

Abschlussbericht
für das DFG-Projekt

„Agenda-Learning - ein Experiment zum
individuellen Agenda-Setting
durch Onlinenachrichten“

(SCHW- 1174/3-1 bzw. SCHW- 1174/3-2)

Kristin Bulkow & Wolfgang Schweiger

Ilmenau, Januar 2012

I. Allgemeine Angaben

DFG-Geschäftszeichen	SCHW- 1174/3-1 bzw. SCHW- 1174/3-2
Antragsteller	Prof. Dr. Wolfgang Schweiger
Institut/Lehrstuhl	Institut für Medien und Kommunikations- wissenschaft, TU Ilmenau Fachgebiet Public Relations und Technik- Kommunikation
Thema des Projekts	Agenda-Learning - ein Experiment zum individuellen Agenda-Setting durch Onlinenachrichten
Berichtszeitraum	01.11.2008 bis 31.10.2011
Förderungszeitraum insgesamt	01.11.2008 bis 31.10.2011

Publikationen

- Bulkow, K. & Schweiger, W. (2010). Ein Blick in den Automaten – individuelle Lernprozesse als vernachlässigte Größe im Agenda-Setting-Ansatz. In: Schemer, C., Wirth, W. & Wunsch, C. (Hrsg.): Politische Kommunikation. Wahrnehmung, Verarbeitung, Wirkung. Baden-Baden: Nomos, S. 213-239.
- Bulkow, K. & Schweiger, W. (2012, angenommen). Agenda Setting und Dual Processing - Varianten der Nachrichtenrezeption als Determinante im Agenda Setting. In: Jandura, O., Fahr, A. & Wunsch, C. (Hrsg.). Neue Medienumgebungen, neue Rezeptionssituationen, andere Wirkungen? Theoretische Herausforderungen für die Rezeptions- und Wirkungsforschung (Arbeitstitel). Nomos.
- Bulkow, K. & Schweiger, W. (2012, im Druck). Agenda Setting. In: Schweiger, W. & Fahr, A. (Hrsg.). Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden: VS.
- Bulkow, K., Urban, J. & Schweiger, W. (2011). The Duality of Agenda Setting: The Role of Information Processing. Paper präsentiert auf der Jahrestagung der International Communication Association in Boston, 28.05.2011. URL http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/4/8/9/9/4/p489946_index.html?phpsessid=19ba4476a6b585454f72aced219a7f9e. (30.01.2012)
- Bulkow, K., Urban, J. & Schweiger, W. (2012, angenommen). The Duality of Agenda Setting: The Role of Information Processing. International Journal of Public Opinion Research.

II. Arbeits- und Ergebnisbericht

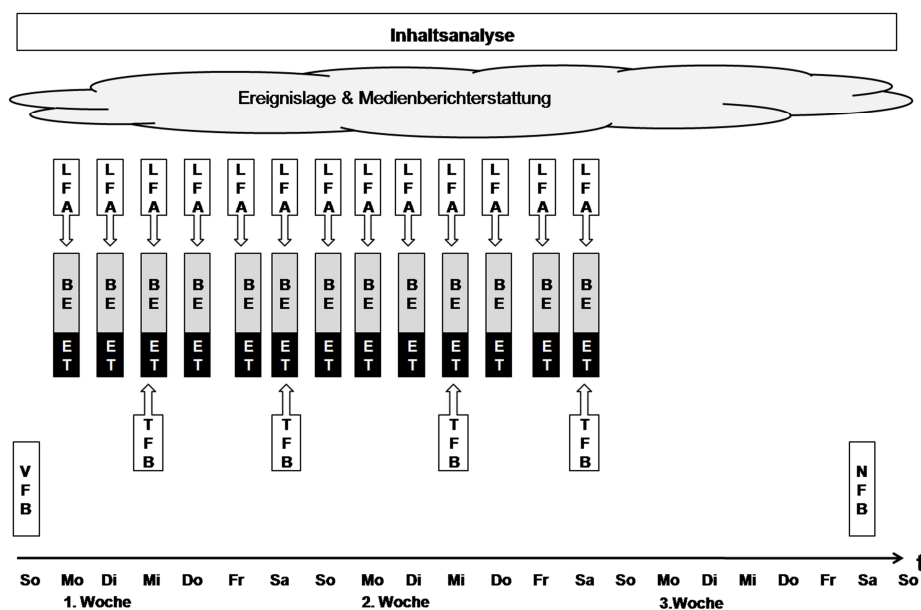
0. Vorbemerkung

Der folgende Bericht umfasst insgesamt den Förderungszeitraum vom 01. November 2008 bis zum 31. Oktober 2011. Dabei wird der Schwerpunkt der Darstellung zum einen auf elementare Arbeitsschritte gelegt, die im Zwischenbericht noch nicht ausführlich geschildert wurden, wie z.B. die Datenfusion (vgl. 3.1). Zum anderen sollen vor allem die seit dem Zwischenbericht erfolgten Arbeitsschritte und deren Ergebnisse vorgestellt werden. Bei Bedarf wird auf den im Sommer 2010 vorgelegten Zwischenbericht verwiesen.

1. Fragestellung

Ziel des Projektes war es, individuelle Agenda-Setting-Prozesse, also die kumulative Herausbildung bzw. Veränderung persönlicher Salienzen (Agenda-Learning), in einem Onlineexperiment (vgl. Abbildung 1) anhand einer Nachrichten-Website zu untersuchen.

Abbildung 1: Gesamtkonzeption der Studie im Überblick



Legende: BE: übernommene Berichterstattung auf der Experimental-Website; ET: Experimentalthema; LFA: Logfileanalyse; VFB: Vorherfragebogen; NFB: Nachherfragebogen; TFB: Tagesfragebogen.

