

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 Pol	195
5.4	Stärken und Grenzen der Studie	200
6	Fazit	205
	Literaturverzeichnis	209