

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung in den Forschungskontext	1
1.1	Hintergrund	2
1.2	Problemstellung	6
1.3	Begründung des Forschungsinteresses	10
1.4	Forschungslogischer Aufbau der Arbeit	13
2	Theoretisch-analytische Grundlagen	17
2.1	Exkurs: Theorie der sozialen Differenzierung	19
2.2	Abgrenzung von PR/OK und Journalismus	24
2.2.1	Makro-Ebene	24
2.2.2	Meso-Ebene	33
2.2.3	Mikro-Ebene	38
2.2.4	Plädoyer für eine integrierende Perspektive	44
2.3	Wirkung und Genese von Nachrichten	49
2.3.1	Agenda-Setting	50
2.3.2	Medien-Priming	51
2.3.3	Agenda-Building	52
2.3.4	Framing	53
2.3.5	Öffentlichkeit im Arenen-Modell	57
2.3.6	Nachrichtenwerttheorie und instrumentelle Aktualisierung	59
2.4	Rahmenbedingungen im 21. Jahrhundert	63
2.4.1	Ökonomisierung	63
2.4.2	Digitale Revolution	66
2.4.3	Nachrichtenvermittlung im Online-Zeitalter	69
2.4.4	Nachrichtenproduktion im Online-Zeitalter	72
2.4.5	Presse- bzw. Medienarbeit im Online-Zeitalter	75
2.5	Zusammenfassung	78
3	Empirischer Forschungsstand	83
3.1	Methodologische Reflexion	85
3.2	Beeinflussung journalistischer Berichterstattung	92
3.2.1	Nachweis von PR/OK-Einflüssen in ersten Studien	92
3.2.2	Die Determinationsthese	93
3.2.3	Fokussierung journalistischer Dependenz	95
3.2.4	Fokussierung journalistischer Leistungen	99
3.2.5	Fokussierung journalistischer Unabhängigkeit	101
3.2.6	Nachrichtenagenturen als Verstärker von PR/OK-Einflüssen	104
3.2.7	Intransparenz von PR/OK-Einflüssen	105
3.3	Einflussfaktoren – zur Bedeutung von Variablen	107
3.3.1	Quellenvariablen	107
3.3.2	Kontextvariablen	109
3.3.3	Journalismusvariablen	113

3.4	Organisationsseitige Anpassungsprozesse	116
3.5	Wahrnehmung der wechselseitigen Beziehungen	119
3.5.1	Potenzial für Konflikte	119
3.5.2	Unterschätzung von PR/OK-Einflüssen	122
3.5.3	Rollenverständnisse	124
3.6	Einflüsse durch das Internet und die sozialen Medien	127
3.7	Fokussierung ökonomischer Wechselwirkungen	128
3.8	Zusammenfassung	130
4	Der Intereffikationsansatz	133
4.1	Entstehungskontext	133
4.2	Ansatz und theoretische Ausdifferenzierung	136
4.2.1	Begriff der Intereffikation	138
4.2.2	Induktionen und Adaptionen	140
4.3	Rezeption im kommunikationswissenschaftlichen Diskurs	158
4.3.1	Kritik	158
4.3.2	Das Marktmodell als Gegenentwurf	160
4.4	Empirische Umsetzung und theoretische Weiterentwicklung	164
4.4.1	Methodologische Reflexion	164
4.4.2	Durchdringung der Dimensionen	165
4.4.3	Schlussfolgerungen und Weiterentwicklungen	169
4.5	Vertiefung spezifischer Facetten	170
4.5.1	Verknüpfung der Intereffikationsebenen	170
4.5.2	Respekt als soziale Interaktion	176
4.5.3	Ethisch-normative Rahmen	178
4.5.4	Vertiefung ökonomischer Implikationen	182
4.5.5	Kommunikations- und Strukturmanagement	185
4.5.6	Intermedia-Agenda-Building	188
4.6	Zusammenfassung und Vorschlag für eine Ausdifferenzierung	190
5	Fallstudien in Leipzig und Nürnberg im Paralleldesign	199
5.1	Intereffikation im lokalen Raum	199
5.1.1	Fallbeispiel Leipzig	201
5.1.2	Fallbeispiel Nürnberg	203
5.2	Studiendesign im Überblick	204
5.3	Empirie – Teil I – Beobachtung	207
5.3.1	Forschungsfrage und Leitthesen	207
5.3.2	Forschungsdesign	210
5.3.3	Forschungsergebnisse	221
5.3.4	Zwischenfazit zur ersten Phase der empirischen Fallstudie	257
5.4	Empirie – Teil II – Inhaltsanalyse	261
5.4.1	Forschungsfragen und Leitthesen	262
5.4.2	Forschungsdesign	265
5.4.3	Forschungsergebnisse	277
5.4.4	Zwischenfazit zur zweiten Phase der empirischen Fallstudie	326

5.5	Empirie – Teil III – Befragung	332
5.5.1	Forschungsfragen und Leitthesen	332
5.5.2	Forschungsdesign	335
5.5.3	Forschungsergebnisse	348
5.5.4	Zwischenfazit zur dritten Phase der empirischen Fallstudie	386
5.6	Zusammenfassung der Ergebnisse	390
5.7	Reflexionen, Interpretationen und Schlussfolgerungen	395
6	Fazit.....	401
6.1	Rückblick auf den Forschungsprozess	401
6.2	Weiterentwicklung des Modells	403
6.3	Diskussion und Ausblick	409
7	Anhang.....	413
7.1	Literaturverzeichnis und Online-Quellen.....	413
7.2	Beobachtung	443
7.2.1	Untersuchungsanleitung.....	443
7.2.2	Ergänzende Auswertungen	459
7.3	Inhaltsanalyse.....	463
7.3.1	Untersuchungsanleitung.....	464
7.3.2	Themenliste.....	490
7.3.3	Intra-Coder-Reliabilität	492
7.4	Befragung	493
7.4.1	Befragungsanleitung	494
7.4.2	Ergänzende Auswertungen	502