

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	15
1 Einführung.....	17
1.1 Social Media to go: Fernsehnachrichten vor dem Bedeutungsverlust?.....	28
1.2 Lösungsansätze der Redaktionen	34
1.3 Eine Fragestellung aus dem Redaktionsalltag	42
1.4 Aufbau der Arbeit.....	47
2 Theoretischer Rahmen.....	49
2.1 Der dynamisch-transaktionale Ansatz	49
2.2 Das Limited-Capacity-Modell.....	55
2.3 Zusammenfassung zur Informationsverarbeitung von Fernsehstimuli	61
3 Forschungsstand: Lernen aus Medien	63
3.1 Der Einfluss von Stimulusmerkmalen	64
3.2 Der Einfluss von Rezipientenmerkmalen.....	89
3.3 Der Einfluss der Rezeptionssituation.....	101
3.4 Zusammenfassung zum Lernen aus Medien	103
4 Die Studie	105
4.1 Forschungsfragen.....	105
4.2 Forschungsdesign	106
4.2.1 Stimuli	111
4.2.2 Leitfadeninterviews mit den Redakteuren	121
4.2.2.1 Operationalisierung.....	122
4.2.2.2 Aufbau des Interview-Leitfadens	124
4.2.2.3 Ablauf und Auswertung.....	125
4.2.3 Inhaltsanalyse der Nachrichtenbeiträge	126
4.2.3.1 Kategorien	127
4.2.3.2 Operationalisierung.....	128
4.2.3.3 Ablauf und Auswertung.....	137

4.2.4	Online-Experiment mit 400 Probanden	137
4.2.4.1	Stichprobe.....	147
4.2.4.2	Aufbau des Online-Fragebogens.....	157
4.2.4.3	Ablauf und Auswertung.....	161
4.3	Hypothesen	164
4.3.1	Hypothesenkomplex I: Beitragsbewertung	167
4.3.2	Hypothesenkomplex II: Wissenstransfer	170
4.3.3	Hypothesenkomplex III: Rolle der Bildung.....	172
4.3.4	Hypothesenkomplex IV: Rolle des Interesses	176
4.3.5	Hypothesenkomplex V: Rolle der Mediennutzung	178
4.4	Zusammenfassung zur Untersuchungsanlage	181
5	Die Ergebnisse.....	183
5.1	Leitfadeninterviews I: Redaktionsportraits	183
5.1.1	Tagesschau	183
5.1.2	heute	207
5.1.3	RTL-aktuell.....	230
5.1.4	Zusammenfassung zu Forschungsfrage 1	254
5.2	Leitfadeninterviews II: Vermittlungsziele	255
5.3	Inhaltsanalyse I: Umsetzung der Vermittlungsziele	263
5.3.1	Beiträge zum Länderfinanzausgleich	264
5.3.2	Beiträge zum Fracking.....	269
5.3.3	Beiträge zur Bankenaufsicht.....	276
5.4	Inhaltsanalyse II: Textgestaltung, Visualisierung, Infotainment.....	284
5.4.1	Beiträge zum Länderfinanzausgleich	285
5.4.2	Beiträge zum Fracking.....	294
5.4.3	Beiträge zur Bankenaufsicht.....	305
5.4.4	Zusammenfassung zu Forschungsfrage 2	313
5.5	Leitfadeninterviews III: Diskussion der Beiträge mit den Redaktionen	317
5.5.1	Beiträge zum Länderfinanzausgleich	318
5.5.2	Beiträge zum Fracking.....	326
5.5.3	Beiträge zur Bankenaufsicht.....	335
5.5.4	Zusammenfassung der Beitragsdiskussion mit den Redaktionen.....	352
5.6	Online-Experiment I: Beitragsbewertung	353
5.6.1	Beiträge zum Länderfinanzausgleich	357

5.6.2	Beiträge zum Fracking.....	373
5.6.3	Beiträge zur Bankenaufsicht.....	387
5.6.4	Prüfung von Hypothesenkomplex I zur Beitragsbewertung.....	404
5.6.5	Zusammenfassung zu Forschungsfrage 3(1): Beitragsbewertung	407
5.7	Online-Experiment II: Wissenstransfer der Beiträge	407
5.7.1	Beiträge zum Länderfinanzausgleich	411
5.7.2	Beiträge zum Fracking.....	412
5.7.3	Beiträge zur Bankenaufsicht.....	414
5.7.4	Prüfung von Hypothesenkomplex II zum Wissenstransfer	416
5.7.5	Zusammenfassung zu Forschungsfrage 3(2): Wissenstransfer	418
5.8	Online-Experiment III: Einfluss von Rezipientenmerkmalen ...	419
5.8.1	Formale Bildung.....	419
5.8.2	Politisches Interesse.....	434
5.8.3	Mediennutzung	445
5.8.4	Aufmerksamkeit	461
5.8.5	Zusammenfassung zu Hypothesenkomplex III bis V: Rolle von Rezipienten- und Stimulusmerkmalen.....	464
6	Zusammenfassung und Diskussion	467
6.1	Einordnung der zentralen Befunde in den theoretischen Rahmen	470
6.2	Sender und Nutzergruppen	474
6.3	Praktische Implikationen	477
6.4	Limitationen und Ausblick	487
	Literaturverzeichnis	491