympiakandidatur.

Tabelle 6: Medienagenda

	Print	TV/Radio	Gesamt
Beziehungen der Schweiz zur EU (EU-Initiative)	17.3	12.7	16.6
Schweizerische Luftfahrt (SwissAir, Fluglärm)	16.1	17.1	16.3
Wirtschaftskriminalität und Geldwäsche	16.0	16.4	16.0
Fehler in der Landwirtschaftspolitik (BSE, MKS)	13.0	20.1	14.0
Privatisierung staatl. Betriebe (Post, SBB, Strom)	12.9	12.4	12.8
Neuausrichtung der Armee (Armeereform)	8.3	8.4	8.3
Qualität/Kosten der medizinischen Versorgung	6.8	2.7	6.2
Ausländerthematik/Integration von Ausländern	4.6	2.3	4.3
(Alpen-)Transit- und Schwerverkehr	3.8	4.7	3.9
Schweizerische Olympiakandidatur	1.2	3.3	1.5
N	1'864	299	2'163

Die Gesamtagenda wird aufgrund der Fallzahlen deutlich von der Agenda der Printmedien geprägt. Für die Berichterstattung der elektronischen Medien ergeben sich einige Abweichungen. Der Schwerpunkt liegt dort eindeutig beim Themenkomplex „Rinderwahnsinn“ und seinen Begleitumständen. Erst dann folgen die drei Topthemen der Printagenda, wobei deren Spitzenreiter Schweiz-EU nur von 13% der Beiträge in Funk und Fernsehen thematisiert wird. Auffällig ist auch, dass die Olympiakandidatur für Radio und TV attraktiver ist als die schwer visualisierbaren Themen der medizinischen Versorgung und der Integration von Ausländern.

6.3.2 Agendenvergleich

Stellt man nun die verschiedenen Agenden nebeneinander, wie es in Tabelle 7 geschehen ist, so wird auf den ersten Blick deutlich, dass die Medienagenda nur wenig mit der Awareness-Agenda und fast nichts mit der Priorities-Agenda der Befragten gemein hat.

Tabelle 7: Agendenvergleich (Rangfolgen)

	Medien		Awareness		Priorities	
	Print	TV/R	Off	On	Off	On
Beziehung der Schweiz zur EU (EU-Initiative)	1	4	1	1	7	7
Schweizerische Luftfahrt (SwissAir, Fluglärm)	2	2	2	2	6	6
Wirtschaftskriminalität und Geldwäscherei	3	3	6	6	3	4
Fehler in der Landwirtschaftspolitik (BSE, MKS)	4	1	4	3	2	1
Privatisierung staatl. Betriebe (Post, SBB, Strom)	5	5	8	9	8	8
Neuausrichtung der Armee (Armeereform)	6	6	10	10	9	9
Qualität/Kosten der medizinischen Versorgung	7	9	3	3	1	2
Ausländerthematik/Integration von Ausländern	8	10	5	5	4	3
(Alpen-)Transit- und Schwerverkehr	9	7	6	7	5	5
Schweizerische Olympiakandidatur	10	8	9	7	10	10
Rangkorrelationen (Spearman-Rho)	.79**		.97**		.98**	

** p<.01

Bei der Themenreichweite, die die Wahrnehmung der Medienöffentlichkeit durch das Publikum widerspiegelt, finden sich immerhin noch Übereinstimmungen auf den ersten beiden Rangplätzen. Die Wirtschaftskriminalität als drittes Topmedienthema wurde nur noch von 58% der Befragten in den Medien bemerkt und fällt auf Rang sechs zurück.

Stattdessen geraten die Verbraucherthemen BSE/MKS und die Gesundheitskosten deutlich stärker in den Wahrnehmungshorizont des Publikums als dies von ihrer Präsenz in den Medien her zu erwarten wäre.

Noch größere Abweichungen ergeben sich bei der Dringlichkeitseinschätzung. In der persönlichen Wichtigkeit der Schweizerinnen und Schweizer rücken die Beziehungen der Schweiz zur EU als Spitzenthema der Medien deutlich in den Hintergrund und finden sich nur noch auf Platz sechs wieder. Was den Befragten unter den Nägeln brennt, sind ganz klar auch hier die beiden Verbraucherthemen BSE/MKS und die medizinische Versorgung⁶. Die Probleme der Landwirtschaft sind zwar für die elektronischen Medien von höchster Priorität, gehören aber nicht zu den drei Spitzenthemen der Printagenda. Die Gesundheitskosten rangieren dagegen bei beiden Medienagenden auf den hinteren Plätzen.

