

# Literatur

- Ahrens, A., Schwotzer, B., & Weiß, H.-J. (2012). Konzeption, Methode und Basisdaten der ALM-Studie 2010/2011. In Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.), *Programmbereich 2011. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs* (S. 241-259). Berlin: Vistas.
- Albert, P. (2004). *La presse française*. Paris: La documentation française.
- Albert, P., & Leteinturier, C. (1999). *Les médias dans le monde. Enjeux internationaux et diversités nationales*. Paris: Ellipses.
- Alemann, U. von (1997). Parteien und Medien. In O. W. Gabriel, O. Niedermayer & R. Stoss (Hrsg.), *Parteiendemokratie in Deutschland* (S. 478-494). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Anderson, D. R., & Lorch, E. P. (1983). Looking at television: Action or reaction? In J. Bryant & D. R. Anderson (Hrsg.), *Children's understanding of television: Research on attention and comprehension* (S. 1-33). New York, NY: Academic Press.
- Anschütz, G. (1953). *Psychologie. Grundlagen, Ergebnisse und Probleme der Forschung*. Hamburg: Meiner.
- ARD. (2011, 11. Januar). Fernsehhaushalte. *ard.de*. Abgerufen am 13. März 2013 unter [http://www.ard.de/intern/abc/-/id=1643802/nid=1643802/did=1659694/18j4jv/index.html#abcListItem\\_1659694](http://www.ard.de/intern/abc/-/id=1643802/nid=1643802/did=1659694/18j4jv/index.html#abcListItem_1659694)
- ARD (2012). Zuschauer und Marktanteile der Fernsehnachrichten 2010 – 2012. Zuschauer ab 3 Jahre. *ard.de* Abgerufen am 2. April 2013 unter [http://www.ard.de/intern/medienbasisdaten/fernsehnutzung/zuschauer\\_20und\\_20marktanteile\\_20der\\_20fernsehna/-/id=55062/1a2pojg/](http://www.ard.de/intern/medienbasisdaten/fernsehnutzung/zuschauer_20und_20marktanteile_20der_20fernsehna/-/id=55062/1a2pojg/)
- Asline, J. (1990). *La bataille du 20 heures. 40 ans de journaux télévisés*. Paris: Acropole.
- Association of Commercial Television in Europe (2008). *Factbook 2008*. Brüssel: ACTE.
- Ballensiefen, M. (2009). *Bilder machen Sieger – Sieger machen Bilder. Die Funktion von Pressefotos im Bundestagswahlkampf 2005*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Belot, J. (2010). Du sang à la Une. *Etudes*, 412, 378-380.
- Bennett, W. L. (1990). Toward a theory of press-state relations in the United States. *Journal of Communication*, 40(2), 103-125.
- Bentele, G. (1993). Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit? Einige Anmerkungen zum Konstruktivismus und Realismus in der Kommunikationswissenschaft. In G. Bentele & M. Rühl (Hrsg.), *Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven* (S. 152-171). München: Ölschläger.

- Berg, K. (1987). Grundversorgung. Begriff und Bedeutung im Verhältnis von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk nach der neueren Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts. *Media Perspektiven*, 265-274.
- Berg, K., & Ridder, C.-M. (2002). *Massenkommunikation VI. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2000*. Baden-Baden: Nomos.
- Berry, C. (1988). Rundfunknachrichtenforschung. Ein Beitrag zur Klärung der Wirkung von Präsentation und Motivation. *Media Perspektiven*, 166-175.
- Biere, B. U. (1998). Boulevardisierungstendenzen in der Wissenschaftsberichterstattung? Ein Annäherungsversuch. In W. Holly & B. U. Biere (Hrsg.), *Medien im Wandel* (S. 49-62). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bird, E. (1998). News we can use: An audience perspective on the tabloidisation of news in the United States. *Javnost – The Public*, 5(3), 33-49.
- Bird, E. (2000). Audience demands in a murderous market: Tabloidization in U.S. television news. In C. Sparks & J. Tulloch (Hrsg.), *Tabloid tales. Global debates over media standards* (S. 213-228). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Bleicher, J. K. (1993). Chronik der Institutionsgeschichte des deutschen Fernsehens. In K. Hickethier (Hrsg.), *Institution, Technik und Programm. Rahmenaspekte der Programmgeschichte des Fernsehens* (S. 371-403). München: Fink.
- Blöbaum, B. (2006). Personalisierung. In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Hrsg.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (S. 214-215). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Blumler, J. G. (2001). The third age of political communication. *Journal of Public Affairs*, 1, 201-209.
- Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1995). *The crisis of public communication*. London: Routledge.
- Bonfadelli, H. (2003). Medieninhalte. In G. Bentele, H.-B. Brosius & O. Jarren (Hrsg.), *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft* (S. 79-100). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Bonfadelli, H. (2004). *Mediennwirkungsforschung II. Anwendungen* (2. Auflage). Konstanz: UVK.
- Bosshart, L. (1984). Fernseh-Unterhaltung aus der Sicht von Kommunikatoren. *Media Perspektiven*, 644-649.
- Bosshart, L. (1991). Infotainment im Spannungsfeld von Information und Unterhaltung. *Medienwissenschaft Schweiz*, 2, 1-4.
- Bosshart, L. (2007). Information und/oder Unterhaltung? In A. Scholl, R. Renger & B. Blöbaum (Hrsg.), *Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde* (S. 17-30). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bourdieu, P. (1996). *Sur la télévision*. Paris: Raisons d'agir.
- Brants, K. (1998). Who's afraid of infotainment? *European Journal of Communication*, 13, 315-335.
- Brants, K., & Neijens, P. (1998). The infotainment of politics. *Political Communication*, 15, 149-164.

- Brauck, M., & Hülsen, I. (2008, 2. Februar). Noch einmal mit Gefühl. *Spiegel*, S. 72-74.
- Breckenkamp, K. (1998). *Gefühlsintensiv und informationsarm. Boulevardmagazine im deutschen Fernsehen*. Eichstätt: Katholische Universität Eichstätt; unveröffentl. Diplomarbeit.
- Brettschneider, F., & Rettich, M. (2005). Medieneinflüsse auf das Wahlverhalten. In J. W. Falter, O. W. Gabriel, & B. Wessels (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2002* (S. 157-188). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bromley, M. (1998). The "tabloidizing" of Britain: "Quality" newspapers in the 1990s. In M. Bromley & H. Stephenson (Hrsg.), *Sex, lies and democracy* (S. 25-38). London: Longman.
- Brookes, R. (2000). Tabloidization, media panics, and mad cow disease. In C. Sparks & J. Tulloch (Hrsg.), *Tabloid tales. Global debates over media standards* (S. 195-210). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Brosda, C. (2002). "Emotionalisierung" als Merkmal medialer Politikvermittlung. Zur Diskursivität emotionaler Äußerungen und Auftritte von Politikern im Fernsehen. In C. Schicha & C. Brosda (Hrsg.), *Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten. Medieninszenierungen zwischen Popularität und Populismus* (S. 111-133). Münster: LIT.
- Brosius, H.-B. (1989). Die Bebilderung von Fernsehnachrichten. Unter welchen Bedingungen ist sie von Vorteil? *Rundfunk und Fernsehen*, 37, 458-472.
- Brosius, H.-B. (1990). Verstehbarkeit von Fernsehnachrichten. In J. Wilke (Hrsg.), *Fortschritte in der Publizistikwissenschaft* (S. 147-160). Freiburg: Alber.
- Brosius, H.-B. (1998a). Politikvermittlung durch Fernsehen. Inhalte und Rezeption von Fernsehnachrichten. In W. Klingler, G. Roters & O. Zöllner (Hrsg.), *Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden* (S. 283-302). Baden-Baden: Nomos.
- Brosius, H.-B. (1998b). Visualisierung von Fernsehnachrichten. In K. Kamps & M. Meckel (Hrsg.), *Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen* (S. 213-224). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Brosius, H.-B. (2001). Stabilität und Wandel: Inhalte und Darstellungsform von Fernsehnachrichten. In F. Marcinkowski (Hrsg.), *Die Politik der Massenmedien. Heribert Schatz zum 65. Geburtstag* (S. 115-141). Köln: Halem.
- Brosius, H.-B., & Berry, C. (1990). Ein Drei-Faktoren-Modell der Wirkung von Fernsehnachrichten. *Media Perspektiven*, 573-583.
- Brosius, H.-B., Fahr, A., & Zubayr, C. (1998). *Inhalte, Strukturen und Argumentationsformen von Nachrichten im deutschen Fernsehen*. Ludwigshafen: Medien Institut Ludwigshafen.
- Brosius, H.-B., & Kayser, S. (1991). Der Einfluss von emotionalen Darstellungen im Fernsehen auf Informationsaufnahme und Urteilsbildung. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 3, 236-253.
- Brosius, H.-B., Koschel, F., & Haas, A. (2009). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung* (5. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bruck, P. A., & Stocker, G. (1996). *Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens. Zur Rezeption von Boulevardzeitungen*. Münster: LIT.
- Bruns, T., & Marcinkowski, F. (1996). Konvergenz Revisited. Neue Befunde zu einer älteren Diskussion. *Rundfunk und Fernsehen*, 44, 461-478.

- Bruns, T., & Marcinkowski, F. (1997). *Politische Information im Fernsehen. Eine Längsschnittstudie zur Veränderung der Politikvermittlung in Nachrichten und politischen Informationssendungen*. Opladen: Leske + Budrich
- Bullerjahn, C. (2001). *Grundlagen der Wirkung von Filmmusik*. Augsburg: Wißner-Verlag.
- Burkart, R. (2002). *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umrisse einer interdisziplinären Sozialwissenschaft* (4. Auflage). Wien: Böhlau.
- Buß, C. (2011, 14. März). ZDF-Film zu Japan: Missratener Katastrophen-Mix. *spiegel.de*. Abgerufen am 2. April 2013 unter <http://www.spiegel.de/kultur/tv/zdf-film-zu-japan-missratener-katastrophen-mix-a-750775.html>
- Büscher, H. (1996). *Emotionalität in Schlagzeilen der Boulevardpresse. Theoretische und empirische Studien zum emotionalen Wirkungspotential von Schlagzeilen in der Bild-Zeitung im Assoziationsbereich "Tod"*. Frankfurt a. M.: Lang.
- Caspari, C., Schönbach, K., & Lauf, E. (1999). Bewertung politischer Akteure in Fernsehnachrichten. Analyse der Berichterstattung in Bundestagswahlkämpfen der 90er Jahre. *Media Perspektiven*, 270-274.
- Chaffee, S. H., & Frank, S. (1996). How Americans get political information: Print versus broadcast news. In K. H. Jamieson (Hrsg.), *The Media and Politics. Annals of the American Academy of Political and Social Sciences* (S. 48-58). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Chalaby, J. K. (1998). *The invention of journalism*. London: Macmillan.
- Chivot, D. (2010). La fin programmée du "20 h". *Etudes*, 412, 375-377.
- Chupin, I., Hubé, N., & Kaciaf, N. (2009). *Histoire politique et économique des medias en France*. Paris: La Découverte.
- Connell, I. (1991). Tales of Tellyland: The popular press and television in the UK. In P. Dahlgren & C. Sparks (Hrsg.), *Communication and citizenship: Journalism and the public sphere in the new media age* (S. 236-253). London: Routledge.
- Connell, I. (1992). Personalities in the popular media. In P. Dahlgren & C. Sparks (Hrsg.), *Journalism and popular culture* (S. 64-83). London: Sage.
- Connell, I. (1998). Mistaken identities: tabloid and broadsheet news discourse. *Javnost – The Public*, 5(3), 11-31.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2001a). *Bilan de la société nationale de programmes France 2. Année 2001*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2001b). *Bilan de la société nationale de programmes France 3. Année 2001*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2001c). *Bilan de la société privée M6. Année 2001*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2001d). *Bilan de la société privée TF1. Année 2001*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2006a). *Bilan de la société privée M6 (Métropole Télévision) – Année 2005*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2006b). *Bilan de la société privée TF1. Année 2005*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2006c). *Le bilan 2005 des chaînes de France Télévisions, de TF1 et de M6*. Paris: CSA.

- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2011a). *Bilan de la société France Télévisions – Année 2010*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2011b). *Bilan de la société M6 – Année 2010*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2011c). *Bilan de la société TF1. Année 2010*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2011d). *Les chiffres clés de l'audiovisuel français. 2<sup>ème</sup> semestre 2011*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2012a). *Bilan de la société France Télévisions. Année 2011*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2012b). *Bilan de la société M6 – Année 2011*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2012c). *Bilan de la société TF1. Année 2011*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2012d). *Les chiffres clés de l'audiovisuel français*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2012e). *Statuts – Cahier des charges – France Télévisions*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2013a). *Convention entre le conseil supérieur de l'audiovisuel agissant au nom de l'Etat, d'une part, et la société Télévision Française 1, ci-après dénommé la société, d'autre part*. Paris: CSA.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2013b). *Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (modifiée et complétée)*. Paris: CSA.
- Coulomb-Gully, M. (1995). *Les informations télévisées*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Couperus, M. (1972). La terminologie appliquée aux périodiques et aux journalistes. In M. Couperus (Hrsg.), *L'Etude des périodiques anciens: Colloque d'Utrecht* (S. 59-62). Paris: Nizet.
- D'Aiguillon, B. (2001). *Un demi-siècle de journal télévisé. Technique, publicité, influence*. Paris: L'Harmattan.
- Dakhli, J. (2008a). La représentation politique à l'épreuve du peuple: élus, médias et peopolisation en France dans les années 2000. *Le Temps des Médias*, 10(1), 66-81.
- Dakhli, J. (2008b). *Politique peuple*. Rosny-sous-Bois: Bréal.
- Dakhli, J. (2009). Du populaire au populisme? Idéologie et négociation des valeurs dans la presse "peuple" française. *Communication*, 27(1), 66-83.
- Dakhli, J., & Lherault, M. (2008). Présentation. Peopolisation et politique. *Le Temps des Médias*, 10(1), 8-12.
- Dalrymple, K. E., & Scheufele, D. A. (2007). Finally informing the electorate? How the internet got people thinking about presidential politics in 2004. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 12(3), 96-111.
- Danard, B., & Le Champion, R. (2005). *Les programmes audiovisuels*. Paris: La Découverte.
- Darschin, W., & Gerhard, H. (2002). Tendenzen im Zuschauerverhalten. *Media Perspektiven*, 154-165.
- Darschin, W., & Horn, I. (1997). Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht. *Media Perspektiven*, 269-275.

- Darschin, W., & Kayser, S. (2000). Tendenzen im Zuschauerverhalten. *Media Perspektiven*, 146-158.
- Darschin, W., & Zubayr, C. (2001). Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht. *Media Perspektiven*, 238-246.
- Daschmann, G. (2009). Qualität von Fernsehnachrichten: Dimensionen und Befunde. *Media Perspektiven*, 257-266.
- Dehm, U. (1984). *Fernseh-Unterhaltung, Zeitvertreib, Flucht oder Zwang? Eine sozialpsychologische Studie zum Fernseherleben*. Mainz: Von Hase & Koehler.
- Dehm, U., & Klingler, W. (1985). Die neue Konkurrenz: Überregionale Hauptnachrichtensendungen des Fernsehens im Vergleich. *Rundfunk und Fernsehen*, 33, 247-255.
- Delli Carpini, M. X., & Keeter, S. (1996). *What Americans know about politics and why it matters*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Delporte, C. (2008). Quand la peopolisation a-t-elle commence? Le cas français. *Le Temps des Médias*, 10(1), 27-52.
- Delporte, C. (2012, 5. April). Un parfum d'âge d'or... *bnf.fr*. Abgerufen am 24. März 2013 unter <http://expositions.bnf.fr/presse/arret/04.htm>
- Deutscher Bundestag (2010). *Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland*. Berlin: Deutscher Bundestag.
- Die Medienanstalten (2013). *Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV –) in der Fassung des Fünfzehnten Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge vom 15./21. Dezember 2010 (vgl. GVBl. Berlin 2011 S. 211), in Kraft getreten am 01.01.2013*. Berlin: Die Medienanstalten.
- Diehlmann, N. (2003). Journalisten und Fernsehnachrichten. In G. Ruhrmann, J. Woelke, M. Maier & N. Diehlmann (2003), *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren* (S. 99-144). Opladen: Leske + Budrich.
- Diekmann, A. (2002). *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Hamburg: Rowohlt.
- Donsbach, W. (1999). Drehbücher und Inszenierungen. Die Union in der Defensive. In E. Noelle-Neumann, H. M. Kepplinger & W. Donsbach (Hrsg.), *Kampa. Meinungsklima und Medienwirkung im Bundestagswahlkampf 1998* (S. 141-180). Freiburg: Alber.
- Donsbach, W. (2009). Journalist. In E. Noelle-Neumann, W. Schulz & J. Wilke (Hrsg.), *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation* (S. 81-128). Frankfurt a. M.: Fischer.
- Donsbach, W., & Büttner, K. (2005a). Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnachrichten. *Publizistik*, 50, 21-38.
- Donsbach, W., & Büttner, K. (2005b). Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnachrichten. Codebuch – Grundlagen der Analysen. Abgerufen am 27. März 2013 unter [http://donsbach.net/wp-content/uploads/2011/12/Codebuch\\_TV-Nachrichten.pdf](http://donsbach.net/wp-content/uploads/2011/12/Codebuch_TV-Nachrichten.pdf)
- Donsbach, W., & Wilke, J. (2009). Rundfunk. In E. Noelle-Neumann, W. Schulz & J. Wilke (Hrsg.), *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation* (S. 593-650). Frankfurt a. M.: Fischer.