Dabei ging es insbesondere darum, einen theoretischen und empirischen Beitrag zum bis dato wenig berücksichtigten Prozesscharakter des individuellen Agenda-Settings zu leisten. Fragen, die im Rahmen des Projektes untersucht werden sollten, waren:

- Was passiert, wenn ein Individuum zum allerersten Mal in der Medienberichterstattung mit einem gänzlich neuen Thema konfrontiert wird?
- Wie viele Kontakte, d.h. wiederholt rezipierte Medienberichte, sind nötig, bis die Person das Thema behält (=lernt)?

- Nach wie vielen Kontakten und unter welchen Bedingungen fangen Rezipienten an, ein Thema für relevant zu halten – für sich persönlich oder gesellschaftlich?
- Wie lange bleiben Themen in der persönlichen Agenda und wie verdrängen neue Themen alte? Gelten die bisher auf der Makroebene identifizierten Verlaufsmodelle wie das Trägheitsmodell (Kepplinger et al. 1989) auch auf der Individualebene?
- Welche Rolle spielen in diesem Zusammenhang situative Nutzungsmotive und die Neigung von Rezipienten, bestimmte Themen in der Medienberichterstattung zu ignorieren (Selective Exposure, vgl. den Überblick bei Schweiger 2007)?
- Unter welchen Bedingungen suchen Rezipienten aktiv nach weiteren Informationen zu einem Thema oder sprechen darüber mit anderen?
- Welche Faktoren verstärken individuell unterschiedliche Themenagenden („agenda diversity“), welche führen zu einer intersubjektiven Vereinheitlichung?

Eine zentrale Aufgabe bei der Bearbeitung dieser Forschungsfragen bestand in der Entwicklung und Umsetzung des neuartigen Methodenkonzepts (vgl. Abbildung 1), das Befragung, Inhalts- und Logfileanalyse vereint, sowie in der nachfolgenden Verknüpfung der einzelnen Datensätze auf Individualniveau. Die so entstandene Datenbasis ermöglicht eine intra- und interindividuelle Nachzeichnung der Entwicklung der Themenwichtigkeit in Abhängigkeit von den variierten Faktoren Häufigkeit der Berichterstattung, Salienz der Berichterstattung und Thementyp (vgl. Tabelle 1; sowie Abschnitt 3.1).

Tabelle 1: Experimentalplan

<i>Häufigkeit der Berichterstattung</i>		täglich		insgesamt drei Mal	
<i>Salienz der Berichterstattung</i>		Aufmacher	Kurzberichte	Aufmacher	Kurzberichte
<i>Thementyp</i>	Krise	Gruppe 1	Gruppe 2	Gruppe 3	Gruppe 4
	Problem	Gruppe 5	Gruppe 6	Gruppe 7	Gruppe 8

2. Entwicklung des Projektes im Förderzeitraum

Im Verlängerungszeitraum wurden, aufbauend auf den Ergebnissen der ersten Förderperiode, die gefundenen Regelmäßigkeiten stärker hinsichtlich ihrer Prozesshaftigkeit analysiert und – über das fingierte Experimentalthema hinaus – auch für damals reale Themen der Berichterstattung überprüft. Außerdem wurde die internationale Sichtbarmachung des Projektes und seiner Ergebnisse vorbereitet und vorangetrieben.




3. Arbeitsbericht und Forschungsergebnisse

3.1 Zusammensetzung des Datensatzes und verwendete Analysemethoden

Die Feldphase lief im November/Dezember 2009. Pro Befragungswelle nahmen im Schnitt 380 Personen teil, 251 Personen ließen keine einzige Befragung aus und besuchten täglich die























Website. Im Anschluss der Feldphase erfolgte die Verknüpfung der verschiedenen Datensätze. Dabei standen zum einen für jeden Teilnehmer individuell erhobene Daten aus den Befragungen und der Logfile-Analyse zur Verfügung, zum anderen Daten der Inhaltsanalyse der allgemeinen Medienberichterstattung im Untersuchungszeitraum (Tabelle 2).

Tabelle 2: Zur Verfügung stehendes Datenmaterial

	<i>Individuell erhobene Daten</i>		<i>Allgemeine Medienberichterstattung</i>
<i>Erhebungsmethode</i>	Befragung 	Logfile-Analyse 	Inhaltsanalyse 
<i>Inhalte</i>	Soziodemographie, Medienutzung & Agenda Setting-Variablen	Nutzung der Experimental-Website allgemein, Häufigkeit der Auswahl und Dauer pro genutztem Artikel	Mediensalienz der abgefragten realen Themen & aggregierte Medienagenda

Ausgangspunkt der Datenfusion waren die Befragungsdatensätze der einzelnen Befragungszeitpunkte. Die Daten jedes einzelnen Teilnehmers wurden dabei jeweils um dessen individuelle Nutzungsdaten der Experimental-Website innerhalb des betreffenden Zeitraums ergänzt. Aus den Daten der Inhaltsanalyse wurde für die Tage zwischen den Befragungen die jeweilige reale Medienagenda erstellt jedem Teilnehmer zugespielt. Die so entstandenen Datensätze der einzelnen Wellen wurden im Anschluss zu einem Gesamtdatensatz zusammengefasst (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Prinzip der Datenfusion

	Baseline Tag 0	Experimentalphase				Follow up nach 20 Tagen	
		nach 3 Tagen	nach 6 Tagen	nach 10 Tagen	nach 13 Tagen		
 Teilnehmer	 = +	 +	 +	 +	 +	 +	
		 +	 +	 +	 +		
		 = =	 = =	 = =	 = =	 = =	
		 +	 +	 +	 +	 +	 =

Neben der Wichtigkeit des Experimentalthemas wurde in den Befragungen auch die Relevanz realer Medienthemen erhoben. Da einige Themen anhaltend in der Berichterstattung vertreten waren, konnten sie über den gesamten Untersuchungszeitraum abgefragt werden. Andere wurden dagegen nur kurzzeitig berichtet und deshalb im Untersuchungsverlauf durch neu aufkommende Themen ersetzt. Einen Überblick über die abgefragten Themen und die Zeitpunkte ihrer Abfrage liefert Tabelle 4.