Die Kluft zwischen Medien- und Bevölkerungsagenden lässt sich auch an den Rangkorrelationen ablesen, die in Tabelle 8 ausgewiesen sind. Keiner der Koeffizienten für die verschiedenen Gegenüberstellungen erreicht ein signifikantes Niveau. Während die Zusammenhänge zwischen Medien und Themenreichweite (awareness) noch moderat ausfallen, tendieren die Werte beim Vergleich von Medien und Themenwichtigkeit (priorities) gegen Null. Im Medienvergleich zeigt die Printagenda mehr Gemeinsamkeiten mit den beiden Publikumsagenden als die der elektronischen Medien.

Tabelle 8: Agendenvergleich (Korrelationen)

			Medienagenden		
			Print	TV/Radio	Gesamt
Publikumsagenden	Awareness	Offliner	.58	.29	.58
		Onliner	.57	.32	.57
	Priorities	Offliner	.14	.08	.14
		Onliner	.12	.09	.12

7. Zusammenfassung

Die in dieser Studie präsentierten Daten liefern keine Hinweise auf ein mögliches Ende der Gemeinsamkeiten in Folge der Internetnutzung. Sie stützen die theoretischen Zweifel an den Auswirkungen der Publikumsfragmentierungen und an einem eigenständigen Thematisierungspotenzial des neuen Mediums, obwohl in Folge der Internetnutzung moderate Umverteilungen bei der Zuwendung zu den einzelnen Medientypen zu beobachten sind. Der Befund gilt sowohl für die Wahrnehmung von Themen als auch für die persönliche Einschätzung ihrer aktuellen Dringlichkeit für die Schweiz. Damit lässt sich der Desintegrationsverdacht gegen das Internet entkräften. Die relative Gelassenheit ge-

6 Die hohe Dringlichkeit, die dem Thema Gesundheit in der Schweiz zugeschrieben wird, dokumentiert auch das vom Gfs-Forschungsinstitut (2001) erstellte Sorgenbarometer, welches im Auftrag der Credit Suisse jährlich im Oktober/November bevölkerungsrepräsentativ erhoben wird. Rangierte das Thema 1999 noch auf Platz drei, galt es im Jahr 2000, also sechs Monate vor der Datenerhebung der vorliegenden Studie, als des Schweizers/der Schweizerin größte Sorge und blieb es auch 12 Monate später.

genüber dieser Gefahr in der Schweiz, kann im Lichte der hier gewonnenen Daten durchaus als Ausdruck des Realitätssinns des Landes in der Antizipation von Gefahren für den gesellschaftlichen Integrationsdiskurs interpretiert werden. Die hohen Wellen, die Cass Sunsteins Thesen oder auch die von Robert Putnam (2000) initiierte Diskussion um die ‚Balkanisierung‘ durch das Internet in den USA geschlagen haben, zeigt, dass die Beunruhigung dort ungleich größer zu sein scheint.

Dessen ungeachtet bleibt als zweiter Befund festzuhalten, dass die Agenden beider Vergleichsgruppen deutlich von jener der traditionellen Medien abweichen. Dies trifft auf die Gewichtung und in etwas geringerem Maße auf die Reichweite der Themen zu. Ein solcher Befund gibt vor dem Hintergrund der Agenda-Setting-Forschung Rätsel auf. Ohne Zweifel ist die Frage der Einbindung des Landes in den europäischen Integrationsprozess für die Schweiz eine Frage von hoher wirtschaftlicher, politischer und kultureller Priorität. Die Massenmedien tragen dem Rechnung, indem sie das Thema an die Spitze ihrer Agenda setzen. Allerdings gelingt es ihnen nicht, eine entsprechende Sensibilisierung beim Publikum zu erreichen. Für die Bevölkerung stehen Themen im Vordergrund, die sich durch eine hohe Alltagsrelevanz auszeichnen und mit dem aus der Agenda-Setting-Forschung geläufigen Begriff der „obtrusive issues“ (vgl. Zucker 1978) beschrieben werden können. Interessanterweise sind aber die Topthemen des Publikums wie BSE/MKS, die Wirtschaftskriminalität oder die Ausländerproblematik eng mit der Frage der europäischen Integration verknüpft und können als deren alltagsrelevante Seite betrachtet werden. In dieser Lesart steht die Kluft zwischen Medien- und Publikumsagenda auch für die Kluft zwischen der Sensibilisierung für Ursachen und Folgen gesellschaftlicher Zusammenhänge. Sollte den Medien deren Überbrückung jemals gelungen sein, dann haben wir es hier mit einem Prozess zu tun, der die Aufmerksamkeit künftiger Forschung mehr als verdient.

