

Freie wissenschaftliche Arbeit
zur Erlangung des Grades einer
Diplom-Kulturwissenschaftlerin (Medien)
an der Fakultät Medien
der Bauhaus-Universität Weimar

Agenda Setting und der öffentliche Diskurs

Eingereicht von:
Sandra Hering

Betreuer:
Prof. Dr. Matthias Maier

Weimar, 15.05.2018
04229 Leipzig

Matr.Nr. 001067

Tag: 15.05.2018

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
1. Einleitung	1
1.1. Problemstellung	2
1.2. Gang der Untersuchung	4
2. Die Agenda Setting Hypothese	6
2.1. Zentrale Konstrukte	7
2.2. Die Agenda Setting Forschung	11
2.3. Ergebnisse: Gesetz oder Hypothese?	14
3. Strukturen der modernen Gesellschaft	17
3.1. Gesellschaft als System	18
3.1.1. Öffentlichkeit und öffentliche Meinung	22
3.1.2. Das politische System	26
3.1.3. Das System der Medien	28
3.2. Komplexität und das Bild der Welt	31
3.2.1. Die Notwendigkeit der Selektion	34
3.2.2. Agenda Setting als Funktion der Massenmedien	36
4. Journalismus als Agenda Setter?	39
4.1. Systemtheoretische Einordnung	39
4.2. Arbeitsweisen	43
4.3. Intervenierende Variablen	47
4.3.1. Gesellschaftliche Rahmenbedingungen	49
4.3.2. Ökonomische Zwänge	52
4.3.3. Organisatorische Strukturen	56
4.3.4. Selektive Standards	58
4.3.5. Primärquellen	61
4.3.6. Instrumentalisierung und Public Relations	65
5. Schlussbetrachtung	73
Bibliographie	III
Anhang: Eidesstattliche Erklärung	

Bibliographie

Quellenverzeichnis

- Albert, Hans** (1998): Marktsoziologie und Entscheidungslogik – zur Kritik der reinen Ökonomik, Tübingen (Mohr Siebeck), 1998.
- Altmeyden, Klaus-Dieter** (2000): Funktionale Autonomie und organisationale Abhängigkeit: Inter-Relationen von Journalismus und Ökonomie, in: Theorien Des Journalismus, hrsg. v. M. Löffelholz, Opladen (Westdeutscher Verlag), 2000. S. 225 – 240.
- Altmeyden, Klaus-Dieter / Löffelholz, Martin** (1998): Zwischen Verlautbarungsorgan und „vierter Gewalt“. Strukturen, Abhängigkeiten und Perspektiven des politischen Journalismus, in: Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, hrsg. v. U. Sarcinelli, Bonn (Bundeszentrale für politische Bildung), 1998. S. 97 – 123.
- Baerns, Barbara** (1985): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? – Zum Einfluß im Mediensystem, Köln (Verlag Wissenschaft und Politik), 1985.
- BDZV** (2001): Die deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten 2001, unter: <http://www.bdzv.de/presse/marktdaten/schaubilder2001/pics>
- Blöbaum, Bernd** (1994): Journalismus als soziales System – Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1994.
- Breed, Warren** (1955): Soziale Kontrolle in der Redaktion: eine funktionale Analyse, in: Gesellschaftliche Kommunikation und Information, hrsg. v. J. Aufermann u.a., Frankfurt am Main (Athenäum), 1973. S. 356 – 378.
- Brettschneider, Frank** (1994): Agenda-Setting – Forschungsstand und Politische Konsequenzen, in: Politik und Medien, hrsg. v. M. Jäckel, Berlin (Vistas), 1994. S. 211 – 229.
- Brosius, Hans-Bernd / Weimann, Gabriel** (1995): Medien oder Bevölkerung? Wer bestimmt die Agenda?, in: Rundfunk und Fernsehen (43) 1995, S. 313 – 329.
- Buecher, Karl** (1926): Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde, Tübingen (H. Laupp'sche Buchhandlung), 1926.
- Burkart, Roland** (1998): Kommunikationswissenschaft – Grundlagen und Problemfelder, Wien / Köln / Weimar (Böhlau), 1998.
- Dahrendorf, Ralf** (1961): Homo sociologicus: Ein Versuch zur Geschichte, Bedeutung und Kritik der Kategorie der sozialen Rolle, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1961.