Tabelle 4: Überblick über die abgefragten realen Themen der Medienberichterstattung

Thema	Zeitpunkt der Abfrage					
	Vorher-Befragung – Tag 0	Tagesfragebogen 1 – nach 3 Tagen	Tagesfragebogen 2 – nach 6 Tagen	Tagesfragebogen 3 – nach 10 Tagen	Tagesfragebogen 4 – nach 13 Tagen	Nachher-Befragung – nach 20 Tagen
Schweinegrippe	X	X	X	X	X	X
Studentenproteste	X	X	X	X	X	X
Finanzkrise	X	X	X	X	X	X
Rente mit 67	X	X	X			X
Tod Enke	X	X	X			X
Erkrankung La-fontaine			X	X		X
Fußball-Wettskandal			X	X	X	X
EU-Telekomreform				X	X	X
Opel-Sanierung				X	X	X

Um die Prozesshaftigkeit des Agenda Settings stärker zu berücksichtigen, erfolgt die Auswertung, anders als im Zwischenbericht, vorwiegend über AN(C)OVAs mit Messwiederholung. Für die Beantwortung einiger Fragen werden außerdem Pfadanalysen herangezogen.

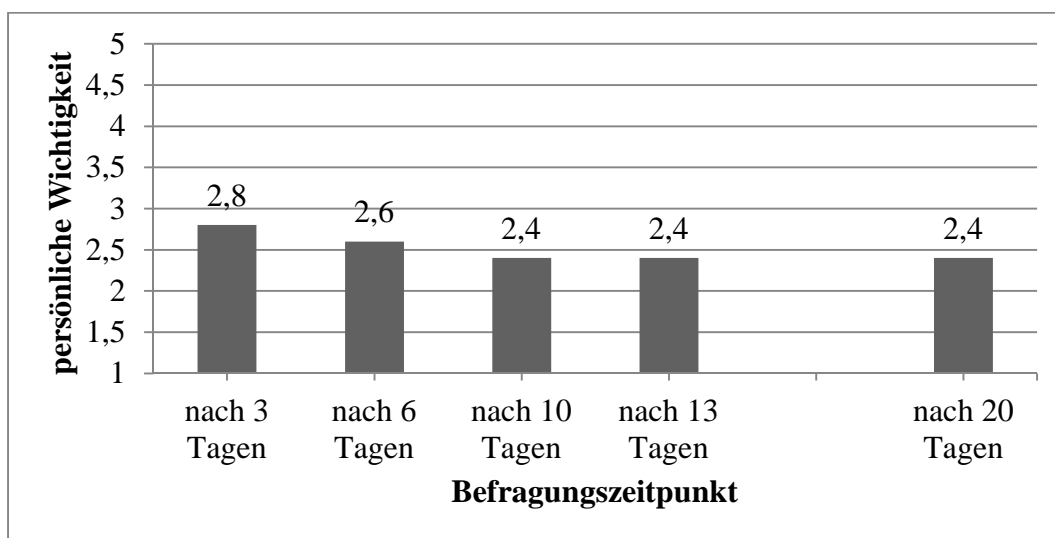
3.2 Ergebnisse

Insgesamt ist die Einschätzung der Themenwichtigkeit zu allen Zeitpunkten der Untersuchung stark von der ursprünglichen Einschätzung des Themenkomplexes geprägt. Dies gilt sowohl für die persönliche, wie auch für die wahrgenommene Wichtigkeitseinschätzung. Allerdings fällt der Zusammenhang bei den persönlichen Urteilen noch etwas stärker aus. Demnach werden durch den Kontakt mit einem Thema in der Medienberichterstattung offenbar zunächst einmal bestehende Einschätzungen aktiviert und für die aktuelle Urteilsbildung herangezogen.

Allgemeine Befunde – Berichterstattungshäufigkeit & Aufmachung des Experimentalthemas

Die höchste *persönliche* Wichtigkeitseinschätzung im Gesamtzeitraum fand bereits nach drei Tagen statt (vgl. Abbildung 2). Dabei wurde das Thema dann als wichtiger eingeschätzt, wenn es täglich und nicht nur gelegentlich berichtet wurde. Dieser Effekt spiegelt offenbar die höhere Kontaktchance bei täglicher Berichterstattung wieder. Ein Einfluss der Berichterstattung zeigt sich demnach relativ prompt. Über die Zeit gesehen verlor das Thema an Wichtigkeit. Es zeigt sich allerdings, dass sich eine Abnahme der persönlichen Relevanz nicht sukzessive vollzieht. Vielmehr handelt es sich um einen einmaligen signifikanten Abfall nach drei bis fünf Tagen.

Abbildung 2: Entwicklung der persönlichen Themenwichtigkeit, AN(C)OVA mit Messwiederholung, geschätzte Randmittel, n=251



Die persönliche Wichtigkeit wurde auf einer Skala von 1=völlig unwichtig bis 5=sehr wichtig gemessen.

Dies deutet darauf hin, dass Rezipienten ihre persönliche Einschätzung der Themenwichtigkeit bereits innerhalb der ersten Berichterstattungswoche entwickeln. Dabei könnte entweder das Ersturteil, welches anhand relativ weniger Informationen getroffen wurde, generell korrigiert worden sein. Es ist aber auch denkbar, dass sich der Neuigkeitswert des Themas relativ schnell abnutzt und die Aufmerksamkeit des Publikums auf neu aufkommende Themen abgestellt wird. Da auch fast alle Themen der realen Berichterstattung innerhalb der ersten Tage nach ihrem Aufkommen wichtiger eingeschätzt wurden als zu späteren Zeitpunkten, scheint dies ein nicht zu vernachlässigender Punkt zu sein. Unterschiedliche Entwicklungsverläufe der Wichtigkeit des Experimentalthemas in Abhängigkeit von den Berichterstattungsmerkmalen sind nicht festzustellen. Allerdings wird das Thema im Schnitt tendenziell dann wichtiger eingeschätzt, wenn die Berichterstattung täglich erfolgte und nicht nur gelegentlich. Die Aufmachung spielte bei der Entwicklung der persönlichen Themenwichtigkeit keine Rolle.

