

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Reihenherausgeber	5
1. Grundzüge der Theorie	9
Ausgangsüberlegungen und Kernbegriffe	10
Explizite und implizite Grundannahmen	12
Theoretische Modelle	15
Agenda-Setting: Theorie, Metapher oder Modell?	17
2. Entwicklungsgeschichte des Ansatzes	18
Die Vorgeschichte	18
Einordnung des Ansatzes in die Geschichte der Medienwirkungsforschung	19
Die Pionierstudien	20
Die vier Phasen der Agenda-Setting-Forschung	23
3. Forschungslogik der Methode	26
Die Abgrenzung von Themen	26
Die Erhebung von Medien- und Publikumsagenda	28
Untersuchungsdesigns: Die Verknüpfung von Medien- und Publikumsagenda	32
Eine Abschlussbemerkung zur Forschungslogik	38
4. Empirische Befunde	40
Auftreten und Stärke des Effekts	40
Randbedingungen des Effekts	50
5. Kritik / Weiterentwicklungen	57
Individuelle Agenda-Setting-Effekte	57
Die Rolle interpersonaler Kommunikation	60
Nonlineare Wirkungsannahmen	62
Agenda-Building: Einflüsse auf die Medienagenda	65
Second-Level Agenda-Setting	69
6. Verwandte / konkurrierende Ansätze	72
Priming	72
Framing	77
7. Fazit: Die gesellschaftliche Relevanz des Agenda-Setting- Effekts	84
8. „Top Ten“ der Forschungsliteratur	88
Literatur	91
Bildnachweise	101