- Dovifat, E., & Wilke, J. (1976). *Zeitungsliebe I. Theoretische und rechtliche Grundlagen. Nachricht und Meinung. Sprache und Form* (6. Auflage). Berlin: De Gruyter.
- Dörner, A. (2001). *Politainment. Politik in der medialen Erlebniswelt*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Drentwett, C. (2009). *Vom Nachrichtenvermittler zum Nachrichtentema. Metaberichterstattung bei Medienergebnissen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dubied, A. (2009). L'information-people. La célébrité racontée par la presse. *Communication*, 27(1), 11-17.
- Dulinski, U. (2003). *Sensationsjournalismus in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Eilders, C. (1997). *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Eilders, C. (2006). Politische Kommunikation. In Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), *Medien von A bis Z* (S. 283-286). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Eilders, C., & Wirth, W. (1999). Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum: Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption. *Publizistik*, 44, 35-57.
- Endeweld, M. (2007, Juni). Des chaînes "tout info" bien peu dérangeantes. *lemondediplomatique.fr*. Abgerufen am 19. März 2013 unter <http://www.monde-diplomatique.fr/2007/06/ENDEWELD/14813>
- Entman, R. M. (1989). *Democracy without citizens. Media and the decay of American politics*. New York, NY: Oxford University Press.
- Erskine, H. G. (1962). The polls: The informed public. *Public Opinion Quarterly*, 26, 668-677.
- Esser, F. (1999). 'Tabloidization' of news: A comparative analysis of Anglo-American and German press journalism. *European Journal of Communication*, 14, 291-324.
- Fahr, A. (2001). *Katastrophale Nachrichten? Eine Analyse der Qualität von Fernsehnachrichten*. München: Fischer.
- Faulstich, W. (2008). *Grundkurs Fernsehanalyse*. Paderborn: Fink.
- "Filippetti: pas de retour de la publicité sur les chaînes publiques après 20 heures" (2012, 24. August). *Lemonde.fr*. Abgerufen am 7. April 2013 unter [http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2012/08/24/filippetti-pas-de-retour-de-la-publicite-sur-les-chaines-publiques-apres-20-heures\\_1751267\\_3236.html](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2012/08/24/filippetti-pas-de-retour-de-la-publicite-sur-les-chaines-publiques-apres-20-heures_1751267_3236.html)
- Findahl, O., & Höijer, B. (1985). Some characteristics of news memory and comprehension. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 29, 379-396.
- Fiske, J. (1989). *Understanding popular culture*. London: Unwin Hyman.
- Fiske, J. (1992). Popularity and the politics of information. In P. Dahlgren & C. Sparks (Hrsg.), *Journalism and popular culture* (S. 45-62). London: Sage.
- France Télévisions (2011). *Charte des antennes*. Paris: France Télévisions.
- Fretwurst, B. (2008). *Nachrichten im Interesse der Zuschauer. Eine konzeptionelle und empirische Neubestimmung der Nachrichtenwerttheorie*. Konstanz: UVK.



- Friedrichsen, M. (1996). Politik- und Parteiverdruß durch Skandalberichterstattung? In O. Jarren, H. Schatz & H. Wessler (Hrsg.), *Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel* (S. 73-93). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Früh, W. (1998). *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis* (4. Auflage). Konstanz: UVK.
- Früh, H., & Fahr, A. (2006). Erlebte Emotionen. Messung von Rezeptionsemotionen am Beispiel legitimer Gewalt im Spielfilm. *Publizistik*, 51, 24-38.
- Früh, W., Kuhlmann, C., & Wirth, W. (1996). Unterhaltsame Information oder informative Unterhaltung? Zur Rezeption von Reality-TV. *Publizistik*, 41, 428-451.
- Früh, W., & Wirth, W. (1997). Positives und negatives Infotainment. Zur Rezeption unterhaltsam aufbereiteter TV-Information. In M. Haller & G. Bentele (Hrsg.), *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen* (S. 367-381). Konstanz: UVK.
- Früh, W., & Wunsch, C. (2007). Unterhaltung. In A. Scholl, R. Renger & B. Blöbaum (Hrsg.), *Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde* (S. 31-52). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Funke, H.-J. (1978). *Die Haupt- und Spätausgabe der "Tagesschau". Ein inhaltsanalytischer Vergleich ihrer Inlandsberichterstattung*. Berlin: Spiess.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2, 64-91.
- Gauchet, M. (2012, 12. März). "M. Sarkozy est le premier président postmoderne de la Ve République". *lemonde.fr*. Aberufen am 18. April 2013 unter [http://www.lemonde.fr/idees/article/2012/03/12/m-sarkozy-est-le-premier-president-postmoderne-de-la-ve-republique\\_1656559\\_3232.html](http://www.lemonde.fr/idees/article/2012/03/12/m-sarkozy-est-le-premier-president-postmoderne-de-la-ve-republique_1656559_3232.html)
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television. The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 173-199.
- Gerbner, G. (1988). *Violence and terror in the mass media*. Paris: Unesco.
- Gerhards, J. (1988). *Soziologie der Emotionen. Fragestellungen, Systematik und Perspektiven*. Weinheim: Juventa Verlag.
- Gest, C. (2006) *Boulevardisierung von Fernsehnachrichten: Eine narrationstheoretische Perspektive*. Leipzig: Universität Leipzig; unveröffentl. Diplomarbeit.
- Giuliani, E. (2010). Le JT, de la grand-messe au confessionnal. *Etudes*, 412, 374-375.
- Gleich, U. (2001). Populäre Unterhaltungsformate im Fernsehen und ihre Bedeutung für Zuschauer. Forschungsüberblick zu Nutzungsmotiven, Funktionen und Wirkungen von Soap Operas, Talkshows und Reality-TV. *Media Perspektiven*, 524-532.
- Goertz, L. (1996). Zwischen Nachrichtenverkündung und Infotainment? Die Gestaltung von Hauptnachrichtensendungen im privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehen. In W. Hömberg & H. Pürer (Hrsg.), *Medientransformation. Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland* (S. 200-209). Konstanz: UVK.



- Goertz, L., & Schönbach, K. (1998). Nachrichtengeographie. Themen, Strukturen, Darstellung. Ein Vergleich. In K. Kamps & M. Meckel (Hrsg.), *Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen* (S. 111-126). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Gonzalès, P. (2012, 23. November). Le CSA vigilant sur le temps de parole de l'UMP. *lefigaro.fr*. Abgerufen am 1. Mai 2013 unter <http://www.lefigaro.fr/medias/2012/11/23/20004-20121123ARTFIG00701-le-csa-vigilant-sur-le-temps-de-parole-de-l-ump.php?cmtpage=0>
- Gonzalès, P. (2011, 28. Februar). Les Français restent fidèles aux médias classiques. *lefigaro.fr*. Abgerufen am 18. März 2013 unter <http://www.lefigaro.fr/medias/2011/02/28/04002-20110228ARTFIG00646-les-francais-restent-fideles-aux-medias-classiques.php>
- Gonzalès, P. (2009a, 1. September 2009). Avec le JT, M6 devient une grande généraliste. *lefigaro.fr*. Abgerufen am 2. März 2013 unter <http://www.lefigaro.fr/medias/2009/09/01/04002-20090901ARTFIG00011-avec-le-jt-m6-devient-une-grande-generaliste-.php>
- Gonzalès, P. (2009b, 9. September 2009). M6 réussit son entrée dans la mêlée des journaux télé. *lefigaro.fr*. Abgerufen am 17. März 2013 unter <http://www.lefigaro.fr/medias/2009/09/09/04002-20090909ARTFIG00046-m6-reussit-son-entree-dans-la-melee-des-journaux-tele-.php>
- Görke, A. (2002). Journalismus und Öffentlichkeit als Funktionssystem. In A. Scholl (Hrsg.), *Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft* (S. 69-90). Konstanz: UVK.
- Görke, A. (2007). Argwöhnisch bäugt: Interrelationen zwischen Journalismus und Unterhaltung. In A. Scholl, R. Renger & B. Blöbaum (Hrsg.), *Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde* (S. 87-116). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Graber, D. A. (1994). The infotainment quotient in routine television news: A director's perspective. *Discourse and Society*, 5, 483-508.
- Graber, D. A. (1997). *Mass media and American politics* (5. Auflage). Washington, DC: Congressional Quarterly Press.
- Graber, D. A. (2001). *Processing politics. Learning from television in the internet age*. Chicago, IL: University Of Chicago Press.
- Graber, D. A. (2002). *Mass media and American politics* (6. Auflage). Washington, DC: Congressional Quarterly Press.
- Gripsrud, J. (2000). Tabloidization, popular journalism and democracy. In C. Sparks & J. Tulloch (Hrsg.), *Tabloid tales. Global debates over media standards* (S. 285-300). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Große, E. U. (2008). Rundfunk und Fernsehen im Zeichen der Konkurrenz. In E. U. Große & H.-H. Lüger (Hrsg.), *Frankreich verstehen. Eine Einführung mit Vergleichen zu Deutschland* (S. 272-292). Darmstadt: WBG.
- Hagen, L. (1995). *Informationsqualität von Nachrichten. Messmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hagen, L., Zeh, R., & Berens, H. (1998). Kanzler und Kontrahent. Berichterstattung über Spitzenkandidaten im Bundestagswahlkampf 1994. In K. Kamps & M. Meckel (Hrsg.), *Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen* (S. 225-238). Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2003). Drei Modelle von Medien, Journalismus und politischer Kultur in Europa: Grundlegende Überlegungen zu einer komparativen europäischen Journalismusforschung. In G. G. Kopper & P. Mancini (Hrsg.), *Kulturen des Journalismus und politische Systeme. Probleme internationaler Vergleichbarkeit des Journalismus in Europa – verbunden mit Fallstudien zu Großbritannien, Frankreich, Italien und Deutschland* (S. 11-27). Berlin: Vistas.
- Hasebrink, U. (2006). Wissenskluft. In Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), *Medien von A bis Z* (S. 390-393). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hasebrink, U., & Schmidt J.-H. (2012). *Informationsrepertoires der deutschen Bevölkerung. Konzept für eine regelmäßig durchzuführende bevölkerungsrepräsentative Befragung im Rahmen des Vorhabens "Erfassung und Darstellung der Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland"*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung.
- Hauser, J. (2012, 27. September). Sieg der Verlage. *faz.net*. Abgerufen am 19. März 2013 unter <http://m.faz.net/aktuell/wirtschaft/urteil-ueber-tagesschau-app-sieg-der-verlage-11905940.html>
- Heyn, J. (1985). Fernsehnachrichten im internationalen Vergleich: Auf bestem Wege zur Entpolitisierung? *Media Perspektiven*, 879-884.
- Hickethier, K. (1994). Methodische Probleme der Fernsehanalyse. In K. Hickethier (Hrsg.), *Aspekte der Fernsehanalyse. Methoden und Modelle* (S. 10-28). Münster: LIT.
- Hildebrandt, A. (2013, 7. Mai). "Bei SAT.1 kann ich Jugendlichkeit ausleben". *welt.de*. Abgerufen am 15. Mai 2013 unter <http://www.welt.de/vermischtes/article115955587/Bei-Sat-1-kann-ich-Jugendlichkeit-ausleben.html>
- Hoffmann, D. (2005). Experteninterview. In L. Mikos & C. Wegener (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch* (S. 268-278). Konstanz: UVK.
- Hoffmann, J., & Raupp, J. (2006). Politische Personalisierung. Disziplinäre Zugänge und theoretische Folgerungen. *Publizistik*, 51, 456-478.
- Holtz-Bacha, C. (1990). *Ablenkung oder Abkehr von der Politik? Mediennutzung im Geflecht politischer Orientierungen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Holtz-Bacha, C. (2001). Das Private in der Politik: ein neuer Medientrend? *Aus Politik und Zeitgeschichte*, (41-42) 20-26.
- Holtz-Bacha, C. (2006). Personalisiert und emotional: Strategien des modernen Wahlkampfes. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, (7) 11-19.
- Holtz-Bacha, C. (2007). Zur Einführung: Politikerinnen in den Medien. In C. Holtz-Bacha & N. König-Reiling (Hrsg.), *Warum nicht gleich? Wie die Medien mit Frauen in der Politik umgehen* (S. 7-16). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Holtz-Bacha, C., & Zeh, R. (2007). *Medien – Politik – Publikum. Analysen zur Mediengesellschaft*. Erfurt: Landeszentrale für politische Bildung Thüringen.
- Hoog, E. (2010). *La télé. Une histoire en direct*. Paris: Gallimard.
- Huh, M. (1996). *Bild-Schlagzeilen. Wie das Fernsehen Nachrichten erfolgreich vermarktet*. Konstanz: UVK.

