

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Einleitung | 1 |
| 1.1 | Problemstellung | 1 |
| 1.2 | Leitende Forschungsfragen und Zielsetzung der Arbeit | 6 |
| 2 | Journalistische Nachrichten: (Neue) Zugangswege und Effekte | 13 |
| 2.1 | Der Begriff der journalistischen Nachricht | 16 |
| 2.2 | Effekte der Nachrichtennutzung auf das Individuum und die Gesellschaft | 19 |
| 2.3 | Nachrichtennutzung in Deutschland | 23 |
| 2.4 | Webseiten-Nachrichten als Ursprung und Referenzkategorie für Nachrichten in den Sozialen Medien | 25 |
| 2.5 | Risiken und Chancen der Sozialen Medien als Zugangsweg zu Nachrichten | 32 |
| 2.5.1 | Das Risiko eines unausgewogenen Nachrichtenangebots | 32 |
| 2.5.2 | Der beiläufige Zugang zu Nachrichten in Sozialen Medien als Chance für schwer erreichbare Bevölkerungsgruppen | 38 |
| 3 | Nachrichtenangebote und -nutzung in den Sozialen Medien | 43 |
| 3.1 | Die Nutzungsperspektive der Sozialen Medien | 44 |
| 3.1.1 | Die Reichweite der Sozialen Medien in Deutschland und weltweit | 44 |
| 3.1.2 | Die Bedeutung der Sozialen Medien für die Nachrichtenrezeption | 46 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 3.1.2.1 | Allgemeine, hauptsächliche und ausschließliche Nutzung von Nachrichten über den Zugangsweg der Sozialen Medien | 47 |
| 3.1.2.2 | Altersspezifische Unterschiede bei der Nutzung Sozialer Medien als Nachrichtenquelle | 49 |
| 3.2 | Eingrenzung des Begriffs der Sozialen Medien | 52 |
| 3.2.1 | Abgrenzung des Begriffs der Sozialen Medien und Ausschluss nicht relevanter Social Media-Gattungen | 53 |
| 3.2.2 | Eine Arbeitsdefinition der Sozialen Medien auf Basis der Definition von Sozialen Netzwerkseiten | 57 |
| 3.3 | Journalistische Nachrichtendistribution in den Sozialen Medien | 59 |
| 3.4 | Besonderheiten der Nachrichtennutzung über Soziale Medien | 64 |
| 3.4.1 | Besonderheiten auf Seiten der technischen Plattformen | 65 |
| 3.4.2 | Besonderheiten in Bezug auf die Nutzung der Sozialen Medien durch die am Kommunikationsprozess beteiligten Akteure | 73 |
| 3.5 | Schematische Darstellung der Nachrichtenverbreitung und -nutzung in Sozialen Medien | 78 |
| 4 | Gatekeeping-Prozesse als Grundlage der Nachrichtenverbreitung in Sozialen Medien | 85 |
| 4.1 | Klassische Gatekeeping-Forschung | 87 |
| 4.1.1 | Begriffsbestimmung und theoretische Grundannahme | 87 |
| 4.1.2 | Die Methodik der Gatekeeping-Forschung | 90 |
| 4.1.3 | Entwicklung der Gatekeeping-Forschung | 91 |
| 4.2 | Weiterentwicklung des <i>Gatekeeping</i> -Ansatzes unter den Bedingungen des Internets | 95 |
| 4.3 | Arten von Gatekeeping-Prozessen in den Sozialen Medien | 99 |
| 4.3.1 | Professionelle Vermittlung von Nachrichten in Sozialen Medien | 99 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 4.3.1.1 | Grundlegender Mechanismus der professionellen Vermittlung | 99 |
| 4.3.1.2 | Bedeutung der professionellen Vermittlung im Gatekeeping-Prozess in den Sozialen Medien | 102 |
| 4.3.1.3 | Potenzielle Konsequenzen der professionellen Vermittlung | 104 |
| 4.3.2 | Partizipative Vermittlung von Nachrichten in den Sozialen Medien | 106 |
| 4.3.2.1 | Grundlegende Mechanismen der partizipativen Vermittlung | 106 |
