

Inhalt

Vorwort	9
-------------------	---

Teil 1

Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen & disziplinäre Zugänge

Wolfgang Schweiger

Grundlagen: Was sind Medienwirkungen? – Überblick und Systematik . . .	15
--	----

Werner Früh

Wissenschaftstheoretische Grundlagen empirischer Forschung	39
--	----

Michael Jäckel

Soziologische Grundlagen	67
------------------------------------	----

Sabine Trepte

Psychologie als Grundlagenfach der Medienwirkungsforschung	89
--	----

Jeffrey Wimmer

Kontextualisierung versus Komplexitätsreduktion. Medienwirkung aus kulturtheoretischer Perspektive	113
---	-----

Teil 2

Schwerpunkt Informationsverarbeitung, Wissen & Lernen

Hannah Früh

Grundlagen: Informationsverarbeitung	133
--	-----

Christian Schemer

Priming, Framing, Stereotype	153
--	-----

Kristin Bulkow & Wolfgang Schweiger

Agenda Setting – zwischen gesellschaftlichem Phänomen und individuellem Prozess	171
--	-----

Eveline Hipeli & Daniel Süß

Werther, Soap Stars und Ego-Shooter-Helden:

Das Einflusspotenzial medialer Vorbilder 191

Constanze Rossmann

Kultivierungsforschung: Idee, Entwicklung und Integration 207

Teil 3

Schwerpunkt Emotionen und Erleben

Werner Wirth

Grundlagen emotionaler Medienwirkungen 227

Marco Dohle & Uli Bernhard

Unterhaltungserleben als Wirkung der Medienrezeption 247

Matthias R. Hastall

Spannung 263

Matthias Hofer

Präsenzerleben und Transportation 279

Nicola Döring

Wie Medienpersonen Emotionen und Selbstkonzept
der Mediennutzer beeinflussen.

Empathie, sozialer Vergleich, parasoziale Beziehung und Identifikation 295

Teil 4

Schwerpunkt Einstellung & Verhalten

Werner Wirth & Rinaldo Kühne

Grundlagen der Persuasionsforschung.

Konzepte, Theorien und zentrale Einflussfaktoren 313

Patrick Weber & Andreas Fahr

Werbekommunikation.

Werbewirkungsforschung als angewandte Persuasionsforschung 333

<i>Juliana Raupp & Viorela Dan</i>	
Wirkungsforschung in der strategischen Organisationskommunikation	353
<i>Katharina Sommer</i>	
Wirkung von Wirtschaftsberichterstattung – eine Systematisierung	369
<i>Constanze Rossmann & Lena Ziegler</i>	
Gesundheitskommunikation:	
Medienwirkungen im Gesundheitsbereich	385
<i>Katja Friedrich</i>	
Wirkungen gewalthaltiger Medienangebote	401
<i>Nicola Döring</i>	
Sexuell explizite Medienangebote:	
Produktion, Inhalte, Nutzung und Wirkungen	419
Teil 5	
Schwerpunkt Öffentlichkeit & Gesellschaft	
<i>Carsten Reinemann & Thomas Zerback</i>	
Grundlagen politischer Kommunikation	439
<i>Christina Peter & Hans-Bernd Brosius</i>	
Wahrnehmungsphänomene	463
<i>Thomas Roessing</i>	
Öffentliche Meinung	481
<i>Nicole Zillien</i>	
Wissensklutforschung	495
<i>Veronika Karnowski</i>	
Diffusionstheorie	513
<i>Patrick Rössler & Lena Hautzer</i>	
Kommunikationswirkungen auf Journalisten	529

Teil 6**Methoden der Medienwirkungsforschung***Marcus Maurer*

Grundlagen: Designs und Forschungslogik
in der Medienwirkungsforschung 549

Wiebke Möhring & Daniela Schlütz

Standardisierte Befragung –
Messmethodik und Designs in der Medienwirkungsforschung 565

Volker Gehrau

Beobachtung 581

Andreas Fahr

Physiologische Ansätze der Wirkungsmessung 601

Lothar Mikos

Qualitative Verfahren 627

Autorinnen und Autoren 643

Stichwortregister 649