- Infolab (2011, 7. März). Enquête sur les nouvelles pratiques de consommation de l'information des Français. *lexpress.fr*. Abgerufen am 18. März 2013 unter <http://blogs.lexpress.fr/infolab/2011/03/07/infolab-comprendre-linformation-a-lerc-du-toujours-connecte/>
- Institut National de l'Audiovisuel (2008a). *INA STAT – Le baromètre thématique des journaux télévisés, numéro 8. La culture fait son cinéma dans les JT*. Paris: INA.
- Institut National de l'Audiovisuel (2008b). *INA STAT – Le baromètre thématique des journaux télévisés, numéro 10. Manifestations... dans les JT*. Paris: INA.
- Institut National de l'Audiovisuel (2009a). *INA STAT – Le baromètre thématique des journaux télévisés, numéro 12. L'info de crise*. Paris: INA.
- Institut National de l'Audiovisuel (2009b). *INA STAT – Le baromètre thématique des journaux télévisés, numéro 13. Catastrophes et faits divers, drames dans les JT*. Paris: INA.
- Institut National de l'Audiovisuel (2010). *INA STAT – Le baromètre thématique des journaux télévisés, numéro 20. La science dans les JT*. Paris: INA.
- Institut National de l'Audiovisuel (2011). *INA STAT – Le baromètre thématique des journaux télévisés, numéro 22. L'environnement dans les JT*. Paris: INA.
- Institut National de l'Audiovisuel (2013). *INA STAT – Le baromètre thématique des journaux télévisés, numéro 29. Les femmes dans les JT*. Paris: INA.
- Institut für empirische Medienforschung. (2003). *Wirtschaftsthemen in den Fernsehnachrichten. Hauptnachrichten von ARD, ZDF, RTL, SAT.1, ProSieben, Kabel 1, RTL II, Vox*. Köln: IFEM.
- Jaigu, C., & Jeudy, B. (2007, 20. November). Nicolas Sarkozy, l'hyperprésident. *lefigaro.fr*. Abgerufen am 18. April 2013 unter [http://www.lefigaro.fr/politique/2007/06/21/01002-20070621ARTFIG90222-nicolas\\_sarkozy\\_s\\_engage\\_personnellement\\_sur\\_tous\\_les\\_fronts\\_et\\_invite\\_sa\\_majorite\\_a\\_l\\_audace.php](http://www.lefigaro.fr/politique/2007/06/21/01002-20070621ARTFIG90222-nicolas_sarkozy_s_engage_personnellement_sur_tous_les_fronts_et_invite_sa_majorite_a_l_audace.php)
- Jarren, O., & Donges, P. (2006). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung*. (2. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jarren, O., & Donges, P. (2011). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung*. (3. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kaltenbrunner, A., Karmasin, M., Kraus, D., & Zimmermann, A. (2007). *Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher*. Wien: Facultas Verlag.
- Kamps, K. (1998). "Zur Politik, nach Bonn ...". Politische Kommunikation in Fernsehnachrichten. In K. Kamps & M. Meckel (Hrsg.), *Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen* (S. 33-48). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kamps, K. (2007). *Politisches Kommunikationsmanagement. Grundlagen und Professionalisierung moderner Politikvermittlung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Katé, J. (1999, 27. September). i-télé: des corsaires à l'abordage de LCI. La nouvelle chaîne tout-info de Canal + mise sur la jeunesse. *liberation.fr*. Abgerufen am 18. März 2013 unter <http://www.liberation.fr/medias/0101293839-i-tele-des-corsaires-a-l-abordage-de-lci-la-nouvelle-chaîne-tout-info-de-canal-mise-sur-la-jeunesse>
- Kempf, U. (2007). *Das politische System Frankreichs* (4. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Kepplinger, H. M. (1983). Funktionswandel der Massenmedien. In M. Rühl & H.-W. Stüber (Hrsg.), *Kommunikationspolitik in Forschung und Anwendung. Festschrift für Franz Ronneberger* (S. 47-64). Düsseldorf: Droste Verlag.
- Kepplinger, H. M. (1985). Systemtheoretische Aspekte der politischen Kommunikation. *Publizistik*, 30, 247-264.
- Kepplinger, H. M. (1996). Skandale und Politikverdrossenheit – ein Langzeitvergleich. In O. Jarren, H. Schatz & H. Wessler (Hrsg.), *Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel* (S. 41-58). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kepplinger, H. M. (1998). *Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft*. Freiburg: Alber.
- Kepplinger, H. M. (1999). Deutschland vor der Wahl. Eine Frame-Analyse der Fernsehnachrichten. In E. Noelle-Neumann, H. M. Kepplinger & W. Donsbach (Hrsg.), *Kampa. Meinungsklima und Medienwirkung im Bundestagswahlkampf 1998* (S. 78-107). Freiburg: Alber.
- Kepplinger, H. M. (2001). *Die Kunst der Skandalisierung und die Illusion der Wahrheit*. München: Olzog.
- Kepplinger, H. M., Ehmig, S. C., & Hartung, W. (2002). *Alltägliche Skandale. Eine repräsentative Analyse regionaler Fälle*. Konstanz: UVK.
- Kepplinger, H. M., & Weissbecker, H. (1991). Negativität als Nachrichtenideologie. *Publizistik*, 36, 330-342.
- Keuncke, S. (2005). Qualitatives Interview. In L. Mikos & C. Wegener (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch* (S. 254-267). Konstanz: UVK.
- Kevenhörster, P. (2008). *Politikwissenschaft. Band 1. Entscheidungen und Strukturen der Politik* (3. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klaus, E. (1998). *Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Klaus, E. (2002). Der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile. In I. Neverla, E. Grittmann & M. Pater (Hrsg.), *Grundlagentexte zur Journalistik* (S. 619-640). Konstanz: UVK.
- Klaus, E. (2008). Der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile. In J. Dorer, B. Geiger & R. Köpl (Hrsg.), *Medien – Politik – Geschlecht. Feministische Befunde zur politischen Kommunikationsforschung* (S. 51-65). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klein, J. (1998). Boulevardisierung in TV-Kulturmagazinen? In W. Holly & B. U. Biere (Hrsg.), *Medien im Wandel* (S. 103-112). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Koch, T. (2010). *Macht der Gewohnheit? Der Einfluss der Habitualisierung auf die Fernsehnutzung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kolb, S. (2000). *Unterschiede der Berichterstattung von französischen und deutschen Fernsehnachrichten in dualen Systemen. Eine Inhaltsanalyse*. Leipzig: Universität Leipzig; unveröffentl. Magisterarbeit.
- Konkurrenz für n-tv - im Januar 2000 will ProSieben den Nachrichtensender N24 starten. *tagesspiegel.de*. Abgerufen am 18. März 2013 unter <http://www.tagesspiegel.de/zeitung/konkurrenz-fuer-n-tv-im-januar-2000-will-prosieben-den-nachrichtensender-n24-starten/87172.html>

- Kopper, G. G. (2003). Journalistische Kultur in Deutschland: Bestimmung kultureller Grundmuster des Journalismus in Deutschland. In G. G. Kopper & P. Mancini (Hrsg.), *Kulturen des Journalismus und politische Systeme. Probleme internationaler Vergleichbarkeit des Journalismus in Europa – verbunden mit Fallstudien zu Großbritannien, Frankreich, Italien und Deutschland* (S. 109-130). Berlin: Vistas.
- Koszyk, K., & Pruys, K. H. (1970). *Wörterbuch zur Publizistik*. München: Verlag Dokumentation.
- Kowalewski, K. (2009). "Prime-Time" für die Wissenschaft? *Wissenschaftsberichterstattung in den Hauptfernsehnachrichten in Deutschland und Frankreich*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Köhler, S. (2009). *Die Nachrichtenerzähler. Zu Theorie und Praxis nachhaltiger Narrativität im TV-Journalismus*. Baden-Baden: Nomos.
- Krei, A. (2011, 14. November). "heute" in der Krise: Schlechte Nachrichten für das ZDF. *dwdl.de*. Abgerufen am 5. Mai 2013 unter [http://www.dwdl.de/nachrichten/33599/heute\\_in\\_der\\_krise\\_schlechte\\_nachrichten\\_fr\\_das\\_zdf/](http://www.dwdl.de/nachrichten/33599/heute_in_der_krise_schlechte_nachrichten_fr_das_zdf/)
- Kroppach, D. (1976). Journalistische Aussageweisen. *Publizistik*, 2, 194-207.
- Krüger, U. M. (1985a). Aspekte der Nachrichtenpräsentation in SAT 1, ARD und ZDF. *Media Perspektiven*, 232-239.
- Krüger, U. M. (1985b). Entpolitisierung als Programm? APF-Nachrichten im Vergleich zu ARD und ZDF. *Media Perspektiven*, 50-55.
- Krüger, U. M. (1985c). "Soft news" – kommerzielle Alternative zum Nachrichtenangebot öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten. SAT 1, RTL plus, ARD und ZDF im Vergleich. *Media Perspektiven*, 479-490.
- Krüger, U. M. (1991). Zur Konvergenz öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme. Entstehung und empirischer Gehalt einer Hypothese. *Rundfunk und Fernsehen*, 39, 83-96.
- Krüger, U. M. (1992). *Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1985-1990. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission*. Baden-Baden: Nomos.
- Krüger, U. M. (1996). Boulevardisierung der Information im Privatfernsehen. *Media Perspektiven*, 362-374.
- Krüger, U. M. (1998). Zwischen Konkurrenz und Konvergenz. Fernsehnachrichten öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkanbieter. In K. Kamps & M. Meckel (Hrsg.), *Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen* (S. 65-84). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Krüger, U. M. (2009). InfoMonitor 2008: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. *Media Perspektiven*, 73-94.
- Krüger, U. M. (2012). Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung. *Media Perspektiven*, 215-236.
- Krüger, U. M. (2013). InfoMonitor 2012: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. *Media Perspektiven*, 62-92.
- Krüger, U. M., & Zapf-Schramm, T. (2001). Die Boulevardisierungskluft im deutschen Fernsehen. *Media Perspektiven*, 326-344.

- Krüger, U. M., & Zapf-Schramm, T. (2002). Öffentlich-rechtliches und privates Fernsehen: Typische Unterschiede bleiben bestehen. *Media Perspektiven*, 178-189.
- Krüger, U. M., & Zapf-Schramm, T. (2007). Sparten, Sendungsformen und Inhalte im deutschen Fernsehangebot 2006. *Media Perspektiven*, 166-186.
- Kuhn, M. (2009). *Event-Marketing in der Politik. Medieninszenierungen in Deutschland, Frankreich und der Schweiz*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kurtz, H. (1993). *Media Circus. The trouble with America's newspapers*. New York, NY: Random House.
- Kübler, H.-D. (1982). Nachrichtensendungen. In H. Kreuzer (Hrsg.), *Sachwörterbuch des Fernsehens* (S. 146-152). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Lancien, T. (2011). *Le journal télévisé. De l'événement à sa représentation*. Bordeaux: Presses Universitaires de Bordeaux.
- Landbeck, H. (1991). *Medienkultur im nationalen Vergleich. Inszenierungsstrategien von Fernsehnachrichten am Beispiel der Bundesrepublik Deutschland und Frankreichs*. Tübingen: Niemeyer.
- Langer, J. (1998). *Tabloid television: Popular journalism and the "other news"*. London: Routledge.
- "Le lancement d'un "Bild" à la française était trop risqué" (2007, 6. Juli). *lefigaro.fr*. Abgerufen am 24. März 2013 unter [http://www.lefigaro.fr/medias/20070706.FIG000000112\\_le\\_lancement\\_d\\_un\\_bild\\_a\\_la\\_francaise\\_etait\\_trop\\_risque.html](http://www.lefigaro.fr/medias/20070706.FIG000000112_le_lancement_d_un_bild_a_la_francaise_etait_trop_risque.html)
- Lemieux, C. (2001). Heurs et malheurs du journalisme d'investigation en France. In C. Delporte, M. Palmer & D. Ruellan (Hrsg.), *Presse à scandale, scandale de presse* (S. 85-96). Paris: L'Harmattan.
- Lherault, M. (2006). Les émissions politiques: réduction ou redéfinition de l'espace de communication télévisuelle? *Le Temps des Médias*, 7(2), 191-203.
- Lichter, S. R., Lichter, L. S., & Amundson, D. (2000). Government goes down the tube. Images of government in TV entertainment, 1955-1998. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 5(2), 96-103.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York, NY: Harcourt, Brace.
- Ludes, P. (1993). *Von der Nachricht zur News Show*. München: Fischer.
- Ludes, P. (1994). Vom neuen Stichwortgeber zum überforderten Welterklärer und Synchron-Regisseur: Nachrichtensendungen. In P. Ludes, H. Schumacher & P. Zimmermann (Hrsg.), *Informations- und Dokumentarsendungen. Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland* (S. 17-90). München: Fink.
- Ludes, P., & Schütte, G. (1998). Staatsoberhäupter und einfache Leute. Eine Schlüsselbildanalyse. In K. Kamps & M. Meckel (Hrsg.), *Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen* (S. 239-254). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, N. (1995). *Die Realität der Massenmedien* (2. Auflage). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Lünenborg, M. (2006). Nachricht. In G. Bentele, H.-B. Brosius & O. Jarren (Hrsg.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (S. 194-195). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Lünenborg, M. (2007). Unterhaltung als Journalismus – Journalismus als Unterhaltung. Theoretische Überlegungen zur Überwindung einer unangemessenen Dichotomie. In A. Scholl, R. Renger & B. Blöbaum (Hrsg.), *Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde* (S. 67-86). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lünenborg, M. (2012). Qualität in der Krise? *Aus Politik und Zeitgeschichte*, (29-31) 3-8.
- Maarek, P. J. (2001). *Communication et marketing de l'homme politique*. Paris: Litec.
- Maarek, P. J. (1989). Le message télévisé a-t-il besoin du discours politique? *Mots*, 20, 23-41.
- Macdonald, M. (2000). Rethinking personalization in current affairs journalism. In C. Sparks & J. Tulloch (Hrsg.), *Tabloid tales. Global debates over media standards* (S. 251-266). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Machill, M., Köhler, S., & Waldhauser, M. (2006). Narrative Fernsehnachrichten: Ein Experiment zur Innovation journalistischer Darstellungsformen. *Publizistik*, 51, 479-497.
- Maier, J. (2002). Politische Skandale – Quelle der Politikverdrossenheit? Zum Einfluss von Fernsehnachrichten über politische Skandale auf Bevölkerungseinstellungen zu Parteien, Politikern und Demokratie in Deutschland. In H. Schatz, P. Rössler & J.-U. Nieland (Hrsg.), *Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien?* (S. 223-241). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Maier, J. (2003a). Der CDU-Parteispendenskandal: Medienberichterstattung und Bevölkerungsreaktion. *Publizistik*, 48, 135-155.
- Maier, J. (2009). Was die Bürger über Politik (nicht) wissen – und was die Massenmedien damit zu tun haben – ein Forschungsüberblick. In F. Marcinkowski & B. Pfetsch (Hrsg.), *Politik in der Mediendemokratie* (S. 393-414). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maier, J., & Maier, M. (2007). Das TV-Duell 2005: Katalysator für die Personalisierung des Wahlverhaltens? In F. Brettschneider, O. Niedermayer & B. Wessels (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse* (S. 219-232). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maier, M. (2003b). Analysen deutscher Fernsehnachrichten 1992-2001. In G. Ruhrmann, J. Woelke, M. Maier & N. Diehlmann (2003), *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren* (S. 61-98). Opladen: Leske + Budrich.
- Maier, M. (2003c). Nachrichtenfaktoren – Stand der Forschung. In G. Ruhrmann, J. Woelke, M. Maier & N. Diehlmann (2003), *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren* (S. 27-50). Opladen: Leske + Budrich.
- Maier, M. (2003d). Operationalisierung der Inhaltsanalyse. In G. Ruhrmann, J. Woelke, M. Maier & N. Diehlmann (2003), *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren* (S. 51-60). Opladen: Leske + Budrich.
- Maier, M., Ruhrmann, G., & Klietsch, K. (2006). *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse 1992 – 2004*. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen.
- Maier, M., Ruhrmann, G., & Stengel, K. (2009). *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Inhaltsanalyse von TV-Nachrichten im Jahr 2007*. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen.



- Mangold, R. (2000). Der abendliche Horror? Unterhaltung und Emotionen bei Fernsehnachrichten. In G. Roters, W. Klingler & M. Gerhards (Hrsg.), *Unterhaltung und Unterhaltungsempfehlung* (S. 119-140). Baden-Baden: Nomos.
- Mantel, U. (2007, 12. Dezember). Die Deutschen verstehen die "Tagesschau" nicht. *dwll.de*. Abgerufen am 15. März 2013 unter [http://www.dwll.de/nachrichten/13806/die\\_deutschen\\_verstehen\\_die\\_tagesschau\\_nicht/](http://www.dwll.de/nachrichten/13806/die_deutschen_verstehen_die_tagesschau_nicht/)
- Marchetti, D. (2002). Le "journalisme d'investigation". Genèse et consécration d'une spécialité journalistique. In J.-L. Briquet & P. Garraud (Hrsg.), *Juger la politique. Entreprises et entrepreneurs critiques de la politique* (S. 167-191). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Marcinkowski, F. (2006). Konvergenz. In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Hrsg.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (S. 140). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Marcinkowski, F., & Greger, V. (2000). Die Personalisierung politischer Kommunikation im Fernsehen. In K. Kamps (Hrsg.), *Trans-Atlantik – Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation* (S. 179-198). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Marcinkowski, F., Greger, V., & Hüning, W. (2001). Stabilität und Wandel der Semantik des Politischen: Theoretische Zugänge und empirische Befunde. In F. Marcinkowski (Hrsg.), *Die Politik der Massenmedien. Heribert Schatz zum 65. Geburtstag* (S. 12-114). Köln: Halem.
- Martin, M. (1997). *Médias et journalistes de la République*. Paris: Editions Odile Jacob.
- Mast, C. (1991). Journalismus und Affektmanagement. In D. Ross & J. Wilke (Hrsg.), *Umbruch in der Medienlandschaft. Beziehungen zwischen Wissenschaft, Politik und Praxis* (S. 183-192). München: Ötschlager.
- Mattelart, A. (2008). *La mondialisation de la communication*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Maurer, M., & Reinemann, C. (2007). Personalisierung durch Priming. Die Wirkungen des TV-Duells auf die Urteilkriterien der Wähler. In M. Maurer, C. Reinemann, J. Maier & M. Maier (Hrsg.), *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich* (S. 111-128). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maurer, T. (2005). *Fernsehnachrichten und Nachrichtenqualität. Eine Längsschnittstudie zur Nachrichtenentwicklung in Deutschland*. München: Fischer.
- McLachlan, S., & Golding, P. (2000). Tabloidization in the British press: A quantitative investigation into changes in British newspapers, 1952-1997. In C. Sparks & J. Tulloch (Hrsg.), *Tabloid tales. Global debates over media standards* (S. 75-90). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- McMillan, D. (1972). *Le Charroi de Nîmes. Chanson de geste du XII siècle*. Paris: Klincksieck.
- McQuail, D. (1992). *Media performance. Mass communication and the public interest*. London: Sage.
- Meckel, M., & Kamps, K. (1998). Fernsehnachrichten. Entwicklungen in Forschung und Praxis. In K. Kamps & M. Meckel (Hrsg.), *Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen* (S. 11-32). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Mende, M. (1996). *Sensationalismus als Produktgestaltungsmedium. Eine empirische Analyse über die verlegerische und journalistische Orientierung am Sensationsbedürfnis in der deutschen Presse zwischen 1914 und 1933*. Botermann & Botermann: Köln.