| 4.3.2.2 | Bedeutung der partizipativen Vermittlung im Gatekeeping-Prozess in den Sozialen Medien | 107 |
| 4.3.3 | Synthese von professioneller und partizipativer Vermittlung | 110 |
| 4.3.3.1 | Einführung des Begriffs des Katalysatoreffekts | 111 |
| 4.3.3.2 | Empirischer Forschungsstand zum Katalysatoreffekt | 115 |
| 4.3.4 | Technische Vermittlung von Nachrichten in den Sozialen Medien | 119 |
| 4.3.4.1 | Grundlegende Mechanismen der technischen Vermittlung | 119 |
| 4.3.4.2 | Potenzielle Konsequenzen der professionellen Vermittlung | 125 |
| 4.3.4.3 | Methodische Herausforderungen bei der Erforschung technischer Vermittlungsprozesse | 128 |
| 4.3.4.4 | Bedeutung der technischen Vermittlung im Gatekeeping-Prozess in den Sozialen Medien | 129 |
| 4.4 | Die Nachrichtenwerttheorie | 134 |
| 4.4.1 | Begriffsbestimmung und Grundannahmen | 135 |
| 4.4.2 | Entwicklung der Nachrichtenwertforschung und empirische Befunde | 138 |
| 4.4.3 | Die Nachrichtenwerttheorie im Kontext der Sozialen Medien | 146 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 4.5 | Integration der theoretischen Grundlagen in die schematische Darstellung der Nachrichtendistribution in den Sozialen Medien | 151 |
| 5 | Empirischer Forschungsstand: Ereignis- und meldungsinhärente Einflussfaktoren auf die Verbreitung von Nachrichten in den Sozialen Medien | 157 |
| 5.1 | News Sharing in Sozialen Medien: Ein junges Forschungsfeld | 159 |
| 5.2 | Einfluss von ereignis- und meldungsinhärenten Merkmalen auf die Interaktionszahlen mit journalistischen Nachrichten in den Sozialen Medien insgesamt (aggregierte Makroperspektive) | 161 |
| 5.2.1 | Überblick über die empirische Forschung (Makroperspektive) | 161 |
| 5.2.2 | Zwischenfazit: Der Einfluss von Nachrichtenfaktoren, formalen und inhaltlichen Merkmalen auf die Verbreitung journalistischer Nachrichten in den Sozialen Medien (aggregierte Makroperspektive) | 174 |
| 5.3 | Einfluss von ereignis- und meldungsinhärenten Merkmalen auf die Selektion von Artikeln zur professionellen Vermittlung in den Sozialen Medien | 179 |
| 5.3.1 | Überblick über die empirische Forschung | 180 |
| 5.3.2 | Zwischenfazit: Der Einfluss von Nachrichtenfaktoren, formalen und inhaltlichen Merkmalen auf journalistische Selektionsprozesse in den Sozialen Medien | 186 |
| 5.4 | Journalistisches Gatekeeping in den Sozialen Medien – ein hochrelevantes Forschungsfeld | 188 |
| 6 | Qualitativ-explorative Vorstudie: Ereignis- und meldungsinhärente Einflussfaktoren aus Sicht journalistischer Gatekeeper | 193 |
| 6.1 | Zielsetzung der qualitativen Vorstudie | 195 |
| 6.2 | Methodisches Vorgehen in der Vorstudie | 200 |
| 6.2.1 | Rekrutierung und Sample | 200 |
| 6.2.2 | Durchführung der qualitativen Leitfadeninterviews | 204 |

| | | |
|---------|---|------------|
| 6.2.3 | Transkription und qualitative Auswertung der Transkripte | 205 |
| 6.3 | Befunde | 209 |
| 6.3.1 | Allgemeine Befunde | 209 |
| 6.3.2 | Bedeutung ereignis- und meldungsinhärenter Einflussfaktoren | 214 |
| 6.3.2.1 | Nachrichtenfaktoren | 214 |
| 6.3.2.2 | Themen | 220 |
| 6.3.2.3 | Formale Aspekte der Artikel | 229 |