Ein weiteres Fragezeichen lässt sich in Bezug auf die Themendefinition setzen. Diese bewegte sich in engen inhaltlichen Grenzen und lässt sich bezüglich der Klassifikation von Themenabstraktionen in „abstract issues“, „concrete issues“ und „events“, wie sie Yagade und Dozier (1990) vorgeschlagen haben, wohl in der Mehrzahl der Fälle den „concrete issues“ zuordnen. Fraglich ist diese Zuordnung allerdings beim Thema „Schweiz-EU“, das durchaus auch als „abstract issue“ begriffen werden könnte, obwohl in der Fragestellung mit dem Zusatz „EU-Initiative“ eine Konkretisierung und Verknüpfung mit einem aktuellen Ereignis versucht wurde. Wenn es stimmt, dass Agenda-Setting-Effekte mit steigendem Abstraktionsgrad unwahrscheinlicher werden (vgl. Yagade/Dozier 1990: 4), dann könnte die geringe Dringlichkeit des EU-Themas für die Bevölkerung auch mit seinem höheren Abstraktionsgrad erklärt werden.

Wie auch immer man die Agenden-Kluft interpretiert, mit der vorliegenden Untersuchung kann die Internetnutzung als mögliche Ursache ausgeschlossen werden. Allerdings nur unter den konzeptionellen Voraussetzungen, die bei der Studie getroffen wurden. Mit dem quasi-experimentellen Samplingdesign konnten zwar verzerrende Einflüsse demographischer Drittvariablen kontrolliert werden, gleichzeitig wurden dazu Vergleichsgruppen gebildet, die so in der sozialen Realität nicht existieren. Eine Überprüfung der Befunde anhand bevölkerungsrepräsentativer Studien ist dringend geboten.

Methodisch folgenreich könnte schließlich auch die etwas grobe Operationalisierung der Internetnutzung gewesen sein. Eine Differenzierung über die einfache Unterscheidung „keine Nutzung/regelmäßige Nutzung“ hinaus, würde unter Umständen jene Unterschiede produzieren, die so nicht sichtbar werden. Um Forschungen in diese Richtung zu stimulieren, sei eine letzte Auswertung angefügt. Vergleicht man die Agenden von Offlinern mit der jener Onliner, die angaben, das Internet für die Infor-

mation über nationale Ereignisse den anderen Medien vorzuziehen ($N = 82$), ergibt sich eine nicht-signifikante Awareness-Rangkorrelation von $r = 0,6$, was auf eine abweichende Themenreichweite bei Nicht-Nutzern und internetabhängigen Nutzern hindeutet. Allerdings verschwindet dieser Unterschied bei den Priorities-Agenden ($r = 0,9$) wieder. Eine Fortsetzung dieser Differenzierung ist mit unseren Daten nicht möglich, da damit die Parallelisierung der Vergleichsgruppen nicht aufrechterhalten werden kann.