- Mercier, A. (1996). *Le journal télévisé. Politique d'information et information politique*. Paris: Presses de Sciences Po.
- Merten, K. (1984). *Konvergenz der deutschen Fernsehprogramme. Eine Langzeituntersuchung 1980-1993*. Münster: LIT.
- Merten, K. (1985). Re-Rekonstruktion von Wirklichkeit durch Zuschauer von Fernsehnachrichten. *Media Perspektiven*, 753-763.
- Meyer, T. (2001). *Die Kolonisierung der Politik durch die Medien*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Meyer, T., Ontrup, R., & Schicha, C. (2000). *Die Inszenierung des Politischen. Zur Theatralität von Mediendiskursen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Moormann, P. (2010). Subtile Manipulation? Zur Musikgestaltung von Politikmagazinen. In P. Moormann (Hrsg.), *Musik im Fernsehen. Sendeformen und Gestaltungsprinzipien* (S. 83-90). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Moorstedt, M. (2012, 9. Juni). Belangloses aus der "digitalen Garage". *sueddeutsche.de*. Abgerufen am 18. März 2013 unter <http://www.sueddeutsche.de/medien/neue-tageswebshow-der-ard-belangloses-aus-der-digitalen-garage-1.1377753>
- Muckenhaupt, M. (1998). Boulevardisierung in der TV-Nachrichtenberichterstattung? In W. Holly & B. U. Biere (Hrsg.), *Medien im Wandel* (S. 113-134). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Münch, R. (1992). *Dialektik der Kommunikationsgesellschaft* (2. Auflage). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Münchow, P. von (2004). *Les journaux télévisés en France et en Allemagne. Plaisir de voir ou devoir de s'informer*. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.
- Neuberger, C. (1997). Was ist wirklich, was ist wichtig? Zur Begründung von Qualitätskriterien im Journalismus. In G. Bentele & M. Haller (Hrsg.), *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen* (S. 311-323). Konstanz: UVK.
- Neuman, W. R. (1976). Patterns of recall among television news viewers. *Public Opinion Quarterly*, 40, 115-123.
- Neveu, E. (1991). Les émissions politiques à la télévision: l'impossible vulgarisation? *Quaderni*, 16, 83-99.
- Neveu, E. (1999). Politics on French television: Towards a renewal of political journalism and debate frames? *European Journal of Communication*, 14, 379-409.
- Neveu, E. (2001). Une crise de la parole politique à la télévision. Echos d'un débat anglophone. *Mots*, 67, 8-27.
- Neveu, E. (2003). Beziehungen zwischen Journalismus und Politik in Frankreich: Das "Feld-Konzept" als Ansatz für vergleichende Analysen von Journalismus-Kulturen. In G. G. Kopper & P. Mancini (Hrsg.), *Kulturen des Journalismus und politische Systeme. Probleme internationaler Vergleichbarkeit des Journalismus in Europa – verbunden mit Fallstudien zu Großbritannien, Frankreich, Italien und Deutschland* (S. 61-92). Berlin: Vistas.
- Nicey, J. (2008). *Le journal télévisé en France et en Suède. Mise en parallèle des modèles française et suédois du traitement de l'actualité nationale et internationale*. Paris: Université Paris III Sorbonne Nouvelle; Dissertation.

- Nisbett, R. E., & Ross, L. D. (1980). *Human inference: Strategies and shortcomings of informal judgment*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle. Political communications in postindustrial societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nye, J. S. (1997). The media and declining confidence in government. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 2(3), 4-9.
- Oberreuter, H. (1989). Mediatisierte Politik und politischer Wertewandel. In F. E. Böckelmann (Hrsg.), *Medienmacht und Politik. Mediatisierte Politik und politischer Wertewandel* (S. 31-41). Berlin: Spiess.
- Östgaard, E. (1965). Factors influencing the flow of news. *Journal of Peace Research*, 2, 39-63.
- Pantti, M. (2007). Portraying Politics: Gender, Politik und Medien. In C. Holtz-Bacha & N. König-Reiling (Hrsg.), *Warum nicht gleich? Wie die Medien mit Frauen in der Politik umgehen* (S. 17-51). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Pantti, M. (2010). The value of emotion: An examination of television journalists' notions on emotionality. *European Journal of Communication*, 25, 168-181.
- Patterson, T. E. (1993). *Out of order*. New York, NY: Knopf.
- Patterson, T. E. (2000). *Doing well and doing good: How soft news and critical journalism are shrinking the news audience and weakening democracy – and what news outlets can do about it*. Harvard, MA: John F. Kennedy School of Government.
- Paus-Haase, I., Hasebrink, U., Mattusch, U., Keuneke, S., & Krotz, F. (1999). *Talkshows im Alltag von Jugendlichen. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amüsement und Ablehnung*. Opladen: Leske + Budrich.
- Petzold, T. (2008). *Gewalt in internationalen Fernsehnachrichten. Eine komparative Analyse medialer Gewaltpräsentation in Deutschland, Großbritannien und Russland*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Peyrefitte, A. (1976). *Le mal français*. Paris: Plon.
- Pfeiffer, C. (2004). Kriminalität, Medien und Öffentlichkeit. Berichterstattung und Kriminalitätsfurcht. *Medien Tenor*, 148, 72-78.
- Pfetsch, B. (1994). Politische Fernsehswelten: Die Politikberichterstattung in privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern. In O. Jarren (Hrsg.), *Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen* (S. 111-122). Opladen: Leske + Budrich.
- Pfetsch, B. (1996). Konvergente Fernsehformate in der Politikberichterstattung? Eine vergleichende Analyse öffentlich-rechtlicher und privater Programme 1985/86 und 1993. *Rundfunk und Fernsehen*, 44, 479-498.
- Pisanius, J.-P. (1995, 17. Februar). "6 minutes": M6, le nouvel œil de l'info locale. *liberation.fr*. Abgerufen am 17. März 2013 unter <http://www.liberation.fr/medias/0101132142-6-minutes-m6-le-nouvel-oeil-de-l-info-locale>
- Plasser, F. (2010). *Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich*. Wien: Facultas.

- Plasser, F., Pallaver, G., & Lengauer, G. (2009). Die (trans-)nationale Nachrichtenlogik in Mediendemokratien – Politischer TV-Journalismus im Wahlkampf zwischen transatlantischer Konvergenz und nationaler Divergenz. In F. Marcinkowski & B. Pfetsch (Hrsg.), *Politik in der Mediendemokratie* (S. 174-202). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Pöhls, U. (1989). *Politik im Fernsehen. Zur Personalisierung in den Fernsehnachrichten der U.S.A., Frankreichs und der Bundesrepublik Deutschland*. Düsseldorf: Heinrich-Heine-Universität; Inaugural-Dissertation.
- Pratto, F., & John, O. P. (1991). Automatic vigilance: The attention-grabbing power of negative social information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 380-391.
- Preisinger, I. (2003). Information als Champagner oder Schwarzbrot. Wie französische und deutsche Journalisten ihren Beruf verstehen – ein Vergleich. *Dokumente*, 59(3), 81-84.
- Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy. How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Raabe, J. (2006). Boulevardpresse. In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Hrsg.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (S. 26). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Reiche, H. J. (1969). Dienst ohne Pause. Die Tagesschau des Deutschen Fernsehens. ARD (Hrsg.), *ARD Jahrbuch 1969* (S. 139-142). Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
- Renckstorf, K. (1977). Nachrichtensendungen im Fernsehen. Eine empirische Studie zur Wirkung unterschiedlicher Darstellungsformen beim Fernsehen. *Media Perspektiven*, 27-42.
- Renger, R. (2000). *Populärer Journalismus. Nachrichten zwischen Fakten und Fiktion*. Innsbruck: Studien-Verlag.
- Renger, R. (2001). Populärer Journalismus – von der Boulevard- zur Populärkulturforchung. In J. Neissl, G. Siegert & R. Renger (Hrsg.), *Cash and Content. Populärer Journalismus und mediale Selbstthematization als Phänomene eines ökonomisierten Mediensystems. Eine Standortbestimmung am Beispiel ausgewählter österreichischer Medien* (S. 97-154). München: Fischer.
- Rettich, M., & Schatz, R. (1998). *Amerikanisierung oder die Macht der Themen. Bundestagswahl 1998: Die Medien-Tenor-Analyse der Berichterstattung und ihrer Auswirkung auf das Wählervotum*. Bonn: Innovatio.
- Reumann, K. (2009). Journalistische Darstellungsformen. In E. Noelle-Neumann, W. Schulz & J. Wilke (Hrsg.), *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation* (S. 129-167). Frankfurt a. M.: Fischer.
- Rhomberg, M. (2009). *Politische Kommunikation. Eine Einführung für Politikwissenschaftler*. Paderborn: Fink.
- Ricker, R., & Seehaus, C. (2009). Medienrecht. In E. Noelle-Neumann, W. Schulz & J. Wilke (Hrsg.), *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation* (S. 265-290). Frankfurt a. M.: Fischer.
- Ridder, C.-M., & Engel, B. (2010). Massenkommunikation 2010: Mediennutzung im Intermediavergleich. *Media Perspektiven*, 523-536.

- Roegele, O. B. (1977). Überlegungen eines Zeitungswissenschaftlers zur Nachricht. In Akademie für politische Bildung Tutzing (Hrsg.), *Politische Medienkunde 3. Kommunikationsprobleme bei Fernsehnachrichten* (S. 9-26). Tutzing: Akademie für politische Bildung.
- Rossel, A. (1982). *Histoire de France à travers les journaux du temps passé. Le faux grand siècle 1604-1715*. Thomery: L'arbre verdoyant.
- Rössler, P. (2005). *Inhaltsanalyse*. Konstanz: UVK.
- Röttger, U. (2007). Kampagnen planen und steuern: Inszenierungsstrategien in der Öffentlichkeit. In M. Piwinger & A. Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (S. 381-398). Wiesbaden: Gabler.
- Ruhrmann, G. (1989). *Rezipient und Nachricht*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Ruhrmann, G., Woelke, J., Maier, M., & Diehlmann, N. (2003). *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren*. Opladen: Leske + Budrich.
- Sagatz, K. (2013, 14. Februar). Alles im Internet? *tagesspiegel.de*. Abgerufen am 18. März unter <http://www.tagesspiegel.de/medien/livestreams-alles-im-internet/7780292.html>
- Sande, O. (1971). The perception of foreign news. *Journal of Peace Research*, 8, 221-237.
- Sarcinelli, U. (1991). Massenmedien und Politikvermittlung – eine Problem- und Forschungsskizze. *Rundfunk und Fernsehen*, 39, 469-486.
- Sarcinelli, U. (1993). Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente – Politikvermittlung zwischen Public Relations und Parlamentsdidaktik. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 24, 464-473.
- Sarcinelli, U. (2005). *Politische Kommunikation in Deutschland. Zur Politikvermittlung im demokratischen System*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Saxer, U. (1991). Soziologische Aspekte von Infotainment. *Medienwissenschaft Schweiz*, 2, 5-10.
- Schatz, H. (1994). Rundfunkentwicklung im "dualen System": Die Konvergenzhypothese. In O. Jarren (Hrsg.), *Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Elektronische Medien in der BR Deutschland* (S. 67-80). Opladen: Leske + Budrich.
- Schatz, H., Adamczewski, K., Lange, K., & Nüssen, F. (1981) *Fernsehen und Demokratie. Eine Inhaltsanalyse der Fernsehnachrichtensendungen von ARD und ZDF vom Frühjahr 1977*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schatz, H., Immer, N., & Marcinkowski, F. (1989). Der Vielfalt eine Chance? Empirische Befunde zu einem zentralen Argument für die "Dualisierung" des Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland. *Rundfunk und Fernsehen*, 37, 5-24.
- Schatz, H., & Schulz, W. (1992). Qualität von Fernsehprogrammen. *Media Perspektiven*, 690-712.
- Scherer, K. R. (1984). Emotion as a multicomponent process: A model and some cross-cultural data. In P. Shaver (Hrsg.), *Review of personality and social psychology* (S. 37-63). Beverly Hills, CA: Sage.
- Scherer, K. R. (1998). Emotionsprozesse im Medienkontext: Forschungsillustrationen und Zukunftsperspektiven. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 10, 276-293.

- Schicha, C. (1999). Politik auf der "Medienbühne". Zur Rhetorik politischer Informationsprogramme. In C. Schicha & R. Ontrup (Hrsg.), *Medieninszenierungen im Wandel* (S. 138-167). Münster: LIT.
- Schicha, C. (2007). *Legitimes Theater? Inszenierte Politikvermittlung für die Medienöffentlichkeit am Beispiel der "Zuwanderungsdebatte"*. Berlin: LIT.
- Schicha, C., & Brosda, C. (2002). Politikvermittlung zwischen Information und Unterhaltung – eine Einführung. In C. Schicha & C. Brosda (Hrsg.), *Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten. Medieninszenierungen zwischen Popularität und Populismus* (S. 7-37). Münster: LIT.
- Schirmer, S. (2001). *Die Titelseiten-Aufmacher der BILD-Zeitung im Wandel. Eine Inhaltsanalyse unter Berücksichtigung von Merkmalen journalistischer Qualität*. München: Fischer.
- Schlicker, I. (2003). *Sekundäre Oralität als Form moderner Medienkommunikation. Linguistische Untersuchungen zur Sprache der Fernsehnews*. Bochum: Ruhr-Universität; Inaugural-Dissertation.
- Schmidt, H. (1992). Vom Parnas zum Boulevard. Fernsehen als Unterhaltungsmedium. *Bertelsmann Briefe*, 128, 44-47.
- Schmidt, S., & Weischenberg, S. (1994). Mediengattungen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen. In K. Merten, S. Schmidt & S. Weischenberg (Hrsg.), *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft* (S. 212-236). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schmitt, F. (2012, 3. August). Les audiences du JT baissent plus vite que la chaîne (2012, 3. August). *lesechos.fr*. Abgerufen am 18. März 2013 unter [http://www.lesechos.fr/03/08/2012/LesEchos/21241-100-ECH\\_les-audiences-du-jt-baissent-plus-vite-que-la-chaîne.htm](http://www.lesechos.fr/03/08/2012/LesEchos/21241-100-ECH_les-audiences-du-jt-baissent-plus-vite-que-la-chaîne.htm)
- Schmitt-Beck, R., & Pfetsch, B. (1994). Politische Akteure und die Medien der Massenkommunikation. Zur Generierung von Öffentlichkeit in Wahlkämpfen. In F. Neidhardt (Hrsg.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen* (S. 106-138). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schneider, H. J. (1980). *Das Geschäft mit dem Verbrechen. Massenmedien und Kriminalität*. München: Kindler.
- Schönbach, K. (2000). Does tabloidization make German local newspapers successful? In C. Sparks & J. Tulloch (Hrsg.), *Tabloid tales. Global debates over media standards* (S. 63-74). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Schraewer, C. (2003). Skandale und Missstände – zur Bedeutung der Sprache für die Realitätsdarstellung. *Publizistik*, 48, 47-62.
- Schulz, W. (1976). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg: Alber.
- Schulz, W. (2009). Nachricht. In E. Noelle-Neumann, W. Schulz & J. Wilke (Hrsg.), *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation* (S. 359-396). Frankfurt a. M.: Fischer.
- Schulz, W. (1982). News structure and people's awareness of political events. *Gazette*, 30, 139-153.
- Schulz, W. (1997). *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Schulz, W. (2007). *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung* (2. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schulz, W. (2011). *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung* (3. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schütte, G. (1994). *Informationsspezialisten der Mediengesellschaft. Die Produktion und Präsentation von Fernsehnachrichten in den USA, der Bundesrepublik Deutschland und der DDR*. Wiesbaden: DUV.
- Schütte, W. (1996). Boulevardisierung von Information: Streitgespräche und Streitkultur im Fernsehen. In B. U. Biere & R. Hoberg (Hrsg.), *Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Fernsehen* (S. 101-134). Tübingen: Narr.
- Schwab, F., Unz, D., Mangold, R., & Winterhoff-Spurk, P. (1998). *Motive der Nachrichtennutzung Jugendlicher: Entwicklung eines Fragebogens auf der Grundlage des Gratifikations-Netztes von Wenner*. Saarbrücken: Universität des Saarlandes.
- Siebenhaar, H.-P. (2012, 4. Juni). Privatsender attackieren "Tageswebschau" der ARD. *handelsblatt.com*. Abgerufen am 19. März 2013 unter <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/neues-online-angebot-privatsender-attackieren-tageswebschau-der-ard/6708294.html>
- Sparks, C. (2000). Introduction: the panic over tabloid news. In C. Sparks & J. Tulloch (Hrsg.), *Tabloid tales. Global debates over media standards* (S. 1-40). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Staab, J. F. (1990). *Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt*. Freiburg: Alber.
- Staab, J. F., Schütte, G., & Ludes, P. (1998). Die Darstellung des Auslands im Spannungsfeld zwischen journalistischer Autonomie und staatlicher Anleitung. Schlüsselbilder in Tagesschau und Aktuelle Kamera von 1960 bis 1990. In S. Quandt & W. Gast (Hrsg.), *Deutschland im Dialog der Kulturen: Medien, Images, Verständigung* (S. 53-72). Konstanz: UVK.
- Stark, F. (2009, 15. Juli). Nachrichten XXL – Das Millionen-Studio des ZDF. *welt.de*. Abgerufen am 24. April 2013 unter <http://www.welt.de/fernsehen/article4124608/Nachrichten-XXL-Das-Millionen-Studio-des-ZDF.html>
- Stock, M. (1989). Konvergenz im dualen Rundfunksystem? *Media Perspektiven*, 745-754.
- Stolzenberg, C. (2008, 13. Dezember). Das unverständliche Ritual. *sueddeutsche.de*. Abgerufen am 15. März 2013 unter <http://www.sueddeutsche.de/kultur/sprache-in-der-tagesschau-das-unverstaendliche-ritual-1.800867>
- Strassner, E. (1982). *Fernsehnachrichten. Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse*. Tübingen: Niemeyer.
- Tenscher, J. (1998). Politik für das Fernsehen – Politik im Fernsehen. Theorien, Trends und Perspektiven. In U. Sarcinelli (Hrsg.), *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft* (S.184-208). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. N. (1970). Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34, 159-170.