- Dahrendorf, Ralf** (1993): Aktive und passive Öffentlichkeit, in: Politische Kommunikation – Grundlagen, Strukturen, Prozesse, hrsg. v. W.R. Langenbucher, Wien (Wilhelm Braumüller), 1993. S. 42 – 52.
- Eichhorn, Wolfgang** (1996): Agenda-Setting-Prozesse – eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung, München (Reinhard Fischer), 1996.
- Faulstich, Werner** (2000): Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit, München (Fink), 2000.
- Franck, Georg** (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit, München (Carl Hanser), 1998.
- Galtung, Johan / Ruge, Mari Holmboe** (1965): The structure of foreign news, in: Journal of Peace Research, (2) 1965, S. 64 – 91.
- Gerhards, Jürgen / Neidhardt, Friedhelm** (1993): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit, in: Politische Kommunikation – Grundlagen, Strukturen, Prozesse, hrsg. v. W.R. Langenbucher, Wien (Wilhelm Braumüller), 1993. S. 52 – 89.
- Gleich, Uli** (1994): Agenda Setting – die Thematisierungsfunktion der Medien neu betrachtet, in: Media Perspektiven 10/94, hrsg. v. der Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegesellschaften, 1994.
- Haas, Hannes** (1999): Empirischer Journalismus: Verfahren zur Erkundung Gesellschaftlicher Wirklichkeit, Wien / Köln / Weimar (Böhlau), 1999.
- Habermas, Jürgen** (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit – Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, 4. Aufl., Frankfurt/Main (Suhrkamp), 1990.
- Häuser, Daniel** (2002): Hungrige Riesen, in: W&V (12) 2002, S.56 – 58.
- Hoffjann, Olaf** (2001): Journalismus und Public Relations – ein Theorieentwurf der Intersystembeziehungen in sozialen Konflikten, Wiesbaden (Westdeutscher Verlag), 2001.
- Hunziker, Peter** (1996): Medien, Kommunikation und Gesellschaft – Einführung in die Soziologie der Massenkommunikation, Darmstadt (Wissenschaftliche Buchgesellschaft), 1996.
- Jansen, Andrea / Ruberto, Roseina** (1997): Mediale Konstruktion politischer Realität, Wiesbaden (Deutscher Universitätsverlag), 1997.
- Kepplinger, Hans Mathias** (1992): Ereignismanagement: Wirklichkeit und Massenmedien, Osnabrück (Fromm), 1992.
- Klaus, Elisabeth** (1997): Die Brent-Spar-Kampagne oder: wie funktioniert Öffentlichkeit?, in: PR-Kampagnen – Über die Inszenierung von Öffentlichkeit, hrsg. v. U. Röttger, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1997.

Köhring, Matthias / Hug, Detlef Matthias (1997): Öffentlichkeit und Journalismus. Zur Notwendigkeit der Beobachtung gesellschaftlicher Interdependenz – ein systemtheoretischer Entwurf, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1997.

Krause, Detlef (1996): Luhmann-Lexikon. Eine Einführung in das Gesamtwerk Von Niklas Luhmann. Stuttgart (Ferdinand Enke), 1996.

Krippendorf, Klaus (1993): Schritte zu einer konstruktivistischen Erkenntnis-Theorie der Massenkommunikation, in: Theorien öffentlicher Kommunikation, hrsg. v. G. Bentele, München S. 19 - 51.

Kristen, Christian (1972): Nachrichtenangebot und Nachrichtenverwendung, Düsseldorf (Bertelsmann), 1972.

Lang Engel, Gladys / Lang, Kurt (1993): Einige Gedanken zu den Makro-Effekten der Massenkommunikation, in: Theorien öffentlicher Kommunikation, hrsg. v. G. Bentele, München S. 257 – 273.

Lewin, Kurt (1947): Frontiers in group dynamics: 11 channels of group life: social planning and action research, in: Human Relations 01/1947, S.145 – 147.

