
Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Reihenerausgeber	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 sechs Phasen der Agenda-Setting-Forschung	23
3. Forschungslogik der Methode	27
Die Abgrenzung von Themen	27
Die Erhebung von Medien- und Publikumsagenda	29
Untersuchungsdesigns: Die Verknüpfung von Medien- und Publikumsagenda	35
Eine Abschlussbemerkung zur Forschungslogik	41
4. Empirische Befunde	43
Auftreten und Stärke des Effekts	43
Randbedingungen des Effekts	53
5. Kritik/Weiterentwicklungen	61
Individuelle Agenda-Setting-Effekte	61
Die Rolle interpersonaler Kommunikation	64
Nonlineare Wirkungsannahmen	66
Agenda-Building: Einflüsse auf die Medienagenda	69
Second-Level Agenda-Setting	73
Third-Level Agenda-Setting	75
6. Verwandte/konkurrierende Ansätze	78
Priming	78
Framing	83
7. Fazit: Die gesellschaftliche Relevanz des Agenda-Setting- Effekts	90
8. „Top Ten“ der Forschungsliteratur	94
Literatur	97
Bisher in der Reihe erschienene Bände	109