- TNS Sofres (2013). *Baromètre de confiance dans les media 2013. Du 4 au 7 janvier 2013. Résultats détaillés*. Montrouge: TNS Sofres.
- Tomlinson, J. (1997). "And besides, the wench is dead": Media scandals and the globalization of communication. In J. Lull & S. Hinerman (Hrsg.), *Media scandals: Morality and desire in the popular culture marketplace* (S. 65-83). Cambridge, MA: Polity Press.
- Toussaint-Desmoulin, N. (2008). *L'économie des médias* (7. Auflage). Paris: Presses Universitaires de France.
- Ulich, D. (1982). *Das Gefühl. Eine Einführung in die Emotionspsychologie*. Wien: Urban & Schwarzenberg.
- Unz, D., Schwab, F., & Mönch, J. (2008). Filmmusik und Emotionen. In S. Weinacht & H. Scherer (Hrsg.), *Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien* (S.177-193). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Unz, D., Schwab, F., & Winterhoff-Spurk, P. (2002). Der alltägliche Schrecken? Emotionale Prozesse bei der Rezeption gewaltdarstellender Fernsehnachrichten. In P. Rößler, S. Kubisch & V. Gehrau (Hrsg.), *Empirische Perspektiven der Rezeptionsforschung* (S. 97-116). München: Fischer.
- Uribe, R., & Gunter, B. (2004). Research note: The tabloidization of British tabloids. *European Journal of Communication*, 19, 387-402.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Vedel, T. (2005). France. In Open Society Institute & EU Monitoring and Advocacy Program (Hrsg.), *La télévision en Europe: régulation, politiques et indépendance* (S. 193-291). Budapest: OSI & EUMAP.
- Vehlow, B. (2006). *Qualität von Spätnachrichten-Sendungen*. München: Fischer.
- Voss, C. (1999). *Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung*. Frankfurt a. M.: Lang.
- Vowe, G. (2006). Infotainment. In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Hrsg.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (S. 100). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wagner, J. (1975). *Marmontel journaliste et le Mercure de France, 1725-1761*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Wegener, C. (2000). Wenn die Information zur Unterhaltung wird oder die Annäherung des "factual television" an das "fictional television". In I. Paus-Haase, D. Schnatmeyer & C. Wegener (Hrsg.), *Information, Emotion, Sensation. Wenn im Fernsehen die Grenzen zerfließen* (S. 46-62). Bielefeld: GMK.
- Wegener, C. (2001). *Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung. Eine Langzeitanalyse politischer Fernsehmagazine*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Wegener, C. (2005). Inhaltsanalyse. In L. Mikos & C. Wegener (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch* (S. 200-208). Konstanz: UVK.
- Weimann, G. (2000). *Communicating unreality. Modern media and the reconstruction of reality*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Weischenberg, S. (2004). *Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 1: Mediensysteme – Medienethik – Medieninstitutionen* (3. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Weischenberg, S. (2006). *Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung*. Konstanz: UVK.
- Weischenberg, S. (2007). Genial daneben: Warum Journalismus nicht (Gegen-)Teil von Unterhaltung ist. In A. Scholl, R. Renger & B. Blöbaum (Hrsg.), *Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde* (S. 117-132). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Weischenberg, S., Malik, M., & Scholl, A. (2006a). *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Weischenberg, S., Malik, M., & Scholl, A. (2006b). Journalismus in Deutschland 2005. *Media Perspektiven*, S. 346-361.
- Weiß, H.-J., & Schwotzer, B. (2012). Die Programmentwicklung deutscher Fernsehvollprogramme. Neue Daten der ALM-Studie. In Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.), *Programmbericht 2011. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs* (S. 241-259). Berlin: Vistas.
- Weiß, H.-J., & Trebbe, J. (1994). *Öffentliche Streitfragen in privaten Fernsehprogrammen. Zur Informationsleistung von RTL, SAT 1 und PRO7*. Opladen: Leske + Budrich.
- Weiß, H.-J., & Trebbe, J. (2000). *Fernsehen in Deutschland 1998-1999. Programmstrukturen, Programminhalte, Programmentwicklungen*. Berlin: Vistas.
- Weiß, H.-J., & Trebbe, J. (2001). Fernsehinformation. Zur Methode kontinuierlicher Programmanalysen in einem medienpolitisch aufgeladenen Forschungsfeld. In W. Wirth & E. Lauf (Hrsg.), *Inhaltsanalyse – Perspektiven, Probleme, Potentiale* (S. 49-71). Köln: Halem.
- Westerstahl, J., & Johansson, F. (1986). News ideologies as moulders of domestic news. *European Journal of Communication*, 1, 133-149.
- Wiesner, C. (2007). Nie fand ich einen geselligeren Gesellschafter als die Unterhaltung. Eine Rekonstruktion der Bestimmungsversuche von Unterhaltung. In A. Scholl, R. Renger & B. Blöbaum (Hrsg.), *Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde* (S. 53-66). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wilke, J. (2009). Pressegeschichte. In E. Noelle-Neumann, W. Schulz & J. Wilke (Hrsg.), *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation* (S. 501-535). Frankfurt a. M.: Fischer.
- Winterhoff-Spurk, P., Unz, D., & Schwab, F. (2005). Häufiger, schneller, variabler. Ergebnisse einer Längsschnittuntersuchung über Gewalt in TV-Nachrichten. *Publizistik*, 50, 225-237.
- Wittwen, A. (1995). *Infotainment. Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung*. Bern: Lang.
- Wix, V. (1996). *Abgrenzung oder Angleichung von TV-Präsentationsformen? Eine Untersuchung der Haupt-Nachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL und SAT.1*. Bochum: Brockmeyer.
- Woelke, J. (2003). Rezeption von Fernsehnachrichten – Befunde zum Nachrichtenwert und zur Relevanz von Nachrichtenfaktoren. In G. Ruhrmann, J. Woelke, M. Maier & N. Diehlmann (Hrsg.), *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren* (S. 163-199). Opladen: Leske + Budrich.

- Woelke, J. (2012). *TV-Programmanalyse. Fernsehvollprogramme in Österreich*. Wien: Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH.
- Wolling, J. (2001). Skandalberichterstattung in den Medien und die Folgen für die Demokratie. Die Bedeutung von Wahrnehmung und Bewertung der Berichterstattung für die Einstellung zur Legitimität des politischen Systems. *Publizistik*, 46, 20-36.
- Woltersdorff, S. (2001). Die französische Presse zwischen Globalisierungsdruck und Selbstbehauptung. In T. Weber & S. Woltersdorff (Hrsg.), *Wegweiser durch die französische Medi-landschaft* (S. 31.66). Marburg: Schüren.
- Wrobel-Leipold, A. (2010). *Warum gibt es die Bild-Zeitung nicht auf Französisch? Zu Gegenwart und Geschichte der tagesaktuellen Medien in Frankreich*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wulff-Nienhüser, M. (1982). *Nachrichten im Fernsehen. Theoretische und methodische Probleme bei der Analyse von Medienrealität*. Münster: Papiere des Münsteraner Arbeitskreises für Semiotik e.V..
- Zubayr, C., & Fahr, A. (1999). Die Tagesschau: Fels in der dualen Brandung? Ein Vergleich von Inhalten und Präsentationsformen 1975 und 1995. In J. Wilke (Hrsg.), *Massenmedien und Zeitgeschichte* (S. 638-647). Konstanz: UVK.
- Zubayr, C., & Geese, S. (2009). Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht. *Media Perspektiven*, 158-173.
- Zubayr, C., & Gerhard H. (2010). Tendenzen im Zuschauerverhalten. *Media Perspektiven*, 106-118.
- Zubayr, C., & Gerhard H. (2011). Tendenzen im Zuschauerverhalten. *Media Perspektiven*, 126-138.
- Zubayr, C., & Gerhard H. (2012). Tendenzen im Zuschauerverhalten. *Media Perspektiven*, 118-132.

# ABBILDUNGSVERZEICHNIS

|              |  |     |
|--------------|--|-----|
| Abbildung 1: | Reichweitenentwicklung der deutschen Hauptabendnachrichten von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und PRO7, 1992-2000 (in Mio. Zuschauer) .....  | 66  |
| Abbildung 2: | Marktanteile der deutschen Hauptabendnachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und PRO7 im Jahr 1997 und 2000 (in Prozent) .....   | 67  |
| Abbildung 3: | Reichweitenentwicklung der deutschen Hauptabendnachrichten von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und PRO7, 2000-2012 (in Mio. Zuschauer) .....  | 73  |
| Abbildung 4: | Unterschiedliche Pressefelder nach Sparks (2000) .....   | 83  |
| Abbildung 5: | Entwicklung ausgewählter Sachgebiete in französischen Nachrichtensendungen von ARTE, FR2, FR3, Canal+, M6 und TF1, 2007-2010 (prozentualer Anteil der Themenanzahl pro Sachgebiet bezogen auf die Gesamtzahl der Themen) ..... | 114 |
| Abbildung 6: | Entwicklung des Anteils der Repräsentanten kollektiver Akteure in den Politikbeiträgen deutscher Fernsehnachrichten, 1977-1998 (in Prozent) .....  | 117 |
| Abbildung 7: | Entwicklung des Anteils von Nachrichtenbeiträgen mit Normverstößen in deutschen Fernsehnachrichten, 1977-1998 (in Prozent) .....   | 129 |
| Abbildung 8: | Explizite Bewertungen durch Journalisten in Hauptnachrichten der Jahre 1992, 1998 und 2001 (in Prozent, bezogen auf den Anteil der Beiträge ohne Kommentare) .....   | 134 |
| Abbildung 9: | Anzahl der Themen mit Opfern in französischen Abendnachrichten von ARTE, Canal+, FR2, FR3, M6 und TF1, 1995-2008 (absolute Werte aller Sendungen) .....  | 145 |

|               |  |     |
|---------------|--|-----|
| Abbildung 10: | Anteil von Politikbeiträgen mit Filmberichten in deutschen Hauptabendnachrichten, 1977-1998 (in Prozent).....  | 150 |
| Abbildung 11: | Anteil von Nachrichtenfällen und Sprechermeldungen bei innenpolitischen Beiträgen in deutschen Fernsehnachrichten, 1992-2004 (in Prozent) .....  | 151 |
| Abbildung 12: | Anteil von Hard News-Beiträgen in deutschen und französischen Abendnachrichten der Jahre 1992, 2001 und 2010 (in Prozent, bezogen auf die Gesamtbeitragszahl mit Themen).....  | 187 |
| Abbildung 13: | Anteil von Soft News-Beiträgen in deutschen und französischen Abendnachrichten der Jahre 1992, 2001 und 2010 (in Prozent, bezogen auf die Gesamtbeitragszahl mit Themen).....  | 188 |
| Abbildung 14: | Anteil von Spot News-Beiträgen in deutschen und französischen Abendnachrichten der Jahre 1992, 2001 und 2010 (in Prozent, bezogen auf die Gesamtbeitragszahl mit Themen).....  | 189 |
| Abbildung 15: | Anteil von Beiträgen mit negativem bis sehr negativem Berichterstattungshintergrund in deutschen und französischen Abendnachrichten der Jahre 1992, 2001 und 2010 (in Prozent, bezogen auf die Gesamtanzahl von Beiträgen mit positivem, neutralem oder negativem Berichterstattungshintergrund) ..... | 202 |
| Abbildung 16: | Anteil von emotionalisierenden Beiträgen in deutschen und französischen Abendnachrichten der Jahre 1992, 2001 und 2010 (in Prozent, bezogen auf alle Beiträge/Filmbeiträge) .....  | 206 |
| Abbildung 17: | Entwicklung der Beiträge mit ausgewählten Sensationalismus-Merkmalen in deutschen und französischen Abendnachrichten der Jahre 1992, 2001 und 2010 (in Prozent, bezogen auf alle Beiträge) .....   | 216 |
| Abbildung 18: | Entwicklung der visualisierten Beiträge mit filmischen/grafischen Anteilen in deutschen und französischen Abendnachrichten der Jahre 1992, 2001 und 2010 (in Prozent, bezogen auf alle Beiträge).....  | 234 |

# TABELLENVERZEICHNIS

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabelle 1: | Sendungsformen nach Programmsparten bei ARD/ <i>Das Erste</i> , ZDF, RTL, SAT.1 und PRO7 in den Jahren 2006 und 2011 (Sendedauer in Prozent bezogen auf das Gesamtprogramm).....   | 26 |
| Tabelle 2: | Schichtenmodell der Fernsehpublizistik nach Weiß.....  | 27 |
| Tabelle 3: | Entwicklung der Sendezeit in den Programmbereichen "Information" und "Dokumentationen/Magazine" von FR2, FR3, M6 und TF1 in den Jahren 2000, 2005 und 2010 (in absoluten Sendezeiten und prozentual bezogen auf die jährliche Gesamtsendedauer)..... | 30 |
| Tabelle 4: | Fernsehnachrichtentypen nach Krüger (1992) sowie Bruns und Marcinkowski (1997) .....   | 32 |
| Tabelle 5: | Charakteristika von Sprechersendungen, Nachrichtenjournalen und News Shows nach Wittwen (1995) .....   | 41 |
| Tabelle 6: | Reichweitenentwicklung der französischen Hauptabendnachrichtensendungen von A2/FR2, FR3 und TF1 in den Jahren 1993 und 2001 (in Mio. Zuschauer) .....  | 70 |
| Tabelle 7: | Nutzungshäufigkeit von Medien zur Information über das Tagesgeschehen und Bedeutung verschiedener Mediengattungen als Informationsquellen in Deutschland im Jahr 2008 (in Prozent) .....   | 72 |
| Tabelle 8: | Nutzung der verschiedenen Medien in Frankreich zur Informationsbeschaffung im Jahr 2013 (im Vergleich zu 2004 bzw. 2010, in Prozent).....  | 74 |
| Tabelle 9: | Entwicklung der Reichweiten und der Marktanteile der französischen Hauptabendnachrichten von <i>France 2</i> und TF1, 2001-2011 (in Mio. Zuschauer; Prozentwerte bezogen auf den Gesamtmarktanteil).....   | 75 |

|             |  |     |
|-------------|--|-----|
| Tabelle 10: | Infotainment-Skala nach Brants und Neijens (1998).....   | 84  |
| Tabelle 11: | Kennzeichen des audiovisuellen Sensationalismus nach Dulinski (2003).....  | 96  |
| Tabelle 12: | Sprachliche Emotionalisierung in deutschen Nachrichtensendungen des Jahres 1994 (in Prozent, bezogen auf alle Beiträge mit sprachlicher Emotionalisierung) .....                                   | 125 |
| Tabelle 13: | Sprachstruktur in Hauptabendnachrichten der Jahre 1986 und 1994 (Werte für alle Beiträge bzw. Sprecherbeiträge in Klammern) .....  | 138 |
| Tabelle 14: | Sprachstruktur der <i>Tagesthemen</i> und von RTL <i>aktuell</i> , 1983/1984-1999 (absolute Werte, Prozentwerte in Klammern) .....   | 139 |
| Tabelle 15: | Entwicklung der durchschnittlichen Dauer von politischen und unpolitischen Beiträgen in deutschen Fernsehnachrichten, 1992-2004 (in Sekunden) .....  | 153 |
| Tabelle 16: | Entwicklung der Schnittsequenzen in Filmberichten deutscher Abendnachrichten der Jahre 1983, 1990 und 1998 (in Sekunden) ...   | 153 |
| Tabelle 17: | Entwicklung der durchschnittlichen O-Ton-Länge in Nachrichtenfildern deutscher Fernsehnachrichten der Jahre 1983, 1990 und 1998 (in Sekunden) .....  | 154 |
| Tabelle 18: | Anteil der Kameraeinstellungen bei Sprechermeldungen in deutschen Abendnachrichtensendungen des Jahres 1994 (in Prozent).....  | 156 |
| Tabelle 19: | Durchschnittliche Beitragsdauer in deutschen und französischen Hauptabendnachrichten der Jahre 1998/1999 (in Sekunden) .....   | 159 |
| Tabelle 20: | Themenstruktur der Hauptabendnachrichten von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil an Themenbeiträgen bezogen auf die Gesamtbeitragszahl mit Themen)..... | 183 |