Lippmann, Walter (1990): Die öffentliche Meinung, Bochum (Universitätsverlag Dr. N. Brockmeyer), 1990.

Luhmann, Niklas (1971): Politische Planung – Aufsätze zur Soziologie von Politik und Verwaltung, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1971.

Luhmann, Niklas (1975): Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien, in: Die elektronische Revolution – Wie gefährlich sind die Massenmedien?, hrsg. v. O. Schatz, Graz u.a. (Styria), 1975. S.13 – 30.

Luhmann, Niklas (1993): Soziale Systeme, Frankfurt am Main (Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft), 4. Aufl., 1993.

Maletzke, Gerhard (1963): Psychologie der Massenkommunikation: Theorie und Systematik, Hamburg (Hans Bredow Institut), 1963, S. 189.

Marcinkowski, Frank (1993): Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1993.

Marcinkowski, Frank (1994): Politisierung und Entpolitisierung der Realität in unterschiedlichen Medienformaten, in: Politik und Medien, hrsg. v. M. Jäckel, Berlin (Vistas), 1994.

Marcinkowski, Frank (1999): Agenda Setting als politikwissenschaftlich relevantes Paradigma, unter : http://www.politik-im-netz.com/pin/rational/rat_aufsatz.lasso.

Mast, Claudia (1994): ABC des Journalismus – ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit, Konstanz (Ölschläger), 1994.

- McCombs, Maxwell, E. / Shaw, Donald L.** (1972): The Agenda Setting Function of Mass Media, in: Public Opinion Quarterly (36) 1972, S. 176 – 187.
- Merten Klaus** (1973): Aktualität und Publizität. Zur Kritik der Publizistikwissenschaft, in: Publizistik (18) 1973, S. 216 – 235.
- Münch, Richard** (1995): Dynamik der Kommunikationsgesellschaft, Frankfurt/Main (Suhrkamp), 1995.
- Nissen, Peter / Menningen, Walter** (1977): Der Einfluß der Gatekeeper auf die Themenstruktur der Öffentlichkeit, in: Publizistik (22) 1977, H 2. S. 159 – 180.
- Noelle-Neumann, Elisabeth** (2001): Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut, München (Langen Müller), 6. erw. Aufl., 2001.
- Parsons, Talcott** (1972): Das System moderner Gesellschaften, München (Juventa), 1972.
- Prokop, Dieter** (1995): Medienmacht und Massenwirkung, Freiburg/Breisgau (Rombach), 1995.
- Rehberger, Reinhold** (2000): Futter für die Volksbewegung, in: W&V (41) 2000, S.204 – 208.
- Rössler, Patrick** (1997): Agenda Setting – Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1997.
- Rühl, Manfred** (1980): Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf, Mainz (Hase & Köhler), 1980.
- Saxer, Ulrich** (1998): Medien – Kulturkommunikation, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1998.
- Schenk, Michael** (1987): Medienwirkungsforschung, Tübingen (Mohr), 1987.
- Schenk, Michael** (1998): Mediennutzung und Medienwirkung als sozialer Prozeß, in: Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, hrsg. v. U. Sarcinelli, Bonn (Bundeszentrale für politische Bildung), 1998. S. 387 – 407.
- Schenk, Michael / Pfennig, Uwe** (1991): Individuelle Einstellungen, soziale Netzwerke, Massenkommunikation und öffentliches Meinungsklima, in: Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation, hrsg. v. S. Müller-Dohm / K. Neumann-Braun, Oldenburg (BIS), 1991. S. 165 – 184.
- Schenk, Ulrich** (1985): Nachrichtenagenturen als wirtschaftliche Unternehmen mit öffentlichem Auftrag, Berlin (Vistas), 1985.
- Schmidt, Siegfried J.** (1994): Die Wirklichkeit des Beobachters, in: Die Wirklichkeit der Medien, hrsg. v. K. Merten u.a., Opladen (Westdeutscher Verlag), 1994. S. 3 – 19.

McCombs, Maxwell, E. / Shaw, Donald L. (1972): The Agenda Setting Function of Mass Media, in: Public Opinion Quarterly (36) 1972, S. 176 – 187.

