

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	2
2 Nachrichtenwerttheorie: Ein theoretischer Überblick	5
2.1 Das Konstrukt „Nachrichtenwert“ und „Nachrichtenfaktor“	5
2.2 Begründung der europäischen Forschungstradition: Galtung und Ruge	7
3 Methodik	10
4 Ergebnisse der Literaturanalyse	12
4.1 Nachrichtenfaktoren in klassischen Medien: ein Überblick über den Forschungsstand	12
4.1.1 Journalistische Selektion in klassischen Medien.....	12
4.1.2 Selektion bei der Rezeption klassischer Medien.....	14
4.2 Nachrichtenfaktoren online	17
4.2.1 Selektionsentscheidungen von Online-Journalisten.....	18
4.2.2 Selektionsentscheidungen von Rezipienten in Online-Medien.....	22
4.2.3 Selektive Partizipation: Nachrichtenfaktoren in User Generated Content..	25
5 Fazit: Nachrichtenwert und Neue Medien	30
6 Literaturverzeichnis	35