

Marcus Maurer  
Carsten Reinemann

# Medien- inhalte

Eine Einführung

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	<b>7</b>
<b>1 Medieninhalte: Ihre Relevanz und ihre Analyse</b> .....	<b>11</b>
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
<b>2 Das Medienangebot in Deutschland</b> .....	<b>71</b>
<b>3 Die inhaltliche Struktur des Medienangebots</b> .....	<b>83</b>
<b>4 Aktuelle Berichterstattung</b> .....	<b>99</b>
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
<b>5</b>	<b>Unterhaltung.....</b>	<b>217</b>
5.1	Wie entstehen unterhaltende Medieninhalte?.....	217
5.2	Formen der Medienunterhaltung.....	222
5.3	Gewalt in unterhaltenden Medienangeboten.....	230
<b>6</b>	<b>Werbung.....</b>	<b>235</b>
6.1	Wie entsteht Werbung?.....	235
6.2	Kommerzielle Werbung.....	238
6.3	Politische Werbung.....	245
	<b>Literatur.....</b>	<b>251</b>
	<b>Schlagwortregister.....</b>	<b>277</b>