

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>Begriffliche und theoretische Grundlagen</b>	<b>19</b>
2.1	Begriffsverständnis von Kognition	19
2.2	Begriffsverständnis von Affekt, Stimmung und Emotion	21
2.2.1	Begriffsverständnis von Affekt	21
2.2.2	Begriffsverständnis von Stimmung	24
2.2.3	Begriffsverständnis von Emotion	24
2.3	Begriffsverständnis von Einstellung	26
2.4	Theoretische Grundlagen zur Änderung von Einstellungen	31
2.4.1	Einstellungsänderung bei systematischer Verarbeitung	33
2.4.2	Einstellungsänderung bei heuristischer Verarbeitung	35
2.5	Zwischenfazit	42
<b>3</b>	<b>Kognitive Wirkungen der Politikberichterstattung</b>	<b>45</b>
3.1	Kognitive Medienwirkungen bei heuristischer Verarbeitung	47
3.1.1	Priming-Effekte	47
3.1.2	Framing-Effekte	49
3.2	Kognitive Medienwirkungen bei systematischer Verarbeitung	55
3.3	Zwei-Prozessmodelle kognitiver Medienwirkungen	60
3.4	Zwischenfazit zu kognitiven Medienwirkungen	67
<b>4</b>	<b>Affektive Wirkungen der Politikberichterstattung</b>	<b>70</b>
4.1	Das Emotionalisierungspotential politischer Medienangebote	72
4.1.1	Emotionalisierungsstrategien von Journalisten	73
4.1.2	Emotionalisierung in Nachrichtenangeboten	74
4.1.3	Emotionalisierung in politischen Werbespots	77
4.2	Affektive Medienwirkungen bei heuristischer Verarbeitung	80
4.2.1	Affektive Wirkungen formaler Merkmale	81
4.2.2	Affektive Wirkungen inhaltlicher Merkmale	83
4.3	Affektive Medienwirkungen bei systematischer Verarbeitung	92
4.4	Zwei-Prozessmodelle affektiver Medienwirkungen	99
4.5	Zwischenfazit zu affektiven Medienwirkungen	106
<b>5</b>	<b>Fazit: Kognitive und affektive Medienwirkungen</b>	<b>109</b>
<b>6</b>	<b>Forschungsfragen und Untersuchungsmodell</b>	<b>114</b>
6.1	Annahmen zur Einstellungsstruktur und Einstellungsänderung	114
6.2	Annahmen zur Medienwirkung	118
6.3	Prämissen der Untersuchung	122

<b>7</b>	<b>Methodisches Vorgehen</b>	<b>128</b>
7.1	Überblick über die Asylgesetzkampagne	128
7.2	Methode: Inhaltsanalyse der Berichterstattung	130
7.2.1	Aufbau des Codebuchs	131
7.2.2	Durchführung der Inhaltsanalyse	133
7.3	Methode: Panelbefragung	134
7.3.1	Fragebogenentwicklung und -aufbau	134
7.3.2	Stichprobe	137
7.4	Datenanalyse	138
7.5	Verknüpfung von Inhaltsanalyse und Befragung	140
<b>8</b>	<b>Empirische Ergebnisse</b>	<b>144</b>
8.1	Ergebnisse der inhaltsanalytischen Studie	144
8.1.1	Die Argumente in der Berichterstattung im Überblick	144
8.1.2	Die Emotionalisierung der Berichterstattung im Überblick	152
8.1.3	Die Argumente in der Berichterstattung im Zeitverlauf	159
8.1.4	Die Emotionalisierung der Berichterstattung im Zeitverlauf	164
8.2	Ergebnisse der Befragungsstudie	166
8.2.1	Die Struktur der Einstellung zum Asylgesetz	167
8.2.2	Der Einfluss von Kognitionen und Affekten auf die Einstellung	171
8.2.3	Der Einfluss der Informationsverarbeitung auf die Einstellungsänderung	175
8.3	Ergebnisse der Medienwirkungsstudie	183
8.3.1	Der Einfluss der Informationsverarbeitung auf die Stärke von Medienwirkungen	185
8.3.2	Die zeitliche Variabilität von Medienwirkungen bei heuristischer und systematischer Verarbeitung	195
8.3.3	Der Einfluss der Informationsverarbeitung bei affektiven Medienwirkungsprozessen	198
8.3.4	Der Einfluss der Informationsverarbeitung bei kognitiven Medienwirkungsprozessen	209
<b>9</b>	<b>Diskussion der empirischen Befunde</b>	<b>214</b>
9.1	Diskussion der inhaltsanalytischen Ergebnisse	214
9.2	Diskussion der Befragungsergebnisse	217
9.3	Diskussion der Medienwirkungsergebnisse	225
<b>10</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick</b>	<b>243</b>
<b>11</b>	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>251</b>
<b>12</b>	<b>Anhang</b>	<b>283</b>
12.1	Anhang 1: Codebuch	283
12.2	Anhang 2: Fragebogen	287