

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	9
Tabellenverzeichnis	11
Kapitel 1 – Gegenstandsbereich und Grundzüge der Nachrichtenwerttheorie	13
1.1 Die Notwendigkeit journalistischer Selektion	13
1.1.1 Informationsflut und Selektionszwang in der Nachrichtenkette	13
1.1.2 PR und weitere Quellen für den Journalismus	16
1.2 Zentrale Begriffe und Kernsätze der Nachrichtenwerttheorie	18
1.2.1 Nachrichtenfaktoren und Nachrichtenwert	18
1.2.2 Additivitäts-, Komplementaritäts- und Exklusionshypothese	22
1.3 Journalistische Selektivität und selektive Rezeption	25
Kapitel 2 – Entwicklung der Nachrichtenwertforschung	28
2.1 Entwicklungslinien der Theorie	28
2.1.1 Walter Lippmanns „Öffentliche Meinung“	28
2.1.2 Die norwegischen Friedensforscher	31
2.1.3 Forschung in Deutschland	38
2.1.4 Zunehmendes internationales Interesse	42
2.2 Aktuelle Anwendungsbereiche	43
2.2.1 Bedeutung für Ausbildung und Journalistenhandbücher	43
2.2.2 Rundfunkpolitische Relevanz	45
Kapitel 3 – Forschungslogik und Methode	49
3.1 Die Inhaltsanalyse als zentrale Methode der Nachrichtenwertforschung	50
3.1.1 Untersuchungsgegenstand, Materialauswahl und Analyseebene	50
3.1.2 Die systematische Untersuchung des Materials anhand des Codierbuchs	54
3.1.3 Kriterien der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit: Validität und Reliabilität	57
3.2 Datenanalyse in der Nachrichtenwertforschung	61
3.2.1 Deskriptive Analysen der Inhaltsanalyserdaten	61
3.2.2 Weiterführende multivariate Analysen	63
3.3 Methodentriangulation: Ergänzung von Inhaltsanalysen durch Journalisten- und Publikumsbefragungen	69

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 4 – Forschungsdesigns und empirische Befunde der Schlüsselstudien zur Nachrichtenwerttheorie	73
4.1 Wirksamkeit von Nachrichtenfaktoren bei der journalistischen Selektion	73
4.2 Wirksamkeit von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption	85
4.2.1 Theoretische Grundlagen	85
4.2.2 Ergebnisse der empirischen Studien	87
Kapitel 5 – Kritik und Weiterentwicklungen	97
5.1 Übergeordnete Faktoren der Nachrichtenauswahl	97
5.2 Die Zwei-Komponenten-Theorie	104
5.3 Die Rolle von Bildern in der Nachrichtenwerttheorie	107
5.4 Offene Forschungsfragen	112
Kapitel 6 – Verwandte und konkurrierende Ansätze	116
6.1 Gatekeeping	117
6.2 News-Bias	122
6.3 Agenda-Setting	124
6.4 Framing	127
6.5 Zusammenfassung	131
Kapitel 7 – Ein persönliches Fazit und Plädoyer	132
Kapitel 8 – „Top 15“ – kommentierte Literaturempfehlungen	135
Erläuterung der Nachrichtenfaktoren	139
Literaturverzeichnis	143
Stichwortverzeichnis	159
Bildnachweise	163