

Inhaltsverzeichnis

1 Hände waschen, Abstand halten, Maske tragen – Zur Kommunikation von Verhaltensempfehlungen während der Coronapandemie	1
2 Präventionsappelle in der medialen Gesundheitskommunikation ...	5
2.1 Persuasive Mittel in der Gesundheitskommunikation	6
2.2 Der schmale Grat zwischen Warnhinweis und Panikmache: Herausforderungen der Gesundheitskommunikation in der Coronapandemie	9
3 Audiovisuelle Soziologie und Gattungsforschung	13
3.1 Audiovisuelle Soziologie und Medienproduktanalyse	13
3.2 Von kommunikativen, visuellen und projektiven Gattungen – Neue Perspektiven der soziologischen Gattungstheorie	16
3.3 Zum analytischen Verfahren dieser Forschungsarbeit	20
4 Persuasive und gestalterische Mittel in Corona-Präventionsvideos	23
4.1 Sachliche Informationen und Aufklärung	24
4.2 Soziale Einflüsse	31
4.2.1 Fürsorgemotiv	32
4.2.2 Solidarität und Zusammenhalt	39
4.2.3 Soziale Anerkennung	42
4.2.4 Vorbilder	46

4.3	Zukunftsperspektiven	53
4.3.1	Freiheit und Normalität	54
4.3.2	Alltag	57
4.3.3	Körperliche Nähe und Intimität	62
4.4	Furchtappelle	65
4.4.1	Generalverdacht	66
4.4.2	Schwere Krankheitsverläufe	68
4.4.3	Sterberisiko	72
5	Merkmale audiovisueller Gesundheitskommunikation in der COVID-19-Pandemie	75
5.1	Von Ängsten, Sehnsüchten und gesellschaftlichem Zusammenhalt – Persuasive und gestalterische Mittel der Corona-Präventionsvideos	75
5.2	Von der fachlichen Aufklärung zum Furchtappell? Persuasive Elemente im zeitlichen Verlauf	82
5.3	Corona-Präventionsvideos als kommunikative Form	85
	Literatur	89