Ein ähnliches Bild zeigten auch die Nennungen des Experimentalthemas auf die offene Frage nach den Themen mit der größten persönlichen Bedeutung. Aufgrund der fehlenden realen Berichterstattung zu dem Experimentalthema war nicht zu erwarten, dass das Thema bei den Untersuchungsteilnehmern zu einem Top-Thema avancierte. Dennoch nannten immerhin 17 Personen das Experimentalthema bereits nach den ersten drei Tagen ungestützt als eines der

für sie wichtigsten Themen. Die Reaktion auf die Berichterstattung erfolgte somit auch hier relativ prompt. Am sechsten Tag nannten das Thema 19, am zehnten Tag 21 Personen. Fast alle gehörten jeweils zu der Gruppe, die die Experimentalartikel täglich und nicht nur gelegentlich präsentiert bekam, sodass hier von einem Priming-Effekt (vgl. Peter 2002) ausgegangen werden kann. Häufige und kürzlich erfolgte Berichterstattung macht dabei die kognitiven Strukturen zum Thema besser verfügbar, so dass diese bei der Frage nach den wichtigsten Themen leicht zugänglich sind und deshalb bevorzugt auf diese zugegriffen wird. Am 13. Tag wurde das Thema nur noch von vier Personen, nach der Beendigung der Berichterstattung überhaupt nicht mehr genannt. Zwischen dem zehnten und dem 13. Berichterstattungstag haben hier demnach andere Themen die Position des Experimentalthemas übernommen. Dies kann aus einem Sättigungseffekt resultieren, gleichzeitig ist aber auch wieder der oben beschriebene Einfluss konkurrierender Themen als Ursache denkbar.

Die *wahrgenommenen Themenwichtigkeit* für die Bevölkerungsmehrheit blieb im Untersuchungsverlauf stabil und offenbar von den Berichterstattungsmerkmalen unbeeinflusst. Weder waren unterschiedliche Verläufe, noch Unterschiede in der Höhe der Urteile feststellbar. Lediglich die Analyse der einzelnen Messzeitpunkte zeigt einen tendenziellen Einfluss der Aufmachung, der eine Woche nach Beendigung der Berichterstattung signifikant wird. Das Thema wird dann für die Mehrheit der Bevölkerung als wichtiger befunden, wenn es in den Wochen zuvor großformatig und nicht nur als Kurzmeldung präsentiert wurde. Die geringen Veränderungen im Bereich der wahrgenommenen Wichtigkeit könnten zum einen daraus resultieren, dass keine reale Berichterstattung zum Thema erfolgte und die Teilnehmer das Thema deshalb auch nicht als typisches Medienthema mit relativ großer Reichweite eingeschätzt haben. Auch auffällige Berichterstattungsmerkmale könnten dann nur wenig Einfluss entfalten. Zum andern ist es auch denkbar, und darauf deutet der sich erst spät entwickelnde Effekt der Aufmachung hin, dass der Agenda Setting-Effekt im Bereich der wahrgenommenen Themenwichtigkeit eher als kumulativ zu betrachten ist. Demnach ist es möglich, dass der Time-lag hier größer ist und der Zeitrahmen der Untersuchung zu eng gesteckt war.

Bislang sind allerdings die problemorientierte und die krisenhafte Darstellung des Themas simultan betrachtet worden. Die bisherigen Forschungsergebnisse deuten jedoch darauf hin, dass bei unterschiedlichen Thementypen auch unterschiedliche Themenkarrieren zu erwarten sind. Dies bedeutet auch, dass die Präsentationsweisen unterschiedlichen Einfluss auf die Wichtigkeitseinschätzungen entfalten sollten.

Befunde bei unterschiedlichen Thementypen

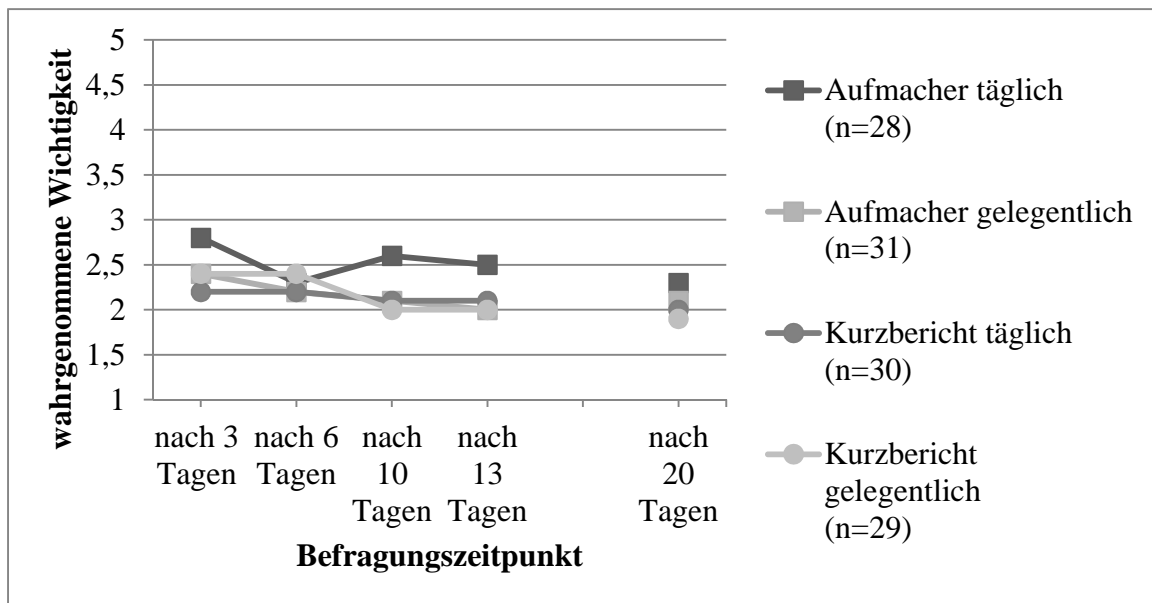
Der Thementyp selbst beeinflusst weder die *persönliche Wichtigkeitseinschätzung* zu einzelnen Zeitpunkten, noch deren Entwicklung im Zeitverlauf. Über den Gesamtzeitraum gesehen wird die Krise allerdings im Schnitt marginal wichtiger eingeschätzt als das Problem. Im Bereich der *wahrgenommenen Themenwichtigkeit* können keinerlei Unterschiede festgestellt werden. Der Thementyp allein hat demnach keine entscheidenden Auswirkungen auf die Wichtigkeitsurteile.

