

Inhalt

Vorwort(e)	11
1 Einleitung	13
1.1 Forschungsobjekt.	16
1.2 Hypothesen	17
1.3 Untersuchungsdesign	19
1.4 Aufbau der Arbeit	20
2-6 Wissenschaftliche Grundlagen	22
2 Medien- und Kommunikationswissenschaft	23
2.1 Medien aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht	26
2.2 Massenkommunikation	30
2.3 Kommunikatorforschung	36
2.3.1 Nachrichtenwerttheorie	40
2.3.2 Verwandte Ansätze: Gatekeeping, News-Bias, Agenda-Setting, Framing	45
2.4 Medieninhaltsforschung	50
2.4.1 Medieninhalte oder: Gibt es objektive Berichterstattung?	56
2.4.2 Inhaltsanalyse	70
2.5 Zusammenfassung	76
3 Medienlinguistik	78
3.1 Die Sprache(n) der Medien	81
3.1.1 Mediale Kommunikationsbedingungen	81
3.1.2 Besonderheiten der Pressesprache	85
3.2 Sprache-Bild-Texte	88
3.2.1 Was ist ein Medien-Text?	89
3.2.2 Bildsorte „Zeitungsbild“	91
3.2.3 Sprache-Bild-Bezüge	94
3.2.4 Funktionen von Zeitungsbildern	98
3.3 Zusammenfassung	99

4	Textlinguistik.....	100
4.1	Merkmale der Presstextsorten.....	101
4.1.1	Informationsbetonte Presstextsorten.....	104
4.1.2	Meinungsbetonte Presstextsorten.....	107
4.1.3	Presstextsorten mit informations- und meinungsbetonten Elementen.....	110
4.2	Aktuelle Tendenzen der Presstextsorten-Entwicklung.....	114
4.3	Zusammenfassung.....	116
5	Diskurslinguistik.....	118
5.1	Diskurstheorie nach Foucault.....	118
5.2	Diskursanalysen in der Linguistik.....	120
5.3	Kritische Diskursanalyse nach Jäger.....	123
5.4	Zusammenfassung.....	128
6	(Pragmatische) Semantik.....	130
6.1	Typen und Mittel der Bewertung mit Sprache.....	134
6.1.1	Bewertungstypen: Explizite und implizite Bewertungshandlungen.....	135
6.1.2	Sprachliche Bewertungsmittel.....	137
6.2	Zusammenfassung.....	138
7-8	Gesellschaftspolitischer Kontext.....	141
7	Katholische Kirche und Staat.....	142
7.1	Das österreichische Kooperationssystem.....	142
7.2	Die französische Laizität.....	146
7.3	Zusammenfassung.....	153
8	Katholische Kirche und Medien.....	155
8.1	Österreich.....	155
8.1.1	Beziehung(-sproblem) „Kirche, Medien und Staat“.....	156
8.1.2	Medienberichterstattung über die Kirche.....	162
8.2	Frankreich.....	175
8.2.1	Beziehung(-sproblem) „Kirche, Medien und Laizität“.....	175
8.2.2	Medienberichterstattung über die Kirche.....	187
8.3	JournalistInnen im Interview zur Beziehung „Kirche, Medien und Staat“.....	206
8.3.1	Österreichische Journalisten.....	206
8.3.2	Französische JournalistInnen.....	207

