

Inhalt

Vorwort	7
1 Medieninhalte: Ihre Relevanz und ihre Analyse	11
1.1 Gründe für die Untersuchung von Medieninhalten	11
1.1.1 Medieninhalte als Indikatoren für ihre Entstehungsbedingungen	14
1.1.2 Medieninhalte als Indikatoren für Medienwirkung	22
1.1.3 Die Qualität von Medienangeboten.....	28
1.2 Die Untersuchung von Medieninhalten mit Inhaltsanalysen	34
1.2.1 Grundideen der Inhaltsanalyse	35
1.2.2 Die Inhaltsanalyse als Forschungsprozess.....	36
1.2.3 Entscheidungen und Gütekriterien in der Inhaltsanalyse	51
1.2.4 Zusammenfassung: Entscheidungsprozess und Qualitätskriterien in der Inhaltsanalyse	60
1.3 Computerunterstützte Inhaltsanalyse.....	62
1.4 Andere Methoden der Analyse von Medieninhalten	66
2 Das Medienangebot in Deutschland	71
3 Die inhaltliche Struktur des Medienangebots	83
4 Aktuelle Berichterstattung	99
4.1 Wie entsteht aktuelle Berichterstattung?	99
4.2 Politik- und Wahlkampfberichterstattung	107
4.2.1 Intensität und Formate der Politikberichterstattung	109
4.2.2 Themen und Akteure in der Politikberichterstattung.....	114
4.2.3 Die Personalisierung der Politikberichterstattung	122
4.2.4 Die redaktionellen Linien der Medien.....	129
4.2.5 Negativität der Politikdarstellung und Skandalberichterstattung	132
4.3 Berichterstattung über das Ausland und Ausländer.....	144
4.3.1 Auslandsberichterstattung	144
4.3.2 Berichterstattung über Ausländer in Deutschland	151
4.4 Wirtschaftsberichterstattung	160

4.5	Berichterstattung über Gewalt, Kriege und Kriminalität.....	168
4.5.1	Gewalt in der aktuellen Berichterstattung	171
4.5.2	Kriegsberichterstattung	182
4.5.3	Kriminalitätsberichterstattung	189
4.6	Berichterstattung über Risiken: Umwelt, Technik, Gesundheit	195
4.6.1	Umweltberichterstattung	196
4.6.2	Technikberichterstattung	201
4.6.3	Gesundheitskommunikation	206
4.7	Sportberichterstattung	210
5	Unterhaltung.....	217
5.1	Wie entstehen unterhaltende Medieninhalte?.....	217
5.2	Formen der Medienunterhaltung	222
5.3	Gewalt in unterhaltenden Medienangeboten	230
6	Werbung.....	235
6.1	Wie entsteht Werbung?	235
6.2	Kommerzielle Werbung	238
6.3	Politische Werbung	245
	Literatur.....	251
	Schlagwortregister	277