Im Bereich der *persönlichen Themenwichtigkeit* gab es bei beiden Thementypen während der Zeit der laufenden Berichterstattung eine Tendenz zur Abnahme. Nur im Fall der Krise wird diese signifikant, wenn man den Messwert der Nachbefragung in die Betrachtung mit einbe-

zieht. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Wichtigkeitseinschätzungen bei der problemorientierten Berichterstattung ab dem sechsten Tag stabil bleiben und sich auch in der Zeit nach der Beendigung der Berichterstattung nicht mehr verändern. Die Teilnehmer haben sich demnach offenbar bereits innerhalb der ersten Woche ein abschließendes Urteil über das Thema gebildet. Im Fall der Krise handelt es sich dagegen eher um eine allmähliche Abnahme der Themenwichtigkeit im Laufe der zweiwöchigen Berichterstattung. Die Beendigung der Berichterstattung führte aber auch hier nicht dazu, dass die Themenwichtigkeit weiter sank. Die Beitragseigenschaften spielten hier nur eine untergeordnete Rolle. Bei der problemorientierten Berichterstattung war es die großformatige Aufmachung, die das Absinken der Themenwichtigkeit tendenziell verzögerte. Bei der Krise war es die tägliche Berichterstattung, die im Schnitt zu tendenziell höheren Wichtigkeitseinschätzungen führte.

Größere Unterschiede gibt es im Bereich der *wahrgenommenen Themenwichtigkeit*. Es bestätigt sich zunächst der Befund früherer Studien, dass das Themensetzungspotenzial der Medien bei bekannten Problemen beschränkt ist (vgl. z.B. Proress et al. 1987). Die Entwicklung der wahrgenommenen Themenwichtigkeit wird in unserer Untersuchung nicht von den Berichterstattungsmerkmalen beeinflusst, wenn das Thema problemorientiert berichtet wurde. Bei einem bekannten Problem führt demnach auch unterschiedliche Betonung in der Berichterstattung nicht dazu, dass das Thema für die Bevölkerungsmehrheit als unterschiedlich wichtig erachtet wird. Dies scheint jedoch nicht für krisenhafte Entwicklungen zu gelten. Hier beeinflusste, insbesondere für den Zeitraum der laufenden Berichterstattung, sowohl die Häufigkeit wie auch die Themenaufmachung das Urteil der Teilnehmer. Eine Interaktion der beiden Berichterstattungsmerkmale war nicht festzustellen. Ein Blick auf die Entwicklung der Themenwichtigkeit unter Berücksichtigung der Präsentationsweisen zeigt, dass insbesondere der täglich präsentierte Aufmacher – trotz der Schwankung in der ersten Woche – zu einer abweichenden Entwicklung der wahrgenommenen Wichtigkeit führte. Während die Wichtigkeit bei allen anderen Präsentationsweisen im Zeitverlauf sank, stieg beim täglich präsentierten Aufmacher die wahrgenommene Wichtigkeit des Themas in der zweiten Woche wieder an und blieb auf höherem Niveau als bei den anderen Präsentationsweisen (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Thementyp Krise – Entwicklung der wahrgenommenen Wichtigkeit während der laufenden Berichterstattung nach Präsentationsform, geschätzte Randmittel, n=118



Die wahrgenommene Wichtigkeit wurde auf einer Skala von 1=völlig unwichtig bis 5=sehr wichtig gemessen.

Großformatige und hochfrequente Berichterstattung muss demnach bei Krisenthemen nicht zwangsläufig dazu führen, dass das Thema persönlich wichtiger eingeschätzt wird als bei unauffälliger Präsentation. Offenbar führt eine stärkere Betonung in der Berichterstattung jedoch zu einer erhöhten gesellschaftlichen Problemwahrnehmung.

Insgesamt lässt sich die Entwicklung der Themenwichtigkeit im Falle eines gesellschaftlichen Problems mit dem Trägheitsmodell (vgl. Kepplinger et al. 1989) beschreiben, das insbesondere für länger eingeführte Themen Gültigkeit beansprucht. Hier stagniert, wie in den Annahmen des Modells postuliert, trotz intensiver Berichterstattung die Wichtigkeitseinschätzung auf beiden Relevanzdimensionen. Im Falle der Krise scheint das Schwellenmodell (vgl. ebd.), bei dem ein bestimmtes Ausmaß der Berichterstattung als basal gilt, zumindest für die wahrgenommene Wichtigkeitseinschätzung zuzutreffen. Das Zusammenspiel beider Berichterstattungsmerkmale ist hier nötig, um abweichende Urteile über die Wichtigkeit des Themas zu erreichen.