---

|             |   |     |
|-------------|---|-----|
| Tabelle 21: | Themenstruktur der Hauptabendnachrichten von <i>France 2</i> und TF1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil an Themenbeiträgen bezogen auf die Gesamtbeitragszahl mit Themen).....            | 185 |
| Tabelle 22: | Akteure der Hauptabendnachrichten von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der Beiträge mit den darin vorkommenden Akteuren) .....                                  | 192 |
| Tabelle 23: | Akteure der Hauptabendnachrichten von <i>France 2</i> und TF1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der Beiträge mit den darin vorkommenden Akteuren) .....                                  | 194 |
| Tabelle 24: | Hierarchisierte Akteure der Hauptabendnachrichten von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der Beiträge mit den darin vorkommenden Akteuren) .....                  | 196 |
| Tabelle 25: | Hierarchisierte Akteure der Hauptabendnachrichten von <i>France 2</i> und TF1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der Beiträge mit den darin vorkommenden Akteuren) .....                  | 197 |
| Tabelle 26: | Valenz der Hauptabendnachrichten von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der Beiträge mit positivem, negativem oder neutralem Berichterstattungshintergrund).....  | 200 |
| Tabelle 27: | Valenz der Hauptabendnachrichten von <i>France 2</i> und TF1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der Beiträge mit positivem, negativem oder neutralem Berichterstattungshintergrund) ..... | 201 |
| Tabelle 28: | Konflikte in Hauptabendnachrichten von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der Beiträge mit und ohne Konflikte) .....  | 203 |
| Tabelle 29: | Konflikte in Hauptabendnachrichten von <i>France 2</i> und TF1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der Beiträge mit und ohne Konflikte).....   | 204 |

|             |  |     |
|-------------|--|-----|
| Tabelle 30: | Emotionalisierung in Hauptabendnachrichten von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der emotionalisierten Beiträge an allen Beiträgen/Filmbeiträgen)..   | 207 |
| Tabelle 31: | Emotionalisierung in Hauptabendnachrichten von <i>France 2</i> und TF1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der emotionalisierten Beiträge an allen Beiträgen/Filmbeiträgen).....  | 208 |
| Tabelle 32: | Ausgewählte Emotionen und sprachliche Stilmittel in den Hauptabendnachrichten von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 der Jahre 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der jeweiligen Beiträge mit Emotionen/sprachlichen Stilmitteln an Filmbeiträgen mit Emotionen/Beiträgen mit Schriftsprache/allen Beiträgen) ..... | 210 |
| Tabelle 33: | Narrative Erzählstrukturen in Hauptabendnachrichten von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der narrativen/faktenorientierten Beiträge bezogen auf alle Beiträge mit narrativen/faktenorientierten Erzählstrukturen)..  | 222 |
| Tabelle 34: | Narrative Erzählstrukturen in Hauptabendnachrichten von <i>France 2</i> und TF1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der narrativen/faktenorientierten Beiträge bezogen auf alle Beiträge mit narrativen/faktenorientierten Erzählstrukturen).....   | 224 |
| Tabelle 35: | Sprachstruktur der Hauptabendnachrichten von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil).....  | 225 |
| Tabelle 36: | Sprachstruktur der Hauptabendnachrichten von <i>France 2</i> und TF1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil) .....   | 227 |
| Tabelle 37: | Beitragsformen der Hauptabendnachrichten von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der jeweiligen Beitragsform bezogen auf die Gesamtzahl an Beiträgen).....  | 232 |
| Tabelle 38: | Beitragsformen der Hauptabendnachrichten von <i>France 2</i> und TF1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der jeweiligen Beitragsform bezogen auf die Gesamtzahl an Beiträgen) .....   | 233 |

---

|             |   |     |
|-------------|---|-----|
| Tabelle 39: | Grafiken, Grafik- und Filmeffekte in den Hauptnachrichten von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 zwischen 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der jeweiligen Grafiken/Effekte).....   | 237 |
| Tabelle 40: | Grafiken, Grafik- und Filmeffekte in den Hauptnachrichten von <i>France 2</i> und TF1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (prozentualer Anteil der jeweiligen Grafiken/Effekte) .....   | 238 |
| Tabelle 41: | Entwicklung der Beitragszahl, Sendungs- und Beitragsdauer sowie der O-Töne und Schnittsequenzen in den Hauptnachrichten von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (Werte in Sekunden bzw. Minuten/Sekunden) ..... | 241 |
| Tabelle 42: | Entwicklung der Beitragszahl, Sendungs- und Beitragsdauer sowie der O-Töne und Schnittsequenzen in den Hauptnachrichten von <i>France 2</i> und TF1 in den Jahren 1992, 2001 und 2010 (Werte in Sekunden bzw. Minuten/Sekunden).....  | 243 |

# 9 Anhang

## „Boulevardisierung von Fernsehnachrichten? Eine Untersuchung im deutsch-französischen Vergleich“ – Codebuch

### I. Codierung auf SENDUNGSEBENE

#### 1. Formale Merkmale

[V1] *Titel der Sendung*

---

- 1 ARD *Tagesschau*
- 2 ZDF *heute*
- 3 RTL *Aktuell*
- 4 SAT.1 *Guten Abend Deutschland/18.30/Nachrichten*
- 5 France 2 – *20 Heures*
- 6 TF1 – *20 Heures*

[V2] *Datum*

---

tt.mm.jj

[V3] *Gesamtsendungsdauer*

---

XX Minuten : XX Sekunden

### II. Codierung auf BEITRAGSEBENE

#### 1. Allgemeine formale Merkmale

[V4] *Rangplatz des Beitrags (bei Begrüßung/Vorschau "0" codieren)*

---

XX laufende Nummer (erste Meldung wird mit "1" codiert usw.)

[V5] *Dauer des Beitrags*

---

XXX Sekunden

## 2. Inhaltliche/Stilistische Merkmale

### [V6] *Sprecher vs. Moderator*

---

- 0 kein Moderator/Sprecher
- 1 **Eindeutig Sprecher** (Neutral, Tatsachenbetonung, Distanz zum Publikum, Ablesen)
- 2 **Eher Sprecher** als Moderator (Einige wenige Merkmale des Moderators)
- 3 **Zwischen Sprecher und Moderator**
- 4 **Eher Moderator** (Dynamisch und locker, geht aufs Publikum ein)
- 5 **Eindeutig Moderator** (Dynamik, Gestik/Mimik, Emotionen, Wertungen, Nähe zum Publikum)

### [V7] *Interaktion zwischen Sprechern/Moderatoren*

---

- 0 keine Interaktion
- 1 gelegentliche bzw. leichte Interaktion
- 2 starke Interaktion
- 9 nicht vorhanden (z.B. wenn nur ein Sprecher)

### [V8] *Thema des Beitrags* → *falls Sendungsvorschau weiter zu* [V9]

---

- 0 kein Thema (z.B. Themenvorschau RTL etc.)

## 1 POLITIK

### 11 *Innenpolitik allgemein*

- 111 Einwanderungspolitik
- 112 Allgemeine Bürgerrechte (z.B. Datenschutz)
- 113 Öffentliche Sicherheit (z.B. Maßnahmen zur Terrorismusbekämpfung und -abwehr)
- 114 Europäische/Internationale Innenpolitik

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges innenpolitisches Thema

### 12 *Außenpolitik allgemein*

- 121 Staatsbesuche in Deutschland
- 122 Staatsbesuche deutscher Politiker im Ausland
- 123 Nationale Außenpolitik im EU-Kontext
- 124 Nationale Außenpolitik im NATO-, UNO-, G7/G8-Kontext
- 125 Nationale Außenpolitik im erweiterten Weltkontext
- 126 Europäische/Internationale Außenpolitik

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges außenpolitisches Thema

### 13 *Sozialpolitik allgemein*

- 131 Sozialgesetzgebungspolitik (z.B. Hartz IV)
- 132 Familienpolitik
- 133 Gesundheitspolitik
- 134 Bildungspolitik
- 135 Europäische/Internationale Sozialpolitik

**AUSFORMULIEREN:** Sonstige Sozialpolitik

- 14 ***Umwelt-, Klima-, Energie- und Agrarpolitik allgemein***  
 141 Umweltpolitik  
 142 Klimapolitik  
 143 Energiepolitik  
 144 Agrarpolitik  
 145 Europäische/Internationale Umwelt-, Klima-, Energie- oder Agrarpolitik
- 15 ***Wirtschafts- & Finanzpolitik allgemein***  
 151 Steuerpolitik  
 152 Arbeitsmarktpolitik, Beschäftigungspolitik (polit. Maßnahmen, Gesetze, Initiativen...)  
 153 Unternehmenspolitik, Tarifpolitik  
 154 Währungspolitik  
 155 Finanzpolitik  
 156 Staatshaushalt/Haushaltspolitik  
 157 Europäische/Internationale Wirtschafts- und Finanzpolitik  
**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges Wirtschafts- & Finanzpolitik
- 16 ***Verkehrs- und Verteidigungspolitik allgemein***  
 161 Verkehrs- und Infrastrukturpolitik national  
 162 Europäische/Internationale Verkehrs- und Infrastrukturpolitik  
 163 Verteidigungspolitik national (z.B. Debatte im Bundestag über Auslandseinsatz der BW)  
 164 Europäische/Internationale Verteidigungspolitik (z.B. im NATO-Kontext)
- 17 ***Kultur- und Medienpolitik allgemein***  
 171 Kulturpolitik national  
 172 Europäische/Internationale Kulturpolitik  
 173 Medienpolitik national  
 174 Europäische/Internationale Medienpolitik
- 18 ***Parteipolitik, Wahlkämpfe, politische Persönlichkeiten und Affären***  
 181 Parteipolitik (z.B. Parteitage, Parteibeschlüsse etc.) national  
 182 Politische Festivitäten  
 183 Wahlen & Wahlkampf national und regional (BTW, LTW etc.)  
 184 Politische Meinungsumfragen (z.B. ZDF Politbarometer), Wahlumfragen  
 185 Personalpolitik Kabinett und Regierungskrisen regional & national (z.B. Rücktritte etc.)  
 186 Politische Persönlichkeit national & regional  
 187 Politische Affären und Skandale national  
 1811 ***Europäische/Internationale Parteipolitik***  
 1821 Politische Festivitäten international  
 1831 Europäische/Internationale Wahlen & Wahlkämpfe  
 1841 Politische Meinungsumfragen international  
 1851 Personalpolitik Kabinett und Regierungskrisen international (z.B. Rücktritte etc.)  
 1861 Politische Persönlichkeit international  
 1871 Politische Affären und Skandale international

- 19 ***Internationale Politik und internationale politische Konflikte***  
 191 Auslandseinsätze mit deutscher Beteiligung (BW, NATO, UNO)  
 192 Sonstiges internationales Politikthema **mit deutscher Beteiligung**  
 193 Internationale Krisen, Spannungen, Kriege (→ politische Konflikte wie Bürgerkriege)  
 194 Beziehungen zweier fremder Staaten (kein nationaler Bezug, z.B. Israel/Palästina)

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges internat. Politikthema **ohne nationale Beteiligung**

## 2 **WIRTSCHAFTS- UND FINANZTHEMEN** (kein direkter Bezug zur Politik)

- 21 ***Nationale Wirtschafts- und Finanzthemen***  
 211 Unternehmen, Wirtschaftsbranchen und nationaler Wirtschaftsstandort  
 212 Wirtschaftswachstum und -schrumpfung, Inflation  
 213 Handel, Import oder Export  
 214 Arbeitsmarkt, Tarifvereinbarungen (ohne Streik → 413), Gewerkschaften  
 215 Konsum, Sparen, Kaufverhalten  
 216 Investitionen, Marktstrategien, Unternehmerverhalten  
 217 Börse und Börsenkurse national  
 218 Wirtschaftskriminalität national  
 219 Wirtschaftsskandale und -affären national  
 2199 Persönlichkeit aus der Wirtschafts- und Finanzwelt

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges nationale Wirtschafts- und Finanzthemen

- 22 ***Internationale Wirtschafts- und Finanzthemen***  
 222 Unternehmen und Wirtschaftsbranchen internat., Globalisierung internat. Wirtschaft  
 222 Internationale/s Wirtschaftswachstum und -schrumpfung, internationale Inflation  
 223 Internationaler Handel, Import oder Export  
 224 Internationaler Arbeitsmarkt  
 225 Internationales Konsum-, Sparen- und Kaufverhalten  
 226 Internationale/s Investitionen, Marktstrategien, Unternehmerverhalten  
 227 Börse und Börsenkurse international  
 228 Wirtschaftskriminalität international  
 229 Wirtschaftsskandale und -affären international  
 2299 Persönlichkeit aus der internationalen Wirtschafts- und Finanzwelt

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges internationale Wirtschafts- und Finanzthemen

## 3 **JUSTIZ & RECHT**

- 31 Prozesse & Urteile national (z.B. Beschlüsse des BVG)  
 32 Prozesse & Urteile international  
 33 Ermittlungen & Ermittlungserfolge national  
 34 Ermittlungen & Ermittlungserfolge international (z.B. Ermittlung int. Drogenring)  
 35 Justizpolitik national  
 36 Justizpolitik international

#### 4 GESELLSCHAFT, GESELLSCHAFTLICHES LEBEN & HUMANITÄRES

- 41 *Gesellschaftliches Leben/gesellschaftliche Ereignisse national*  
 411 Arbeitsleben, Beruf und Bildung (z.B. Ausbildung, Weiterbildung)  
 412 Gesellschaftliche Debatten und Verhältnisse (z.B. Integrationsdebatte)  
 413 Gesellschaftliche Konflikte und Probleme (z.B. Streiks und Demonstrationen)  
 414 Gesundheit und Medizinthemen (z.B. Übergewicht Jugendliche)  
 415 Wissenschaft, Forschung, Technik und Entwicklung  
 416 Kirche, Religion, Glaube  
 417 Kulturelle Themen und Ereignisse national (z.B. Karneval)  
 418 Freizeitthemen  
 419 Medien national (z.B. Rundfunkrechte, Insolvenzen von Medienunternehmen etc.)  
 4199 Persönlichkeiten aus Kultur, Kirche, Wissenschaft, Medien national  
**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges gesellschaftliches Leben/Ereignisse national

- 42 *Gesellschaftliches Leben/gesellschaftliche Ereignisse international*  
 421 Arbeitsleben, Beruf und Bildung (in der globalisierten Welt)  
 422 Internationale soziale Debatten und Verhältnisse (z.B. Integration im EU-Kontext)  
 423 Int. gesellschaftliche Konflikte und Probleme (z.B. Streiks gegen Wirtschaftskrise)  
 424 Int. Gesundheits- und Medizinthemen (z.B. internationale Ausbreitung H1N1-Virus)  
 425 Wissenschaft, Forschung, Technik und Entwicklung im internationalen Kontext  
 426 Kirche, Religion, Glaube im internationalen Kontext  
 427 Kulturelle Themen und Ereignisse international  
 428 Freizeitthemen im internationalen Kontext  
 429 Medien im internationalen Kontext (z.B. Rundfunkrechte, Insolvenzen)  
 4299 Persönlichkeiten aus Kultur, Kirche, Wissenschaft, Medien international  
**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges gesellschaftliches Leben/Ereignisse international

- 43 *Humanitäres national* (z.B. Spenden der Kirchen für Bedürftige)  
 44 Humanitäres International (z.B. Hilfe von int. Organisationen für Erdbebenopfer)  
**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges Humanitäres nat./intern. [hervorheben ob nat./intern. !]

