

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Hände waschen, Abstand halten, Maske tragen – Zur Kommunikation von Verhaltensempfehlungen während der Coronapandemie</b> .....	1
<b>2 Präventionsappelle in der medialen Gesundheitskommunikation</b> ...	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
<b>3 Audiovisuelle Soziologie und Gattungsforschung</b> .....	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
<b>4 Persuasive und gestalterische Mittel in Corona-Präventionsvideos</b> .....	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
<b>5</b>	<b>Merkmale audiovisueller Gesundheitskommunikation in der COVID-19-Pandemie .....</b>	<b>75</b>
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
	<b>Literatur .....</b>	<b>89</b>