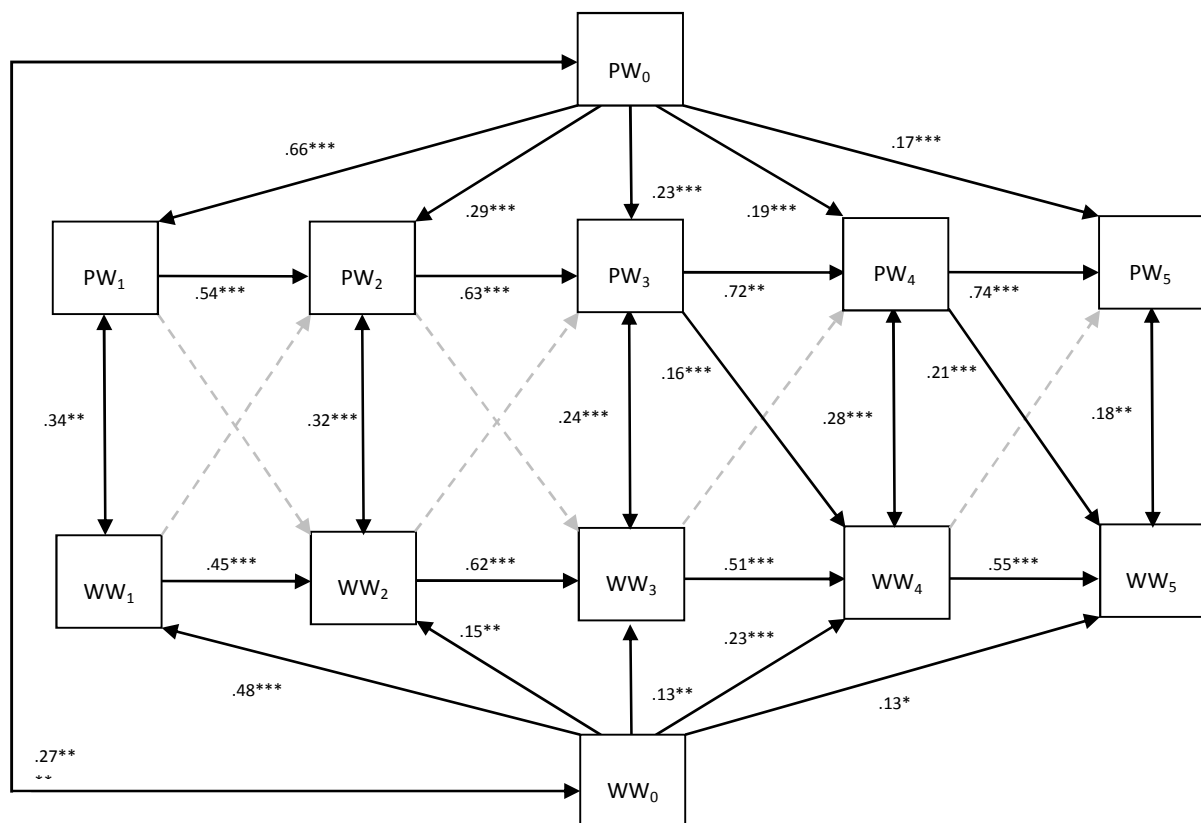
Zusammenhang der Wichtigkeitsdimensionen

Inwiefern sich die beiden Wichtigkeitsdimensionen in ihrem Verlauf gegenseitig beeinflussen, wurde anhand autoregressiver Cross-Lagged Panel-Modelle überprüft. Die globale Überprüfung der Zusammenhänge (vgl. Abbildung 4) ist aufgrund der Fit-Werte des Modells allerdings mit Vorsicht zu interpretieren. Es deutet sich jedoch an, dass beide Wichtigkeitsdimensionen relativ stabil sind und zu allen Zeitpunkten von dem jeweils ursprünglichen Urteilen beeinflusst werden. Dieser Einfluss scheint jedoch zurückzugehen, wenn sich das aktuelle Urteil über das Thema stabilisiert (innerhalb der ersten Woche, PW_2/WW_2 =nach 6 Tagen). Dies könnte darauf hindeuten, dass sich Rezipienten bei der subjektiven Bewertung eines Themas zunehmend von ihrer ursprünglichen Wichtigkeitsbeurteilung loslösen und sich nun Urteile anhand neuer Medieninhalte herausbilden. Bei der wahrgenommenen Themenwichtigkeit zeigt sich diese Entwicklung weniger stringent. Dies könnte daran liegen, dass sich die

wahrgenommene Themenrelevanz als Fremdeinschätzung generell anfälliger für Einflüsse von außen ist. In den ersten zehn Tagen der Berichterstattung (PW1 bzw. WW1 bis PW3 bzw. WW3) sind keine Hinweise auf kausale Wirkungszusammenhänge zwischen den beiden Wichtigkeitseinschätzungen festzustellen (keine signifikanten Kreuzpfade). Mit der zunehmenden Stabilität der persönlichen Themenwichtigkeit in der Folgezeit scheint es jedoch, dass die Einschätzung, wie wichtig das Thema für die Bevölkerung ist, von der subjektiv empfundenen Themenwichtigkeit beeinflusst wird (vgl. Abbildung 4).

Offenbar festigen die Rezipienten also zunächst ihre eigene Einschätzung. Kommen sie zu einem relativ stabilen Urteil über das Thema, bestimmt dieses auch die Vorstellung davon, wie wichtig dieses Thema für die Bevölkerungsmehrheit ist.

Abbildung 4: Cross-Lagged Panel-Modell für den Zusammenhang der beiden Wichtigkeitsdimensionen beim Experimentalthema



Legende: PW = persönliche Wichtigkeit, PW₀ = ursprüngliche Wichtigkeit des Themenkomplexes; PW₁₋₅ = persönliche Wichtigkeit zu den einzelnen Messzeitpunkten. Analog dazu bei der WW = wahrgenommene Wichtigkeit, $\chi^2/df=5,4$; CFI=0,93; RMSEA=1,3; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001, grau gestrichelte Pfade sind nicht signifikant p>0,05. N=251.

Bedingungen und Auswirkungen von Selektionsprozessen

Da die Studie als Selective-Exposure-Experiment angelegt war, konnten wir auch Zusammenhänge zwischen der Themen- bzw. Beitragsselektion der Rezipienten und Agenda-Learning-Effekten erfassen. Dabei wurde grundsätzlich unterschieden zwischen

- Beiträgen, die die Versuchsteilnehmer lediglich auf der Startseite der Website als Teaser sehen gesehen hatten und
- Beiträgen, die sie dort aktiv angeklickt und zumindest teilweise gelesen hatten.

