

Michaela Maier
Joachim Retzbach
Isabella Glogger
Karin Stengel

Nachrichtenwerttheorie

2., aktualisierte Auflage



Nomos

cs

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Reihenherausgeber	5
Abbildungsverzeichnis	9
Tabellenverzeichnis	11
Kapitel 1 – Gegenstandsbereich und Grundzüge der Nachrichtenwerttheorie	13
1.1 Die Notwendigkeit journalistischer Selektion	13
1.1.1 Informationsflut und Selektionszwang in der Nachrichtenkette	13
1.1.2 PR und weitere Quellen für den Journalismus	16
1.2 Zentrale Begriffe und Kernsätze der Nachrichtenwerttheorie	18
1.2.1 Nachrichtenfaktoren und Nachrichtenwert	18
1.2.2 Additivitäts-, Komplementaritäts- und Exklusionshypothese	23
1.3 Journalistische Selektivität und selektive Rezeption	26
Kapitel 2 – Entwicklung der Nachrichtenwertforschung	29
2.1 Entwicklungslinien der Theorie	29
2.1.1 Walter Lippmanns „Öffentliche Meinung“	29
2.1.2 Die norwegischen Friedensforscher	32
2.1.3 Forschung in Deutschland	39
2.1.4 Zunehmendes internationales Interesse	43
2.2 Aktuelle Anwendungsgebiete	44
2.2.1 Bedeutung für Ausbildung und Journalistenhandbücher	44
2.2.2 Rundfunkpolitische Relevanz	47
2.2.3. Nachrichtenwerttheorie und Neue Medien	50
Kapitel 3 – Forschungslogik und Methode	51
3.1 Die Inhaltsanalyse als zentrale Methode der Nachrichtenwertforschung	52
3.1.1 Untersuchungsgegenstand, Materialauswahl und Analyseebene	52
3.1.2. Die systematische Untersuchung des Materials anhand des Codierbuchs	56
3.1.3 Kriterien der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit: Validität und Reliabilität	59
3.1.4 Weiterentwicklung: Automatisierte Inhaltsanalyse ..	63
3.2 Datenanalyse in der Nachrichtenwertforschung	64
3.2.1 Deskriptive Analysen der Inhaltsanalysedaten	64

3.2.2 Weiterführende multivariate Analysen	66
3.3 Methodentriangulation: Ergänzung von Inhaltsanalysen durch Journalisten- und Publikumsbefragungen	72
Kapitel 4 – Forschungsdesigns und empirische Befunde der Schlüsselstudien zur Nachrichtenwerttheorie	77
4.1 Wirksamkeit von Nachrichtenfaktoren bei der journalistischen Selektion	77
4.2 Wirksamkeit von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption	89
4.2.1 Theoretische Grundlagen	89
4.2.2 Ergebnisse der empirischen Studien	91
Kapitel 5 – Kritik und Weiterentwicklungen	103
5.1 Übergeordnete Faktoren der Nachrichtenauswahl	103
5.2 Die Zwei-Komponenten-Theorie	110
5.3 Die Rolle von Bildern in der Nachrichtenwerttheorie	113
5.4 Von der selektiven Nutzung zur selektiven Partizipation	119
5.5 Offene Forschungsfragen	121
Kapitel 6 – Verwandte und konkurrierende Ansätze	126
6.1 Gatekeeping	127
6.2 News-Bias	133
6.3 Agenda-Setting	134
6.4 Framing	138
6.5 Zusammenfassung	141
Kapitel 7 – Ein persönliches Fazit und Plädoyer	143
Kapitel 8 – „Top 15“ – kommentierte Literaturempfehlungen	146
Erläuterung der Nachrichtenfaktoren	150
Literaturverzeichnis	153