

# Agenda-Setting

Bearbeitet von  
Von Marcus Maurer

2., aktualisierte Auflage. 2017. Buch. 110 S. Softcover

ISBN 978 3 8487 4022 2

Format (B x L): 15,1 x 21,7 cm

Gewicht: 226 g

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Medienwissenschaften > Journalismus & Presse](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](http://beck-shop.de) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

# Inhaltsverzeichnis

|   |           |
|---|-----------|
| Vorwort der Reihenherausgeber .....   | 5         |
| <b>1. Grundzüge der Theorie .....</b>   | <b>9</b>  |
| Ausgangsüberlegungen und Kernbegriffe .....   | 10        |
| Explizite und implizite Grundannahmen .....   | 12        |
| Theoretische Modelle .....  | 15        |
| Agenda-Setting: Theorie, Metapher oder Modell? .....                                      | 17        |
| <b>2. Entwicklungsgeschichte des Ansatzes .....</b>                                       | <b>18</b> |
| Die Vorgeschichte .....   | 18        |
| Einordnung des Ansatzes in die Geschichte der<br>Medienwirkungsforschung .....            | 19        |
| Die Pionierstudien .....  | 20        |
| Die sechs Phasen der Agenda-Setting-Forschung .....                                       | 23        |
| <b>3. Forschungslogik der Methode .....</b>   | <b>27</b> |
| Die Abgrenzung von Themen .....   | 27        |
| Die Erhebung von Medien- und Publikumsagenda .....  | 29        |
| Untersuchungsdesigns: Die Verknüpfung von Medien- und<br>Publikumsagenda .....            | 35        |
| Eine Abschlussbemerkung zur Forschungslogik .....   | 41        |
| <b>4. Empirische Befunde .....</b>  | <b>43</b> |
| Auftreten und Stärke des Effekts .....  | 43        |
| Randbedingungen des Effekts .....   | 53        |
| <b>5. Kritik/Weiterentwicklungen .....</b>  | <b>61</b> |
| 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        |
| <b>6. Verwandte/konkurrierende Ansätze .....</b>  | <b>78</b> |
| Priming .....   | 78        |
| Framing .....   | 83        |
| <b>7. Fazit: Die gesellschaftliche Relevanz des Agenda-Setting-<br/>    Effekts .....</b> | <b>90</b> |
| <b>8. „Top Ten“ der Forschungsliteratur .....</b>   | <b>94</b> |
| Literatur .....   | 97        |
| Bisher in der Reihe erschienene Bände .....   | 109       |