Die Ergebnisse sowohl zum Experimentalthema als auch zu den realen Themen der Berichterstattung zeigen, dass vor allem Artikel zu solchen Themen ausgewählt werden, die das Leben der Rezipienten direkt betreffen (Selbstauskunft). Die individuelle Betroffenheit ist ein stärkerer Prädiktor für die Artikelauswahl als abstraktere Variablen wie das Interesse an dem Themenfeld (z.B. Umwelt) oder das noch allgemeinere politische Interesse. Blickt man auf die Berichterstattungsmerkmale, wirkt sich lediglich die Häufigkeit der Berichterstattung positiv auf die Selektion aus. Die Aufmachung sowie etwaige Interaktionen zwischen Artikeleigenschaften und Betroffenheit haben hingegen keinen Einfluss auf die Artikelauswahl.

Mit der individuellen Artikelselektion und-rezeption sind offenbar unterschiedliche Prozesse der individuellen Themensalienzbildung assoziiert (vgl. dazu ausführlich Bulkow et al. 2011): Sehen Rezipienten zu einem Thema nur die Teaser auf der Startseite, zeigten sich deutliche Effekte, wie sie der Agenda Setting-Ansatz postuliert. Wurden Artikel dagegen ausgewählt und zumindest teilweise gelesen, verminderte sich der Einfluss der Präsentationsweise mit zunehmender Rezeptionshäufigkeit. Bei besonders häufiger Beitragsrezeption war die Aufmachung schließlich gänzlich bedeutungslos. Eine intensive Auseinandersetzung mit einem Thema reduziert demnach den allgemeinen Agenda Setting-Effekt.

Erwartungsgemäß wiesen betroffene Personen, die im späteren Untersuchungsverlauf Artikel selektierten, dem Themenkomplex bereits im Vorfeld der Berichterstattung eine höhere Wichtigkeit zu als nicht-betroffene Personen. Dieser Unterschied blieb während der gesamten Berichterstattung bestehen; er kann allerdings durch eine besonders auffällige Beitragspräsentation beeinflusst werden. Denn bei täglicher Berichterstattung als Aufmacher wurde das Thema sowohl von den Beitragslesern als von den Nicht-Lesern im Schnitt als gleich wichtig beurteilt. Die Homogenisierung der öffentlichen Meinung durch Medienberichterstattung lässt sich demnach auch auf der Individualebene nachweisen.

Auch bei den realen Medienthemen sind diese Selektionseffekte nachweisbar. Diejenigen, die sich von einem Thema betroffen fühlten, gaben an, sich häufiger über das entsprechende Thema informiert zu haben. Diese Personen schätzten die Themen im Schnitt als persönlich wichtiger ein als Personen, die angaben, sich nicht über das Thema informiert zu haben. Bei damaligen Themen, die eher spezielle Publikumssegmente ansprechen, wie etwa der Fußballwettskandal, die Erkrankung von Lafontaine oder die Rente mit 67, waren auch Unterschiede in der wahrgenommenen Themenwichtigkeit festzustellen. Diejenigen, die sich aktiv über das Thema informiert hatten, gingen davon aus, dass das Thema wichtiger für die Mehrheit der Bevölkerung sei, als diejenigen, die keine Beiträge zu dem Thema gelesen hatten. Die individuelle Vorstellung über die Themenwichtigkeit fällt hier offenbar auseinander: Bei massenkompatibleren Themen, wie der Schweinegrippe oder der Finanzkrise, unterschied sich lediglich die persönliche Einschätzung der Themenwichtigkeit, nicht jedoch die wahrgenommene Themenwichtigkeit. Personen, die sich nicht über diese Themen informiert hatten, wiesen ihnen hier dennoch eine größere Relevanz für die Mehrheit der Bevölkerung zu. Es bestätigt sich also auch hier der Einfluss des Thementyps auf individuelle Agenda Setting-Effekte.

Einfluss auf die interpersonale Kommunikation

Generell unterhielten sich die Teilnehmer so gut wie nie über das Experimentalthema (Selbstauskunft). Für das Gelingen des Experimentes war das durchaus positiv, da das Thema offen-

bar keinen Argwohn auslöste und kaum Informationen von Dritten eingeholt wurden. Haupteffekte der Berichterstattungsmerkmale oder des Thementyps sind nicht zu verzeichnen. Es wurde demnach nicht häufiger über das Thema gesprochen, nur weil allein als Aufmacher, täglich oder krisenhaft berichtet wurde.

Allerdings beeinflussten die Berichterstattungshäufigkeit und die Aufmachung in Kombination den Verlauf der Gesprächshäufigkeit. Bei gelegentlicher Präsentation wird in der ersten Woche häufiger über das Thema gesprochen, wenn es als Aufmacher anstatt als Kurzbericht präsentiert wurde. In der zweiten Woche, in der das Thema nur noch ein einziges Mal präsentiert wurde, unterscheidet sich die Gesprächshäufigkeit auf niedrigem Niveau nicht mehr. Denkbar ist, dass hier aufgrund der geringen Berichterstattung schlichtweg der Stoff für die Anschlusskommunikation fehlte. Bei täglicher Berichterstattung zeigen sich erst in der zweiten Woche Unterschiede. Die Gesprächshäufigkeit sank im Fall der Kurzberichterstattung leicht, während sie bei den Aufmachern minimal anstieg und bis zum Ende der Berichterstattung stabil blieb. Möglicherweise hat hier die Fülle an Informationen, die im Falle des Aufmachers zur Verfügung standen, die Gespräche weiter befördert. Generell zeigt sich also, dass die Gesprächshäufigkeit stark von der Fülle der zur Verfügung stehenden Medieninformationen abhängt. Es ist erstens offenbar ein Mindestmaß an Berichterstattung notwendig, damit sich Personen überhaupt über ein Thema unterhalten. Zweitens ist ein gewisses Maß nötig, um die Gespräche über einen längeren Zeitraum ‚am Laufen‘ zu halten.