| 6.4 | Diskussion der Befunde im Hinblick auf das übergeordnete Forschungsinteresse der Arbeit | 234 |
| 7 | Forschungsfragen und Hypothesen für die quantitative Input-Output-Analyse | 243 |
| 7.1 | Ereignis- und meldungsinhärente Einflussfaktoren auf die Selektion durch journalistische Gatekeeper in den Sozialen Medien | 243 |
| 7.1.1 | Nachrichtenfaktoren | 245 |
| 7.1.2 | Themen | 247 |
| 7.1.3 | Formale Aspekte | 250 |
| 7.2 | Ereignis- und meldungsinhärente Einflussfaktoren auf die aggregierte Anzahl der sozialen Interaktionen je Artikel | 252 |
| 7.2.1 | Nachrichtenfaktoren | 253 |
| 7.2.2 | Themen | 255 |
| 7.2.3 | Formale Aspekte | 257 |
| 7.3 | Weitere Forschungsfragen | 258 |
| 8 | Methodisches Vorgehen bei der empirischen Input-Output-Analyse von journalistischen Nachrichteninhalten in Sozialen Medien | 261 |
| 8.1 | Inhaltsanalyse im Input-Output-Forschungsdesign | 261 |
| 8.1.1 | Journalistische Nachrichtenartikel als Input | 263 |
| 8.1.2 | Social Media-Nachrichtenposts als Output | 265 |
| 8.1.2.1 | Auswahl der untersuchten Social Media-Portale | 265 |
| 8.1.2.2 | Journalistische Selektion | 266 |
| 8.1.2.3 | Aggregierte Interaktionszahlen | 267 |
| 8.2 | Sampling | 268 |
| 8.2.1 | Auswahl der untersuchten Onlinezeitungen und ihrer Profilleiten | 268 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 8.2.2 | Wahl des Untersuchungszeitraums | 271 |
| 8.2.3 | Datenerhebung | 272 |
| 8.2.3.1 | Input | 272 |
| 8.2.3.2 | Output | 273 |
| 8.3 | Messungen | 277 |
| 8.3.1 | Abhängige Variablen | 277 |
| 8.3.1.1 | Journalistische Selektion | 277 |
| 8.3.1.2 | Aggregierte Interaktionszahlen | 278 |
| 8.3.2 | Unabhängige Variablen | 278 |
| 8.3.2.1 | Nachrichtenfaktoren | 281 |
| 8.3.2.2 | Themen | 285 |
| 8.3.2.3 | Formale Aspekte | 287 |
| 8.4 | Statistische Datenanalyse | 289 |
| 9 | Ergebnisse der quantitativen Input-Output-Analyse | 293 |
| 9.1 | Ereignis- und meldungsinhärente Einflussfaktoren auf die Selektion durch journalistische Gatekeeper auf Facebook und Twitter | 294 |
| 9.1.1 | Nachrichtenfaktoren | 301 |
| 9.1.2 | Themen | 305 |
| 9.1.3 | Formale Aspekte | 309 |
| 9.2 | Ereignis- und meldungsinhärente Einflussfaktoren auf die aggregierte Anzahl der sozialen Interaktionen je Artikel | 311 |
| 9.2.1 | Nachrichtenfaktoren | 320 |
| 9.2.2 | Themen | 322 |
| 9.2.3 | Formale Aspekte | 325 |
| 9.3 | Weitere Forschungsfragen | 330 |
| 9.3.1 | Unterschiede im Hinblick auf die Onlinezeitungen | 330 |
| 9.3.2 | Unterschiede im Hinblick auf die Social Media-Portale | 333 |
| 10 | Diskussion der Befunde, kritische Reflexion und Ausblick | 337 |
| 10.1 | Diskussion der empirischen Befunde aus dem Input-Output-Vergleich | 338 |
| 10.1.1 | Das Nachrichtenangebot auf öffentlichen, journalistischen Profilseiten in den Sozialen Medien | 338 |
| 10.1.2 | Journalist*innen als Gatekeeper in den Sozialen Medien? | 342 |

| | | |
|------------------|---|------------|
| 10.1.3 | Einflussfaktoren auf die journalistische Selektion und die aggregierten Interaktionszahlen | 346 |
| 10.2 | Kritische Reflexion der eigenen Vorgehensweise | 362 |
| 10.3 | Fazit und Ausblick | 372 |
| Literatur | | 379 |