

# Inhaltsverzeichnis

<b>Danksagung.....</b>	<b>5</b>
<b>1        Einleitung .....</b>	<b>15</b>
<b>2        Nachrichtenqualität aus normativer Perspektive .....</b>	<b>21</b>
2.1    Nachrichtenqualität – begriffliche & thematische Eingrenzung 21	
2.1.1 <i>Facetten des publizistischen Qualitätsbegriffs</i> .....	21
2.1.2 <i>Nachrichten aus publizistischer und ökonomischer Sicht</i> .....	26
2.2    Systematisierung normativer Qualitätskriterienkataloge .....	30
2.2.1 <i>Normativ-demokratieorientierte Ansätze</i> .....	31
2.2.2 <i>Funktional-systemorientierte Ansätze</i> .....	35
2.2.3 <i>Integratives Qualitätskonzept nach Klaus Arnold</i> .....	38
2.2.4 <i>Ableitung zentraler Qualitätsdimensionen</i> .....	41
2.3    Zentrale Qualitätsdimensionen auf Nachrichtenebene .....	45
2.3.1 <i>Vielfalt</i> .....	45
2.3.2 <i>Relevanz</i> .....	48
2.3.3 <i>Unparteilichkeit</i> .....	50
2.3.4 <i>Sachgerechtigkeit</i> .....	53
2.3.5 <i>Verständlichkeit</i> .....	56
2.4    Zwischenfazit normative Nachrichtenqualitätsdimensionen .....	60
<b>3        Nachrichtenqualität aus Rezipientensicht .....</b>	<b>63</b>
3.1    Relevanz der Rezipientenperspektive im Qualitätsdiskurs .....	63
3.2    Beziehungen zwischen wahrgenommener Qualität & Mediennutzung.....	66
3.2.1 <i>Einflussfaktoren auf Selektions- &amp; Nutzungsentscheidungen</i> .....	66
3.2.2 <i>Theorie der subjektiven Qualitätsauswahl</i> .....	71
3.3    Qualitätserwartungen von Rezipienten .....	76
3.3.1 <i>Verschiedene Rezipientenrollen – verschiedene Qualitätserwartungen</i> ..	76
3.3.2 <i>Qualitätserwartungen von Mediennutzern in offenen Abfragen</i> .....	80
3.3.3 <i>Qualitätserwartungen von Mediennutzern in geschlossenen Abfragen</i> ..	83
3.3.4 <i>Zwischenfazit Qualitätserwartungen</i> .....	90
3.4    Qualitätswahrnehmungen von Rezipienten.....	92
3.4.1 <i>Fach- &amp; Sachkompetenz bei der Qualitätswahrnehmung</i> .....	92
3.4.2 <i>Wahrnehmungen journalistischer Qualität</i> .....	94
3.4.3 <i>Normative Qualität &amp; Nutzung</i> .....	102
3.4.4 <i>Normative Qualität &amp; Qualitätswahrnehmungen</i> .....	107
3.4.5 <i>Zwischenfazit Qualitätswahrnehmungen</i> .....	111

3.5	Qualitätswahrnehmungen als Ergebnis dualer Informationsverarbeitungsprozesse .....	114
3.5.1	<i>Modelle dualer Informationsverarbeitung.....</i>	114
3.5.2	<i>Implikationen für die Entstehung von Qualitätswahrnehmungen .....</i>	118
3.6	Intervenierende Einflussfaktoren bei der Qualitätswahrnehmung.....	124
3.6.1	<i>Medienmarkenimage .....</i>	125
3.6.2	<i>Medienkompetenz .....</i>	130
3.6.3	<i>Mediennutzung.....</i>	135
3.6.4	<i>Soziodemografie.....</i>	137
3.6.5	<i>Zeitpunkt Qualitätswahrnehmung.....</i>	139
3.6.6	<i>Qualitätserwartungen .....</i>	140
3.6.7	<i>Persönliches Interesse am Thema.....</i>	141
4	<b>Analysemodell und Forschungsfragen .....</b>	<b>143</b>
4.1	Nachrichtenqualität aus Rezipientensicht - Forschungsdefizite.....	143
4.2	Analysemodell.....	145
4.3	Forschungsfragen und Hypothesen.....	149
5	<b>Forschungsdesign und Methodik.....</b>	<b>157</b>
5.1	Untersuchungsdesign und -ablauf.....	157
5.2	Stimulusmaterial .....	159
5.2.1	<i>Allgemeine Ansprüche an das Stimulusmaterial.....</i>	159
5.2.2	<i>Variation der Qualitätsdimensionen.....</i>	161
5.3	Erhebungsinstrumente .....	169
5.3.1	<i>Inhaltsanalyse der Stimulusbeiträge .....</i>	170
5.3.2	<i>Befragung .....</i>	176
5.4	Teilnehmerrekrutierung.....	184
5.5	Stichprobenbeschreibung .....	186
6	<b>Ergebnisse .....</b>	<b>191</b>
6.1	Aufbau des Ergebnisteils .....	191
6.2	Normative Qualität der Nachrichten & Qualitätswahrnehmungen der Rezipienten .....	191
6.2.1	<i>Qualitative Analyse offen genannter positiver &amp; negativer Aspekte..</i>	192
6.2.2	<i>Quantitative Analyse der Qualitätswahrnehmungen .....</i>	197
6.3	Image der Medienmarke als Heuristik im Qualitätswahrnehmungsprozess.....	210
6.4	Individuelle Unterschiede in der Qualitätswahrnehmungsfähigkeit.....	222
6.5	Motivationale Aspekte bei der Qualitätswahrnehmung .....	245
6.6	Qualitätswahrnehmungen & Gesamtbewertung einer Nachricht.....	249
6.7	Ergebniszusammenfassung und Diskussion .....	264

7	Schlussbetrachtung.....	273
8	Literaturverzeichnis .....	277

Der komplette Anhang der Arbeit steht als Gratis-Download auf Springer.com zur Verfügung