Allerdings stellt sich die Frage, ob Personen, die gar keine Artikel zu dem Thema ausgewählt, und Personen, die sich aktiv über das Thema informiert hatten, nicht unterschiedliche Gesprächsaktivitäten an den Tag legten. Zwar waren keine Unterschiede im Verlauf der Gesprächsaktivität oder der Häufigkeit der themenbezogenen Gespräche zwischen den Lesern und den Nicht-Lesern der Artikel festzustellen. Es zeigten sich jedoch ähnliche Muster wie bei der Themenwichtigkeit, was den Einfluss der Berichterstattungsmerkmale betrifft. So wirkte sich auf die Gespräche derjenigen, die sich aktiv informiert hatten, weder die Häufigkeit der Berichterstattung noch die Aufmachung der Artikel oder das Zusammenspiel dieser Merkmale aus. Das war auch nicht der Fall, wenn man die Entwicklungen getrennt nach Thementyp betrachtet. Bei denjenigen, die keine Artikel ausgewählt hatten, beeinflussten die Berichterstattungsmerkmale dagegen die Häufigkeit und den Verlauf der themenbezogenen Kommunikation. Eine detailliertere Analyse zeigt allerdings, dass dies nur für das Thema als Krise zutraf. Hier zeigt sich der oben geschilderte Einfluss der Interaktion aus Aufmachung und Berichterstattungshäufigkeit sehr deutlich. Außerdem wurde im Schnitt häufiger über das Thema gesprochen, wenn es täglich und nicht nur gelegentlich berichtet wurde. Personen, die keine Artikel zu einem Thema auswählten, wurden demnach dann in ihrer Gesprächsaktivität beeinflusst, wenn das Thema sowohl inhaltlich (Überschriften) als auch präsentationstechnisch auffällige Anreize bot.

Qualifikation des wissenschaftlichen Nachwuchses

Aus dem Projekt geht die Dissertationsschrift von Kristin Bulkow hervor, die zeitnah eingereicht wird.

Zusammenfassung

Das Projekt konnte zeigen, dass

- Agenda Setting-Effekte stark von im Vorfeld bestehenden Einstellungen geprägt sind und sich schon nach wenigen Tagen der Berichterstattung zeigen.
- sich ein Urteil über die Themenwichtigkeit bereits nach ca. einer Woche festigt. Ist das persönliche Urteil gefasst, beeinflusst dieses auch die gesellschaftliche Wahrnehmung der Themenwichtigkeit.
- Themen generell zu Beginn ihrer Karriere vergleichsweise hohe Relevanzwerte erzielen. Mit zunehmender Dauer der Berichterstattung und vermutlich durch neu aufkommende, aufmerksamkeitsabziehende Themen sinkt die Wichtigkeitszuschreibung.
- der Typ des Themas sowohl maßgeblich für den Einfluss der Berichterstattungsmerkmale, als auch für Agenda Setting-Subprozesse ist.
- Selektions- und Rezeptionsmodalitäten eine große Rolle spielen.

Das Projekt ermöglicht somit Einblicke in bisher kaum erforschte Phasen und Prozesse des Agenda Settings. Es konnte zeigen, dass Individuen relativ schnell auf die Medienberichterstattung reagieren, dass dabei allerdings im Vorfeld bestehende Einstellungen eine zentrale Rolle spielen. In Verbindung mit der aufgezeigten Bedeutung der Selektionsentscheidungen ergibt sich dabei ein komplexes Bild individueller Agenda Setting-Prozesse. Die Befunde deuten darauf hin, dass beim Aufkommen eines Themas zunächst bestehende Urteile aktiviert werden, die dann im Laufe der Berichterstattung aktualisiert werden. Auf welche Weise dies geschieht, hängt offenbar stark damit zusammen, ob ein Individuum eine Verbindung zwischen dem Thema und seiner eigenen Lebenswelt herstellen kann. Überraschenderweise geschieht das nur bei den Personen, die sich vom Thema nicht betroffen fühlen und sich nicht aktiv über das Thema informieren, so wie im Agenda Setting-Ansatz postuliert: Sie schätzen die Wichtigkeit des Themas anhand seiner Betonung in der Berichterstattung ab. Werden Artikel dagegen ausgewählt und gelesen, verringert sich der Einfluss der Präsentationsweise mit der Häufigkeit der Artikelauswahl. Personen, die sich wiederholt mit dem Thema auseinandersetzen, fällen ihre Urteile nicht nach der medialen Betonung, sondern höchstwahrscheinlich anhand inhaltlicher Kriterien. Für die zukünftige Forschung lassen sich aus diesen Befunden verschiedene Notwendigkeiten ableiten. Zunächst sollten psychologische Konzepte zur Prognose und Erklärung der individuellen Vorgänge stärker berücksichtigt werden. Gleiches gilt für Selektionsprozesse, mit denen offenbar verschiedene Agenda Setting-Prozesse assoziiert sind. Diese näher zu erforschen und zu beschreiben sollte ebenfalls das Ziel zukünftiger Studien sein.

Literatur

Bulkow, K., Urban, J. & Schweiger, W. (2011). The Duality of Agenda Setting: The Role of Information Processing. Paper präsentiert auf der Jahrestagung der International Communication Association in Boston, 28.05.2011. URL

http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/4/8/9/9/4/p489946_index.html?phpsessid=19ba4476a6b585454f72aced219a7f9e. [30.01.2012]

Kepplinger, H.M., Gotto, K., Brosius, H.-B. & Haak, D. (1989). Der Einfluss der Fernseh-
nachrichten auf die politische Meinungsbildung. Freiburg, München: Alber.

Peter, J. (2002). Medien-Priming – Grundlagen, Befunde und Forschungstendenzen. In: Pub-
lizistik, 47 (1): 21-44.

Protest, D. L., Cook, F. L., Curtin, T. R., Gordon, M. T., Leff, D. R. & McCombs, M. E.
(1987). The impact of investigative reporting on public opinion and policymaking.
Targeting toxic waste. Public Opinion Quarterly, 51: 166-185.