#### 5 SPORT

- 51 Sport/Sportereignisse national bzw. mit nationaler Beteiligung  
 52 Sport/Sportereignisse international  
 53 Nationale Sportlerpersönlichkeiten  
 54 Internationale Sportlerpersönlichkeiten

#### 6 (NATUR-)KATASTROPHEN, TERRORISMUS, KRIMINALITÄT, TRAGÖD.

- 61 Naturkatastrophen (auch Unwetter) national  
 612 Naturkatastrophen (auch Unwetter) international  
 62 Unglücke & Unfälle (z.B. Wohnhausbrand, Flugzeugabsturz) national  
 621 Unglücke & Unfälle international  
 63 Terrorismus, Attentate & Anschläge national  
 631 Terrorismus, Attentate & Anschläge international  
 64 Verbrechen, Kriminalität & Straftaten national



- 641 Verbrechen, Kriminalität & Straftaten international
- 65 Krankheiten & Epidemien national
- 651 Krankheiten & Epidemien international (z.B. Schweine- und Vogelgrippe)
- 66 Persönliche Tragödien national
- 661 Persönliche Tragödien international (z.B. Elisabeth Fritzl Amstetten)

## **7 UMWELT- & NATURTHEMEN**

- 71 Natur national (Tiere, Pflanzen, Geologie, Klima)
- 711 Natur international
- 72 Naturerleben national (Naturereignisse/-schauspiele, Menschen in der/gegen die Natur)
- 721 Naturerleben international
- 73 Umwelt- und Naturschutz national
- 731 Umwelt- und Naturschutz international
- 74 Weltall, Astronomie, Luft- und Raumfahrt national (bzw. nationale Beteiligung)
- 741 Weltall, Astronomie, Luft- und Raumfahrt international (ohne nat. Beteiligung)

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges Umwelt- & Natur nat./int. [hervorheben ob nat./int.!]

## **8 BERÜHMTHEITEN, KURIOSITA, AFFÄREN**

- 81 Nationale und internationale Berühmtheiten, Stars, Prominente
- 82 Unbekannte Persönlichkeiten, Normalbürger (Besuch von RTL bei "Oma Obama")
- 83 Lifestyle-Thema (Wohnungsdekoration, Mode etc.)
- 84 Übersinnliches und übernatürliche Phänomene (Geschichten über UFOs etc.)
- 85 Kurioses (z.B. Versteigerung Autokennzeichen in Dubai, Bericht Superreiche)
- 86 Affären aus dem Bereich Stars und Prominente national
- 87 Affären aus dem Bereich Stars und Prominente international (z.B. britisches Königshaus)

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges aus dem Bereich "Berühmtheiten & Kurioses"

## **9 RATGEBER- & VERBRAUCHERTHEMEN**

- 91 Gesundheit, Ernährung, Fitness
- 92 Finanzen
- 93 Recht
- 94 Auto, Verkehr
- 95 Reisen, Urlaub
- 96 Haus, Garten
- 97 Kochen, Rezepte
- 98 Internationales Ratgeber- und Verbraucherthema

**AUSFORMULIEREN :** Sonstiges Ratgeber- und Verbraucherthema

## **10 SERVICETHEMEN**

- 101 Wetter
- 102 Verkehr
- 103 Gewinnzahlen Lotto
- 104 Service-Telefon/Videotext/Fax
- 105 Sendungs- und Internethinweise
- 106 Veranstaltungshinweise & Termine
- 109 Sonstiges

**999** Sendungshinweise**AUSFORMULIEREN: Sonstiges** [falls keine der genannten Themenkategorien zutrifft][V9] Thema 1 Sendungsvorschau

Code aus vorheriger Liste auswählen

[V10] Thema 2 Sendungsvorschau

Code aus vorheriger Liste auswählen

[V11] Thema 3 Sendungsvorschau

Code aus vorheriger Liste auswählen

[V12] *Negativismus/Valenz (positiver vs. negativer Ereigniskontext)*Bsp.: ein Erdbeben/Terroranschlag steht eindeutig in einem negativen Ereigniskontext, ein Bericht über einen Lottogewinner/den Sieg der deutschen Fußballnationalmannschaft hingegen in einem positiven Ereigniskontext

- 0 nicht zu bestimmen
- 1 eindeutig positiv
- 2 eher positiv
- 3 neutral bzw. weder negativ noch positiv oder beides zu gleichen Anteilen
- 4 eher negativ
- 5 eindeutig negativ

[V13] *Konflikthaltigkeit*

- 0 Kein Konflikt
- 1 **Impliziter Konflikt** (Konflikt wird **nicht offen** angesprochen → Meinungsverschiedenheiten sind aber sichtbar oder es kommt zur Darlegung unterschiedl. Standpunkte)
- 2 **Expliziter Konflikt** (Konflikte/Auseinandersetzungen werden **offen** angesprochen → Drohungen, Boykott, Streik, Widerstand, Demonstrationen, Darstellung politischer Auseinandersetzungen im Bundestag, Diffamierungen und persönliche Attacken, militärische Auseinandersetzungen, innerparteiliche Konflikte) (Donsbach & Büttner, 2005b, S. 19)

[V14] *Darstellung von Politik: Direktes vs. Indirektes politisches Handeln*

- 0 keine Darstellung von politischem Handeln im Beitrag → weiter zu [V20]
- 1 **Direktes** politisches Handeln (Verabschiedung von Gesetzen, Beschlüssen, Regelungen, Wahlakt der Bürger)
- 2 **Indirektes** politisches Handeln (noch keine Entscheidungsfindung, Diskussionsprozess, Darlegung der untersch. Standpunkte, Streit ohne Einigung etc.)

[V15] *Darstellung von Politik: die "POLITICS"-Komponente (indirektes politisches Handeln)*

Im Rahmen der « **POLITICS** »-Komponente von Politik (politics → Politikprozess) steht der **Prozess der Willensbildung** und der **Entscheidung über konkrete politische Handlungen** im Mittelpunkt. Ein erster Schritt ist dabei die **Artikulation der unterschiedlichen Standpunkte** der beteiligten Akteure, ein zweiter Schritt der Versuch diese **durchzusetzen**. Die Standpunkte ziehen häufig **Konflikte und Kontroversen** nach sich und werden im Streit der beteiligten Parteien diskutiert, wobei die Medien den Akteuren zur Darstellung ihrer Positionen dienen. Die Durchsetzung von Interessen ist mit **Machtfragen** verknüpft.

0 die "POLITICS"-Komponente spielt **keine Rolle**

1 **Kontroversen/Konflikte auf Akteurebene/personaler Ebene (zwischen politics und policy):** Beratungen, Forderungen zur Bestimmung von Funktionsträgern bzw. zu deren Ablösung, die KONKRETE ENTSCHEIDUNGSRELEVANTE politische Handlungen ausführen/nicht mehr ausführen sollen. Es geht um Machtfragen und politischen Einfluss, z.B. auch Rücktrittsforderungen, Streit um Kompetenzen und Fragen um Politikstil, persönliche Kritik (Wahlen, Wahlkundgebungen, Parteitage). **Der Entscheidungsprozess ist noch nicht abgeschlossen → Persönliche Konflikte zwischen politischen Akteuren stehen im Vordergrund**

*Bsp.: Kritik des FDP-Politikers Kubicki an Kurs von Parteichef Rüsler und gleichzeitige Rücktrittsforderung*

2 **Kontroversen/Konflikte auf sachlich-konkreter Ebene:** Kontroverses Aushandeln von und Diskussionen über KONKRETE ENTSCHEIDUNGSRELEVANTE politische Handlungen (Kommentare, Kritik, Forderungen etc. → Beeinflussungsversuche durch Politiker, Parteien, Interessenverbände, Medien etc.; auch Vorschläge/Gegenvorschläge → Inhaltliche Konflikte, **noch keine Entscheidungsfindung, aber diese ist in Vorbereitung** (Austausch neuer Argumente) → Entscheidungsfindung (z.B. Gesetz) steht an und zur Diskussion → **Konflikte drehen sich eher um Sachfragen und weniger um die daran beteiligten politischen Akteure**

*Bsp.: Beratungen der Regierungskoalition über die Gesundheitsreform und Abstimmung der Positionen; Kritik der Opposition an Reform und konkrete Verbesserungsvorschläge*

3 **Kontroversen/Konflikte auf sachlich-generalisierter Ebene:** Kontroverses Aushandeln von und Diskussionen um **allgemeine politische Ziele, Normen und Werte**, Eintreten für oder Kommentieren bzw. Versprechen von **allgemeinen** politischen Zielen, Ideen oder Ideologien OHNE KONKRETE ENTSCHEIDUNGSRELEVANTE Forderungen an bestimmte politische Akteure → Bekenntnisse Marktwirtschaft/Demokratie etc.) → **Konflikte drehen sich eher um allgemeine politische und ideologische Fragen/Standpunkte**

*Bsp.: Bekenntnis der Kanzlerin zur sozialen Marktwirtschaft (in einer Rede zu geplanten Rettungsschirmen für Banken); Bekräftigung der Pazifismus-Haltung der LINKEN (im Kontext zur Debatte um eine Verlängerung des Bundeswehrmandates in Afghanistan); Grüne bekräftigen ihre generelle Anti-Atomhaltung (im Rahmen des Gesetzesvorhabens der Regierung hinsichtlich der Laufzeitverlängerung deutscher AKWs)*

[V16] *Darstellung von Politik: die "POLITY"-Komponente (indirektes politisches Handeln)*

Im Mittelpunkt der "POLITY"-Komponente (polity → Politikstrukturen) stehen **autorisierte Entscheidungsträger (Politiker, politische Institution)**, die einen vorliegenden Konflikt lösen oder beenden sollen. Die verbindlichen "Spielregeln" von Politik wie etwa verfassungsrechtliche Bestimmungen oder der Aufbau des politischen Systems geben den Ablauf von politischen Prozessen vor und den autorisierten Entscheidungsträgern ihre Legitimität. Ein politischer **Konflikt liegt hier bereits vor** (ohne dass dies ausdrücklich erwähnt wird) und seine **Lösung ist in Vorbereitung und absehbar**, der notwendige Prozess hierfür ist eingeleitet. Entscheidungsträger können die Konfliktparteien selbst oder eine ihnen übergeordnete Institution (z.B. BVG) sein → **Autorisierte Entscheidungsträger arbeiten an Lösung eines bereits vorliegenden politischen Konfliktes, Lösung ist absehbar**

*Beispiele: Schlichtungsgespräche zwischen den Konfliktparteien bei Stuttgart 21 unter Führung von Heiner Geißler (am Ende des Prozesses steht ein Schlichterspruch)*

- 0 die "POLITY"-Komponente spielt **keine Rolle**
- 1 die "POLITY"-Komponente spielt eine **untergeordnete Rolle**, kommt am Rande vor
- 2 die "POLITY"-Komponente spielt eine **zentrale Rolle** (und mit ihr die autorisierten Entscheidungsträger, die einen Konflikt lösen oder lösen sollen)

[V17] *Darstellung von Politik: die "POLICY"-Komponente (indirektes und/ oder direktes pol. Handeln)*

Im Mittelpunkt der "POLICY"-Komponente (policy → Politikinhalt) stehen die geplanten oder bereits realisierten **Entscheidungsinhalte**, die in Zusammenhang zu den Standpunkten der den Streit austragenden Parteien stehen und somit deren **Lösungsansätze** darstellen. Diese können bereits in ein Gesetz eingeflossen sein oder aber als Verhandlungsbasis dienen. Die Konfliktparteien haben den **Konflikt überwunden** und befinden sich in der **konstruktiven Arbeitsphase**. Hierunter kann ebenfalls ein Zukommen auf die andere Verhandlungsseite fallen wie z.B. ein Kompromissangebot oder die Abänderung eines Gesetzesvorhabens und dessen letztendliche Verabschiedung. → **Die Konfliktparteien haben den Konflikt überwunden und legen Lösungsansätze vor, die Entscheidungsfindung steht an bzw. wird vollzogen**

*Beispiel: Trotz unterschiedlicher Vorstellungen der Regierungskoalition im Hinblick auf die Gesundheitsreform kommt es zu einer Einigung, weil die CDU auf zentrale Forderungen der FDP eingeht*

- 0 die "POLICY"-Komponente spielt **keine Rolle**
- 1 die "POLICY"-Komponente spielt eine **untergeordnete Rolle**, kommt am Rande vor
- 2 die "POLICY"-Komponente spielt eine **zentrale Rolle** (und mit ihr die Entscheidungsinhalte, die schließlich zur Beilegung des Konfliktes führen)

[V18] *Darstellung von Politik: die **Konsequenzen** politischer Entscheidungen*

Nach **Abschluss einer politischen Entscheidung** und der faktischen Beendigung eines längeren Entscheidungsfindungsprozesses kann es zu einer Thematisierung bzw. Spekulation über die **Konsequenzen** dieser politischen Entscheidung kommen. Dabei können **Experten** ihre Meinung zum Sachverhalt kundtun oder **Vertreter der Opposition** zu Wort kommen, die eine andere politische Lösung favorisieren. Dies dient auch der Darlegung des eigenen politischen Standpunktes zum Sachverhalt (das Aufzeigen einer alternativen Lösung hat somit eine eigene "policy"-Komponente, die Kritik bzw. Problemartikulation hingegen eine "politics"-

Komponente). Häufig geht die Diskussion über die Tragweite der Entscheidung einher mit einer **Evaluation der politischen Handlung**. Es kann jedoch auch zu einer Schilderung der direkten Konsequenzen einer politischen Handlung für die Gesellschaft und der darin lebenden Bürger kommen → **Politische Entscheidungen werden beurteilt und ihre Tragweite/ Konsequenzen erörtert**

*Bsp.: Kritik der Opposition nach der Verabschiedung eines Gesetzes und Darlegung des eigenen Standpunktes; Diskussion um PKW-Maut und mögliche Auswirkungen für die Bürger*

- 0 es kommt zu **keiner Darlegung von Konsequenzen** einer politischen Entscheidung  
 1 **Darlegung der Konsequenzen** einer politischen Entscheidung für die Betroffenen, Gesellschaft, Staat, Wirtschaft, Demokratie etc.

[V19] *Darstellung von Politik: **Politisierung nicht-politischer Handlungen***

Nichtpolitische Handlungen und Ereignisse werden in einen politischen Kontext gestellt (mediale Leistung) und Zustände oder Stellungnahmen **explizit** als Ergebnisse, Folgen oder Produkte politischen Handelns darstellt, interpretiert und bewertet oder ganz allgemein ein politischer Kontext für vordergründig nicht-politische Handlungen generiert → **Versuch eines Akteurs (Journalist, Politiker, Privatperson etc. ), einem nicht-politischen Thema eine politische Bedeutungskraft zu verleihen** oder Spekulation um (nicht unbedingt bestehenden) Zusammenhang zwischen einem bestimmten Zustand und einer politischen Entscheidung bzw. deren Ausbleiben (z.B. durch Anprangerung der Untätigkeit seitens der Politik)

*Bsp.: Kritik eines Politikers an der Entwicklungshilfepolitik der Bundesregierung und deren Mitverantwortung für das Hungerleiden von Menschen in einer bestimmten Region*

- 0 es kommt zu **keiner Politisierung**  
 1 eine **nichtpolitische/s Handlung/Ereignis** wird von den Medien in einen **politischen Kontext gestellt**

[V20] *Akteur 1*

Es geht hierbei um die "menschlichen" Akteure, die in einem Beitrag auftauchen oder erwähnt werden und in irgendeiner Weise eine Rolle spielen (ein einmaliges Auftauchen bzw. eine einmalige Erwähnung reicht aus; jedoch werden z.B. Unbekannte, die im Bild auftauchen und keine weitere Erwähnung finden, nicht als Akteure berücksichtigt → gutes Indiz zur Bestimmung von Akteuren: wenn diese mittels eines O-Tons zu Wort kommen; dies ist aber keine Voraussetzung).