Merten Klaus (1973): Aktualität und Publizität. Zur Kritik der Publizistikwissenschaft, in: Publizistik (18) 1973, S. 216 – 235.

Münch, Richard (1995): Dynamik der Kommunikationsgesellschaft, Frankfurt/Main (Suhrkamp), 1995.

Nissen, Peter / Menningen, Walter (1977): Der Einfluß der Gatekeeper auf die Themenstruktur der Öffentlichkeit, in: Publizistik (22) 1977, H 2. S. 159 – 180.

Noelle-Neumann, Elisabeth (2001): Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut, München (Langen Müller), 6. erw. Aufl., 2001.

Parsons, Talcott (1972): Das System moderner Gesellschaften, München (Juventa), 1972.

Prokop, Dieter (1995): Medienmacht und Massenwirkung, Freiburg/Breisgau (Rombach), 1995.

Rehberger, Reinhold (2000): Futter für die Volksbewegung, in: W&V (41) 2000, S.204 – 208.

Rössler, Patrick (1997): Agenda Setting – Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1997.

Rühl, Manfred (1980): Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf, Mainz (Hase & Köhler), 1980.

Saxer, Ulrich (1998): Medien – Kulturkommunikation, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1998.

Schenk, Michael (1987): Medienwirkungsforschung, Tübingen (Mohr), 1987.

Schenk, Michael (1998): Mediennutzung und Medienwirkung als sozialer Prozeß, in: Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, hrsg. v. U. Sarcinelli, Bonn (Bundeszentrale für politische Bildung), 1998. S. 387 – 407.

Schenk, Michael / Pfennig, Uwe (1991): Individuelle Einstellungen, soziale Netzwerke, Massenkommunikation und öffentliches Meinungsklima, in: Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation, hrsg. v. S. Müller-Dohm / K. Neumann-Braun, Oldenburg (BIS), 1991. S. 165 – 184.

Schenk, Ulrich (1985): Nachrichtenagenturen als wirtschaftliche Unternehmen mit öffentlichem Auftrag, Berlin (Vistas), 1985.

Schmidt, Siegfried J. (1994): Die Wirklichkeit des Beobachters, in: Die Wirklichkeit der Medien, hrsg. v. K. Merten u.a., Opladen (Westdeutscher Verlag), 1994. S. 3 – 19.

Schmitt-Beck, Rüdiger (1990): Über die Bedeutung der Massenmedien für soziale Bewegungen, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie (42) 1990, H. 4, S. 642 – 662.

Schreiber, Erhard (1990) : Repetitorium Kommunikationswissenschaft, München (Ölschläger), 1990.

Schulz, Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichten-Medien. Analyse der aktuellen Berichterstattung, Freiburg (Alber), 1976.

Schulz, Winfried (1989): Massenmedien und Realität. Die „ptolemäische“ und die „kopernikanische“ Auffassung, in: Massenkommunikation: Theorien, Methoden, Befunde, hrsg. v. M. Kaase / W. Schulz, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1989. S.135 – 149.

Spangenberg, Peter (1993): Stabilität und Entgrenzung von Wirklichkeiten – Systemtheoretische Überlegungen zu Funktion und Leistung der Massenmedien, in: Literaturwissenschaft und Systemtheorie, hrsg. v. S.J. Schmidt, Opladen S. 66 – 100.

Staab, Joachim Friedrich (1990): Nachrichtenwert-Theorie: Formale Struktur und empirischer Gehalt, München (Alber), 1990.

Uekermann, Heinz R. (1984): Massenmedien und Jungwähler: Ergebnisse einer Untersuchung zur Themenstrukturierungsfunktion, Frankfurt/Main (Haag und Herchen), 1984.

Weber, Stefan (2000): Was steuert Journalismus? – Ein System zwischen Selbstreferenz und Fremdsteuerung, Konstanz (UVK Medien), 2000.

Weischenberg, Siegfried (1992): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation, Bd. 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1992.

Wilke, Jürgen (1997): Nachrichtenagenturen im Wettbewerb, Konstanz (UVK Medien), 1997.