Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis IX
Tabellenverzeichnis XI
1 Einleitung 1
2 Theoretische Perspektiven zur Medienlogik 11
2.1 Definitionen und Einflussfaktoren 14
2.1.1 Mikro-Ebene: Sozialkonstruktivismus und Cultural Studies 18
2.1.2 Meso-Ebene: Soziologischer Institutionalismus 20
2.1.3 Makro-Ebene: Differenzierungstheorie 27
2.2 Medienlogik als Akteur-Struktur-Dynamiken 32
2.2.1 Output I: Selektion 49
2.2.2 Output II: Präsentation 59
2.2.3 Output III: Interpretation 62
3 Anlage der Untersuchung 69
3.1 Hypothesen und Forschungsfragen 69
3.2 Untersuchungsdesign 76
3.2.1 Untersuchungsmaterial und Stichprobe 76
3.2.2 Methodischer Zugriff und Operationalisierung 82
3.2.3 Empirische Umsetzung der Inhaltsanalyse 90
4 Massenmediale Realitätskonstruktion im Wandel 101
4.1 Selektionskriterien im Wandel 103
4.1.1 Negativität, Prominente, Skandale und Co. 104
4.1.2 Konflikttypen 115
4.1.3 Spitzenakteure 119
4.1.4 Berichtsanlässe 121
4.1.5 Themenauswahl 128
4.2 Präsentationskriterien im Wandel 134
4.2.1 Umfang 135
4.2.2 Platzierung 142
4.2.3 Visualisierung 152
4.2.4 Publikumsorientierte Präsentationsformate 158
4.3 Interpretationskriterien im Wandel 162
4.3.1 Emotionen, Sprache und Folgeberichte 163
4.3.2 Narrativität, Meinungen und Interpretationen 170
4.3.3 Simplifizierung und Entsachlichung 175
5 Diskussion 177

5.1 Mediale Sichtbarkeit: Erfolgsfaktoren der Gegenwart 180
5.2 Mediale Sichtbarkeit: Erfolgsfaktoren der Zukunft 192
5.3 Vom normativen zum kommerziellen PoI 195
5.4 Stärken und Grenzen der Studie 200
6 Fazit 205
Literaturverzeichnis 209

http://www.springer.com/978-3-658-15780-7

Medienlogik im Wandel
Die deutsche Berichterstattung 1984 und 2014 im Vergleich
Karidi, M.
2017, XII, 243 S. 12 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-15780-7