Literatur

- ARD/ZDF-Arbeitsgruppe Multimedia (1999): Nichtnutzer von Online: Einstellungen und Zugangsbarrieren. In: *Media Perspektiven*, Nr. 8, S. 415 – 422.
- Beck, Ulrich (1994): The Debate on the „Individualization Theory“ in Today’s Sociology in Germany. In: *Soziologie. Journal of the Deutsche Gesellschaft für Soziologie*, Special Edition 3, S. 191 – 200.
- Bonfadelli, Heinz (2000): *Medienwirkungsforschung II. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur*. Konstanz.
- Bonfadelli, Heinz (2002): The Internet and Knowledge Gaps. A Theoretical and Empirical Investigation. In: *European Journal of Communication* 17, H. 1, S. 65 – 84.
- Bonfadelli, Heinz/Marr, Mirko (2002): Die Medien in der Informationsgesellschaft. In: Bundesamt für Statistik (Hrsg.): *Informationsgesellschaft Schweiz. Standortbestimmung und Perspektiven*. Neuchâtel, S. 49 – 67.
- Bortz, Jürgen/Döring, Nicola (1995): *Forschungsmethoden und Evaluation*. Berlin, Heidelberg, New York.
- Brosius, Hans-Bernd (1994): Agenda-Setting nach einem Vierteljahrhundert Forschung: Methodischer und theoretischer Stillstand? In: *Publizistik* 39, H. 3, S. 269 – 288.
- Cook, Thomas D./Campbell, Donald T. (1979): *Quasi-Experimentation: Design and Analysis Issues for Field Settings*. Chicago.
- Dearing, James W./Rogers, Everett M. (1996): *Agenda-Setting*. Thousand Oaks.
- Donges, Patrick (2002): Durchsetzung von Integrationsanforderungen an den Rundfunk über Verhandlungssysteme? In: Imhof, Kurt/Jarren, Otfried/Blum, Roger: *Integration und Medien. Mediensymposium Luzern*, Band 7. Wiesbaden, S. 336 – 346.
- Donges, Patrick/Jarren, Otfried (1999): Politische Öffentlichkeit durch Netzkomunikation. In: Kamps, Klaus (Hrsg.): *Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation*. Opladen, S. 85 – 108.
- Fisher, Dana R/Wright, Larry M. (2001): On Utopias and Dystopias: Toward an Understanding of the Discourse Surrounding the Internet. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 6, H. 2, In: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol6/issue2/fisher.html> <30.06.02>.
- GfS-Forschungsinstitut (2001): Ereignisse, politische und wirtschaftliche Zyklen als Determinanten des Problembewusstseins. Schlussbericht zum „Sorgenbarometer 2001“ für das Bulletin der Credit Suisse. Bern, erhältlich unter: <http://emagazine.credit-suisse.ch>.
- Graber, Doris A. (1988): *Processing the News: How People Tame the Information Tide*. White Plains.
- Hagen, Lutz (1998): Online-Nutzung und Nutzung von Massenmedien. Eine Analyse von Substitutionen und Komplementärbeziehungen. In: Rössler, Patrick (Hrsg.): *Online-Kommunikation. Beiträge zur Nutzung und Wirkung*. Opladen, S. 105 – 122.
- Hagen, Lutz M./Kamps, Klaus (1999): Netz-Nutzer und Netz-Nutzung. Zur Rezeption politischer Informationen in Online-Medien. In: Kamps, Klaus (Hrsg.): *Elektronische Demokratie. Perspektiven politischer Partizipation*. Opladen, S. 209 – 226.
- Handel, Ulrike (2000): Die Fragmentierung des Medienpublikums. Bestandsaufnahme und empirische Untersuchung eines Phänomens der Mediennutzung. Wiesbaden.
- Hasebrink, Uwe (1994): Das Publikum verstreut sich. Zur Entwicklung der Fernsehnutzung. In:

- Jarren, Otfried (Hrsg.): Medienwandel – Gesellschaftswandel? Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland: Eine Bilanz. Berlin, S. 265 – 287.
- Hasebrink, Uwe (1997): „Ich bin viele Zielgruppen.“ Anmerkungen zur Debatte um die Fragmentierung des Publikums aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht. In: Scherer, Helmut/Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.): Zielgruppen, Publikumssegmente, Nutzergruppen. Beiträge aus der Rezeptionsforschung. München, S. 262 – 280.
- Heuser, Uwe J. (1996): Tausend Welten. Die Auflösung der Gesellschaft im digitalen Zeitalter. Berlin.
- Holtz-Bacha, Christina (1997): Das fragmentierte Medienpublikum. Folgen für das politische System. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung ‚Das Parlament‘, H. 42, S. 13 – 21.
- Holtz-Bacha, Christina/Peiser, Wolfram (1999): Verlieren die Massenmedien ihre Integrationsfunktion? Eine empirische Analyse zu den Folgen der Fragmentierung des Medienpublikums. In: Hasebrink, Uwe/Rössler, Patrick (Hrsg.): Publikumsbindungen. Medienrezeption zwischen Individualisierung und Integration. München, S. 41 – 56.
- Jäckel, Michael (1996): Wahlfreiheit in der Fernsehnutzung. Eine soziologische Analyse zur Individualisierung der Massenkommunikation. Opladen.
- Jäckel, Michael (1999): Individualisierung und Integration. Die Bedeutung von Medienangeboten. In: Hasebrink, Uwe/Rössler, Patrick (Hrsg.): Publikumsbindungen. Medienrezeption zwischen Individualisierung und Integration. München, S. 11 – 19.
- Jarren, Otfried (Hrsg.) (1994a): Medienwandel – Gesellschaftswandel? Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland: Eine Bilanz. Berlin.
- Jarren, Otfried (1994b): Medien-Gewinne und Institutionen-Verluste? – Zum Wandel des intermediären Systems in der Mediengesellschaft. In: Jarren, Otfried (Hrsg.): Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Opladen, S. 23 – 34.
- Jarren, Otfried (1998): Internet – neue Chancen für die politische Kommunikation? In: Aus Politik und Zeitgeschichte, H. 40, S. 13 – 21.
- Jarren, Otfried (2000): Gesellschaftliche Integration durch Medien? Zur Begründung normativer Anforderungen an die Medien. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 48, H. 1, S. 22 – 41.
- Koordinationsgruppe Informationsgesellschaft (KIG) (2001): Dritter Bericht der Koordinationsgruppe Informationsgesellschaft an den Bundesrat. Biel.
- Krotz, Friedrich (1999): Individualisierungsthese und Internet. In: Latzer, Michael/Maier-Rabler, Ursula/Siebert, Gabriele/Steinmauer, Thomas (Hrsg.): Die Zukunft der Kommunikation. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft. Innsbruck, Wien, S. 347 – 366.
- Lievrouw, Leah A. (2001): New Media and the „Pluralization of Life-Worlds“. A role for information in social differentiation. In: New Media & Society 3, H. 1, S. 7 – 28.
- Marshall, Stefan (1997): Politik „online“ – Demokratische Öffentlichkeit dank Internet? In: Publististik 42, H. 3, S. 304 – 324.
- Marshall, Stefan (1999): Glaubwürdigkeit in der politischen Online-Kommunikation. Politische Netzöffentlichkeiten in der ‚Unglaubwürdigkeitsfalle. In: Rössler, Patrick/Wirth, Werner (Hrsg.): Glaubwürdigkeit im Internet. Fragestellungen, Modelle, empirische Befunde. München, S. 157 – 172.
- McCombs, Maxwell E. (1977): Agenda Setting Function of Mass Media. In: Public Relations Review 3, H. 4, S. 89 – 95.
- McCombs, Maxwell E./Shaw, Donald L./Weaver, David H. (Hrsg.) (1997): Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory. Hillsdale.
- McQuail, Denis (1994): Mass Communication Theory. An Introduction. London.
- McQuail, Denis (1997): Audience Analysis. Thousand Oaks.
- Neuman, W. Russell (1991): The Future of the Mass Audience. Cambridge.
- Neuman, W. Russell (2000): The Impact of the New Media. In: Bennett, W. Lance/Entman, Robert M. (Hrsg.): Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy. New York: Cambridge University Press, S. 299 – 320.
- Nie, Norman H./Erbring, Lutz (2000): Internet and Society. A Preliminary Report. Stanford.