8.4 Zusammenfassung.....	210
9-10 Presselandschaften.....	213
9 Die Presse in Österreich und in Frankreich.....	214
9.1 Die Presse in Österreich.....	214
9.1.1 Journalismus auf Österreichisch.....	220
9.2 Die Presse in Frankreich.....	226
9.2.1 Journalismus „à la française“.....	234
9.3 Zusammenfassung.....	239
10 Porträt der untersuchten Tageszeitungen.....	242
10.1 „Der Standard“.....	242
10.1.1 Daten und Fakten.....	242
10.1.2 Leitlinie.....	243
10.1.3 „Der Standard“ und religiöse Berichterstattung.....	244
10.2 „Die Presse“.....	248
10.2.1 Daten und Fakten.....	248
10.2.2 Leitlinie.....	249
10.2.3 „Die Presse“ und religiöse Berichterstattung.....	251
10.3 „Kronen Zeitung“.....	253
10.3.1 Daten und Fakten.....	253
10.3.2 Leitlinie.....	255
10.3.3 „Kronen Zeitung“ und religiöse Berichterstattung.....	258
10.4 „Aujourd’hui en France“.....	260
10.4.1 Daten und Fakten.....	260
10.4.2 Leitlinie.....	262
10.4.3 „Aujourd’hui en France“ und religiöse Berichterstattung.....	265
10.5 „Le Figaro“.....	270
10.5.1 Daten und Fakten.....	270
10.5.2 Leitlinie.....	271
10.5.3 „Le Figaro“ und religiöse Berichterstattung.....	273
10.6 „Le Monde“.....	279
10.6.1 Daten und Fakten.....	279
10.6.2 Leitlinie.....	280
10.6.3 „Le Monde“ und religiöse Berichterstattung.....	284
10.7 Zusammenfassung.....	289

11-13 Katholische Kirche im Pressediskurs: Textanalyse.....	291
11 Inhaltsanalyse	292
11.1 Korpus.....	292
11.2 Methode	294
11.3 Auswertung	298
11.3.1 Umfang der Berichterstattung	298
11.3.2 Themenfrequenz.....	310
11.3.3 Distribution der Nachrichtenfaktoren.....	319
11.4 Zusammenfassung.....	328
12 Bildanalyse	332
12.1 Korpus.....	332
12.2 Methode	333
12.3 Auswertung	335
12.3.1 Formale Bildmerkmale.....	335
12.3.2 Pragmasemantische Bildmerkmale	338
12.3.3 Semantische Sprache-Bild-Bezüge	356
13 Diskursanalyse.....	364
13.1 Korpus.....	364
13.2 Methode	368
13.3 Auswertung	369
13.3.1 Bewertungen in informations- und in meinungsbetonten Presstextsorten	369
13.3.2 Sprachliche Bewertungsmittel in informationsbetonten Presstextsorten	370
13.3.3 Sprachliche Bewertungsmittel in meinungsbetonten Presstextsorten	377
13.3.4 Verhältnis positiver und negativer Bewertung von Kirche....	387
13.3.5 Ideologiebezogene Bezeichnungsfelder im Pressediskurs über die Kirche.....	388
13.3.6 Inhaltlich-ideologisches Bild der Kirche im Pressediskurs....	403
14 Zusammenfassung.....	406
15 Résumé	413
16 Anhang.....	420
16.1 Codebuch Inhaltsanalyse	420

16.1.1 Umfang der Berichterstattung	420
16.1.2 Themenfrequenz	422
16.1.3 Nachrichtenfaktoren	423
16.2 Ergebnisdaten Inhaltsanalyse	428
16.2.1 Umfang der Berichterstattung	429
16.2.2 Themenfrequenz	430
16.2.3 Distribution der Nachrichtenfaktoren	430
16.3 Codebuch Bildanalyse	433
16.3.1 Formale Bildmerkmale	434
16.3.2 Pragmasemantische Bildmerkmale	435
16.3.3 Semantische Sprache-Bild-Bezüge	436
16.4 Korpus Diskursanalyse	437
16.4.1 „Der Standard“	437
16.4.2 „Die Presse“	438
16.4.3 „Kronen Zeitung“	446
16.4.4 „Aujourd’hui en France“	449
16.4.5 „Le Figaro“	452
16.4.6 „Le Monde“	461
Abbildungen	465
Tabellen	468
Literatur	471
Quellen	471
Forschungsliteratur	471
Software	471
Stichwortverzeichnis	501