- Oehmichen, Ekkehart/Schröter, Christian (2001): Information: Stellenwert des Internets im Kontext klassischer Medien. Schlussfolgerungen aus der ARD/ZDF-Online-Studie 2001. In: *Media Perspektiven* H. 8, S. 410 – 421.
- Putnam, Robert D. (2000): *Bowling Alone: The Collapse and Retrieval of American Community*. New York.
- Ridder, Christa-Maria/Engel, Bernhard (2001): Massenkommunikation 2000: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich. Ergebnisse der 8. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie zur Mediennutzung und -bewertung. In: *Media Perspektiven*, H. 3, S. 102 – 125.
- Rössler, Patrick (1997a): Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese. Opladen.
- Rössler, Patrick (1997b): Die Definitionsmaut für Themen des politischen Diskurses in einer veränderten Kommunikationswelt. Agenda-Setting und die Individualisierungstendenzen im Online-Zeitalter – ein Szenario. In: Schatz, Heribert/Jarren, Otfried/Knaup, Bettina (Hrsg.): *Machtkonzentration in der Multimediagesellschaft? Beiträge zu einer Neubestimmung des Verhältnisses von politischer und medialer Macht*. Opladen, S. 78 – 97.
- Rössler, Patrick (Hrsg.) (1998): *Online-Kommunikation. Beiträge zur Nutzung und Wirkung*. Opladen.
- Rössler, Patrick (1999): Politiker: Die Regisseure in der medialen Themenlandschaft der Zukunft? Agenda-Setting-Prozesse im Zeitalter neuer Kommunikationstechnologien. In: Imhof, Kurt/Jarren, Otfried/Blum, Roger (Hrsg.): *Steuerungs- und Regelungsprobleme in der Informationsgesellschaft*. Opladen/Wiesbaden, S. 149 – 166.
- Rühl, Manfred (1985): Integration durch Massenkommunikation? Kritische Anmerkungen zum klassischen Integrationsbegriff. In: Saxer, Ulrich (Hrsg.): *Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien*. Zürich, S. 19 – 32.
- Saxer, Ulrich (2002): Vereinigung nicht zwingend. Droht der Gesellschaft eine „digitale Spaltung“? In: Neue Zürcher Zeitung vom 16.08.2002.
- Schönbach, Klaus (1997): Das hyperaktive Publikum – Essay über eine Illusion. In: *Publizistik* 42, H. 3, S. 279 – 286.
- Schroer, Markus (2000): Das Individuum der Gesellschaft. Synchrone und diachrone Theorieperspektiven. Frankfurt am Main.
- Schulz, Winfried (1997): Neue Medien – Chancen und Risiken. Tendenzen der Medienentwicklung und ihre Folgen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung ‚Das Parlament‘, H. 42, S. 3 – 12.
- Schulz, Winfried (1999): Fernsehen und sozialer Wandel: Untersuchungen zur Integrations- und Fragmentierungsthese. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Massenmedien und Zeitgeschichte*. Konstanz, S. 90 – 105.
- Schweiger, Wolfgang (1999): Medienglaubwürdigkeit – Nutzungserfahrung oder Medienimages? Eine Befragung zur Glaubwürdigkeit des World Wide Web im Vergleich mit anderen Medien. In: Kamps, Klaus (Hrsg.): *Elektronische Demokratie. Perspektiven politischer Partizipation*. Opladen, S. 89 – 110.
- Schweizerischer Bundesrat (1998): Strategie des Bundesrates für eine Informationsgesellschaft in der Schweiz. In: http://e-gov.admin.ch/extradoc/strategie_de.pdf <30.04.2002>
- Stempel, Guido H./Hargrove, Thomas/Bernt, Joseph P. (2000): Relation of Growth of Use of the Internet to Changes in Media Use from 1995 to 1999. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly* 77, H. 1, S. 71 – 79.
- Sunstein, Cass R. (2001): The Daily We. Is the Internet really a blessing for democracy? In: *Boston Review* 26, H. 3-4, S. 4 – 9.
- Trechsel, Alexander H. (2002): Politik und Verwaltung in der Informationsgesellschaft. In: Bundesamt für Statistik (Hrsg.): *Informationsgesellschaft Schweiz. Standortbestimmung und Perspektiven*. Neuchâtel, S. 101 – 118.
- van Eimeren, Birgit/Gerhard, Heinz/Frees, Beate (2001): ARD/ZDF-Online-Studie 2001: Internetnutzung stark zweckgebunden. Entwicklung der Online-Medien in Deutschland. In: *Media Perspektiven*, H. 8, S. 382 – 397.

- Winkel, Olaf (2001): Die Kontroverse um die demokratischen Potenziale der interaktiven Informationstechnologien – Positionen und Perspektiven. In: *Publizistik* 46, H. 2, S. 140 – 161.
- Wirth, Werner/Schweiger, Wolfgang (Hrsg.) (1999): Selektion im Internet. Empirische Analysen zu einem Schlüsselkonzept. Opladen.
- Yagade, Alileen/Dozier, David M. (1990): The Media Agenda-Setting Effect of Concrete versus Abstract Issues. In: *Journalism Quarterly* 67, S. 3 – 10.
- Zucker, Harold. G. (1978): The Variable Nature of News Media Influence. In: Ruben, B. D. (Hrsg.): *Communication Yearbook* 2. New Brunswick, S. 225 – 240.