*Bsp.: Ein Arzt ist dann ein gesellschaftlicher Vertreter, wenn seine Rolle des Helfers oder Spezialisten bei Gesundheitsproblemen erkennbar ist; gleiches gilt für einen Soldaten und seine Rolle des Beschützers oder Verteidigers, ein unbekannter Sportler vertritt sein Land hingegen bei einem Wettbewerb. Handelt es sich dagegen um eine bekannte Person, wird der Code 5 (Prominente/r) gewählt. Politische Institutionen, Organisationen, Unternehmen etc. sind dabei KEINE Akteure. Falls mehr als drei Akteure im Beitrag erwähnt werden oder auftauchen, werden nur jeweils die drei Hauptakteure berücksichtigt.*

- 
- 0 kein Akteur
  - 1 Politiker (auch Regierungssprecher)
  - 2 Akteur mit gesellschaftlicher Funktion (Vertreter Organisationen, Gewerkschaft etc.)
  - 3 Wirtschaftlicher Akteur (z.B. Vorsitzender eines Unternehmens)
  - 4 Experte/Spezialist (Forscher, Wissenschaftler, etc.)
  - 5 Prominente/r
  - 6 öffentlich nicht bekannte Person
- AUSFORMULIEREN:** Sonstiger Akteur

---

[V21] *Akteur 2*

- 0 kein Akteur
  - 1 Politiker (auch Regierungssprecher)
  - 2 Akteur mit gesellschaftlicher Funktion (Vertreter Organisationen, Gewerkschaft etc.)
  - 3 Wirtschaftlicher Akteur (z.B. Vorsitzender eines Unternehmens)
  - 4 Experte/Spezialist (Forscher, Wissenschaftler, etc.)
  - 5 Prominente/r
  - 6 öffentlich nicht bekannte Person
- AUSFORMULIEREN:** Sonstiger Akteur

---

[V22] *Akteur 3*

- 0 kein Akteur
  - 1 Politiker (z.B. auch Regierungssprecher)
  - 2 Akteur mit gesellschaftlicher Funktion (Vertreter Organisationen, Gewerkschaft etc.)
  - 3 Wirtschaftlicher Akteur (z.B. Vorsitzender eines Unternehmens)
  - 4 Experte/Spezialist (Forscher, Wissenschaftler, etc.)
  - 5 Prominente/r (aus Sport, Kultur, Medien etc.)
  - 6 öffentlich nicht bekannte Person
- AUSFORMULIEREN:** Sonstiger Akteur

---

[V23] *Sachpolitik vs. Personalisierung*

- 0 keine Aussage möglich (z.B. Begrüßung oder Verabschiedung)
- 1 Eindeutige Sachorientierung
- 2 Eher Sachorientierung (leichte Personalisierung)
- 3 Ausgeglichenes Verhältnis zwischen Sachorientierung und Personalisierung
- 4 Eher Personalisierung (wenig Sachorientierung)
- 5 Eindeutige Personalisierung

---

[V24] *Personelle Symbolisierung kollektiver Akteure – Akteur 1*

"Personelle Symbolisierung meint im Kontext politischer Berichterstattung in Nachrichtensendungen vor allem die personelle Repräsentation von Einrichtungen und Institutionen der Ministerialbehörde und öffentlicher Verwaltungen, von parlamentarischen Versammlungen und Gremien (z.B. Bundestag, Landtage, Ausschüsse) sowie insbesondere der Parteiorganisationen. Ein zuverlässiger Indikator der Personalisierung solch abstrakter Einrichtungen ist die **direkte oder indirekte Zitation von Einzelpersonen, die für die Organisation sprechen** und die in der Berichterstattung des Fernsehens normalerweise als Wortbeitrag (O-Ton) oder als sinnge-

mäße Wiedergabe einer Aussage (Zitat) vorliegt. Durch solch individuell zurechenbaren Sprecheräußerungen werden **kollektive Akteure praktisch mit einer Stimme und einem Namen versehen**, mit anderen Worten, sie werden personalisiert" (Marcinkowski, Greger & Hüning, 2001, S. 81-82)

- 0 keine personelle Symbolisierung
- 1 Der Akteur repräsentiert die Regierung
- 2 Der Akteur repräsentiert das Parlament
- 3 Der Akteur repräsentiert eine politische Partei
- 4 Der Akteur repräsentiert die Verwaltung
- 5 Der Akteur repräsentiert die Justiz
- 6 Der Akteur repräsentiert eine kollektive soziale Gruppe (Arbeitnehmer, Ausländer etc.)
- 7 Der Akteur repräsentiert eine Organisation (z.B. Gewerkschaft, NGO, Verein etc.)
- 8 Der Akteur repräsentiert ein Unternehmen
- 9 Der Akteur repräsentiert ein Land

**Hinweis:** Repräsentiert ein Akteur gleichermaßen Parlament und politische Partei o.Ä., so ist der Code "12" zu vergeben; steht eine Funktion im Vordergrund, dann nur diese auswählen

**AUSFORMULIEREN:** Der Akteur repräsentiert sonstiges, nämlich

[V25] *Personelle Symbolisierung kollektiver Akteure – Akteur 2*

---

- 0 keine personelle Symbolisierung
- 1 Der Akteur repräsentiert die Regierung
- 2 Der Akteur repräsentiert das Parlament
- 3 Der Akteur repräsentiert eine politische Partei
- 4 Der Akteur repräsentiert die Verwaltung
- 5 Der Akteur repräsentiert die Justiz
- 6 Der Akteur repräsentiert eine kollektive soziale Gruppe (Arbeitnehmer, Ausländer etc.)
- 7 Der Akteur repräsentiert eine Organisation (z.B. Gewerkschaft, NGO, Verein etc.)
- 8 Der Akteur repräsentiert ein Unternehmen
- 9 Der Akteur repräsentiert ein Land

**AUSFORMULIEREN:** Der Akteur repräsentiert sonstiges, nämlich

[V26] *Personelle Symbolisierung kollektiver Akteure – Akteur 3*

---

- 0 keine personelle Symbolisierung
- 1 Der Akteur repräsentiert die Regierung
- 2 Der Akteur repräsentiert das Parlament
- 3 Der Akteur repräsentiert eine politische Partei
- 4 Der Akteur repräsentiert die Verwaltung
- 5 Der Akteur repräsentiert die Justiz
- 6 Der Akteur repräsentiert eine kollektive soziale Gruppe (Arbeitnehmer, Ausländer etc.)
- 7 Der Akteur repräsentiert eine Organisation (z.B. Gewerkschaft, NGO, Verein etc.)
- 8 Der Akteur repräsentiert ein Unternehmen
- 9 Der Akteur repräsentiert ein Land

**AUSFORMULIEREN:** Der Akteur repräsentiert sonstiges, nämlich

[V27] Privatisierung

Die Person/en (z.B. ein Politiker) wird/werden teilweise oder vorwiegend von seiner/ihrer persönlichen und privaten Seite gezeigt und Details aus dem Privatleben kommen zur Sprache (Bemerkungen über die Frisur, persönliche Vorlieben oder Geschmäcker, Aussagen bzw. Visualisierungen zur Gefühlslage der gezeigten Person etc.). Die Codierung erfolgt nicht für jeden Einzelakteur, sondern für alle Akteure zusammengenommen (da Privatisierung eher bei Berichten auftritt, die sich länger und gezielter mit einer einzigen Person auseinandersetzen, wird auf eine Einzelcodierung der drei Hauptakteure verzichtet).

- 0 keine Aussage möglich (z.B. Begrüßung oder Verabschiedung)
- 1 es geht eindeutig und ausschließlich um **sachliche Details**, Privates kommt nicht vor
- 2 es geht **vorwiegend um die Sachlage**, jedoch ist eine **leichte Privatisierung** festzustellen (einige wenige Details aus dem Privatleben eines/mehrerer Akteure)
- 3 **sachliche und private Details** halten sich die Waage
- 4 **Konzentration auf private Details**, jedoch geringe Berücksichtigung sachlicher Details
- 5 **eindeutige Privatisierung** (Bericht setzt sich ausschließlich aus privaten Details eines oder mehrerer Akteure zusammen, Sachliches spielt überhaupt keine Rolle)

[V28] Hierarchisierung/Prominenz/politische Positionseliten – Akteur 1

- 0 kein Akteur (mit hohem Hierarchiestatus)
  - 1 Bundespräsident (Frankreich: Staatspräsident)
  - 2 Kanzler/in (Frankreich: Premierminister)
  - 3 Bundesminister/in (Frankreich: Staatsminister)
  - 4 Ministerpräsident/in (Frankreich: Conseiller régional u. Ä.)
  - 5 Parteivorsitzende/r bzw. Parteivorstand
  - 6 Parteifunktionär/in
  - 7 Bundestagsabgeordnete/r (Frankreich: Abgeordneter der Assemblée Nationale)
  - 8 Landtagspolitiker oder lokaler Abgeordneter
  - 9 Ausländischer Politiker mit hohem Hierarchiestatus (Staatsoberhaupt, Minister)
  - 10 Prominente Person aus nicht-politischen Kreisen (Wirtschaft, Kultur, Medien etc.)
  - 11 Nicht-prominente Person aus nicht-politischen Kreisen (aber hoher Hierarchiestatus)
- [HINWEIS]** Es kann vorkommen, dass ein Akteur in mehreren Funktionen vorgestellt wird  
 → Beispiel: Bericht über Auftritt Angela Merkels auf CDU-Parteitag, der gleichzeitig ihre Rolle als CDU-Chefin und Kanzlerin betont → Code 25

[V29] Hierarchisierung/Prominenz/politische Positionseliten – Akteur 2

- 0 kein Akteur (mit hohem Hierarchiestatus)
- 1 Bundespräsident (Frankreich: Staatspräsident)
- 2 Kanzler/in (Frankreich: Premierminister)
- 3 Bundesminister/in (Frankreich: Staatsminister)
- 4 Ministerpräsident/in (Frankreich: Conseiller régional u. Ä.)
- 5 Parteivorsitzende/r bzw. Parteivorstand
- 6 Parteifunktionär/in
- 7 Bundestagsabgeordnete/r (Frankreich: Abgeordneter der Assemblée Nationale)
- 8 Landtagspolitiker oder lokaler Abgeordneter



- 9 Ausländischer Politiker mit hohem Hierarchiestatus (Staatsoberhaupt, Minister)  
 10 Prominente Person aus nicht-politischen Kreisen (Wirtschaft, Kultur, Medien etc.)  
 11 Nicht-prominente Person aus nicht-politischen Kreisen (aber hoher Hierarchiestatus)

[V30] *Hierarchisierung/Prominenz/politische Positionseliten – Akteur 3*

---

- 0 kein Akteur (mit hohem Hierarchiestatus)  
 1 Bundespräsident (Frankreich: Staatspräsident)  
 2 Kanzler/in (Frankreich: Premierminister)  
 3 Bundesminister/in (Frankreich: Staatsminister)  
 4 Ministerpräsident/in (Frankreich: Conseiller régional u. Ä.)  
 5 Parteivorsitzende/r bzw. Parteivorstand  
 6 Parteifunktionär/in  
 7 Bundestagsabgeordnete/r (Frankreich: Abgeordneter der Assemblée Nationale)  
 8 Landtagspolitiker oder lokaler Abgeordneter  
 9 Ausländischer Politiker mit hohem Hierarchiestatus (Staatsoberhaupt, Minister)  
 10 Prominente Person aus nicht-politischen Kreisen (Wirtschaft, Kultur, Medien etc.)  
 11 Nicht-prominente Person aus nicht-politischen Kreisen (aber hoher Hierarchiestatus)

[V31] *Einzelchicksal*

---

Das persönliche Schicksal (im positiven wie im negativen Sinn) einer bekannten oder unbekanntenen Person steht im Vordergrund, es geht einzig und allein um Erlebnisse bzw. Vorkommnisse im Zusammenhang mit einer Person.

*Bsp.:* Reportage über eine unbekanntene Frau, die von einem Hund schwer im Gesicht verletzt und bei der nun eine Gesichtstransplantation vorgenommen wurde

- 0 nein  
 1 ja

[V32] *Emotionalisierung durch Bilder/Bildmaterialien*

---

Emotionalisierung liegt dann vor, wenn die gezeigten Bilder Gefühlsreaktionen der im Beitrag vorkommenden Akteure abbilden (Freude, Trauer etc.; siehe nachfolgende Variablen) oder das Bildmaterial affektive Reaktionen bei den Zuschauern/Codierern auslöst (Vorkommen von Menschen ist dabei nicht zwingend)

*Bsp.:* Bericht über Robbenjagd und Abbildung blutender und sterbender Robben; Bericht über Erleben in China und Abbildung einer weinenden Mutter, die um ihr totes Kind trauert; Reportage über Kindersoldaten in einem afrikanischen Land und Abbildung von Kindern, die Prothesen tragen.

**[ANMERKUNG]** Bei Bildern, welche die Folgen oder den durch ein Unglück (z.B. Flugzeugabsturz) oder eine Naturkatastrophe (z.B. Tsunami, Überschwemmung) etc. verursachten Schaden zeigen, liegt nicht automatisch Emotionalisierung vor.

- 0 **keine Emotionalisierung** durch Bilder/Bildmaterialien
- 1 **leichte Emotionalisierung** durch Bildmaterialien (diese unterstreichen emotionalen Charakter eher beiläufig und tauchen allenfalls nur am Rande auf)
- 2 **mittlere Emotionalisierung** durch Bildmaterialien (Emotionale und nüchterne Bildmaterialien halten sich die Waage)
- 3 **starke Emotionalisierung** durch Bildmaterialien (die gezeigten Bilder zeigen emotionale Momente und überwiegen gegenüber nüchternen Bildmaterialien)
- 4 **sehr starke Emotionalisierung** durch Bildmaterialien (der ganze Beitrag ist eine einzige Aneinanderreihung von emotionalen Bildern, die bei den Zuschauern Gefühle wie Erstaunen, Heiterkeit oder Traurigkeit etc. auslösen bzw. Menschen zeigen, bei denen diese Gefühlslagen erkennbar sind; nüchternes Bildmaterial kommt nicht vor)

---

*Im Bild sichtbare Emotionen*

Es geht hier ausschließlich um die im Bild (Bewegtbild, Standbild, Foto etc.) sichtbaren Emotionen und deren Darstellung. Diese sind zu codieren, wenn die Mimik und Gestik der abgebildeten Personen einen eindeutigen Rückschluss auf deren Gefühlslage zulässt. Erklärungen des Moderators oder Reporters hinsichtlich der Gefühlslagen von Personen sind nicht zu berücksichtigen, von Interesse sind ausschließlich die im Bild sichtbaren und eindeutigen Emotionen. Sollten im Bild mehrere Akteure auftreten, Codierung bitte auf die Hauptakteure beschränken

---

[V33] *Freude, Fröhlichkeit, Begeisterung, Jubel, Glücksgefühl*

- 0 nicht erkennbar
- 1 erkennbar

---

[V34] *Furchtlosigkeit, Kühnheit, Mut*

- 0 nicht erkennbar
- 1 erkennbar

---

[V35] *Stolz, Ehre*

- 0 nicht erkennbar
- 1 erkennbar

---

[V36] *Zuneigung, Lust*

- 0 nicht erkennbar
- 1 erkennbar

---

[V37] *Mitgefühl*

- 0 nicht erkennbar
- 1 erkennbar

---

[V38] *Überraschung, Anspannung, Unruhe, Unsicherheit, Hin- und Hergerissenheit*

**[ANMERKUNG]** Im positiven wie im negativen Sinne

*Bsp.: eine Überraschung kann einen positiven/negativen Hintergrund haben, eine Anspannung aus Vorfreude oder Enttäuschung herrühren*

0 nicht erkennbar  
1 erkennbar

---

[V39] *Trauer, Traurigkeit, Verzweiflung, Enttäuschung*

0 nicht erkennbar  
1 erkennbar

---

[V40] *Angst, Verängstigung, Furch, Schauer, Panik, Verwirrung, Aufruhr, Bestürzung*

0 nicht erkennbar  
1 erkennbar

---

[V41] *Wut, Zorn, Unmut, Empörung, Entrüstung, Verbitterung*

0 nicht erkennbar  
1 erkennbar

---

[V42] *Ekel, Abscheu, Anbiederung*

0 nicht erkennbar  
1 erkennbar

---

[V43] *Hass, Abneigung*

0 nicht erkennbar  
1 erkennbar

---

[V44] *Sonstige im Bild sichtbare Emotion bzw. Emotionen*

0 nicht erkennbar  
erkennbar → [ausformulieren]

---

[V45] *Emotionalisierung durch sprachliche Elemente – Gesamteinschätzung (1)*

Emotionalisierung durch sprachliche Elemente liegt dann vor, wenn im Bericht oder der Anmoderation sprachliche Stilmittel Verwendung finden, die für starke Emotionen stehen oder diesen Ausdruck verleihen (→ siehe nachfolgende Variablen). Diese können emotionalen Bildern einerseits noch weiteren gefühlsbetonten Charakter geben oder erst emotionalisierenden Charakter verleihen; die sprechenden Akteure können Journalisten, Moderatoren oder auch durch O-Töne zu Wort kommende Personen (wie Politiker, unbekannte und auf der Straße befragte Personen etc.) sein.

*Bsp.:* Bericht über "ein durch Bürgerkrieg zerrissenes Land, in dem Mord, Totschlag und Vergewaltigungen an der Tagesordnung sind"; Kriegerische Handlungen werden als "furchtbares Gemetzel" bezeichnet, ein Selbstmordanschlag im nahen Osten als "Blutbad", ein Täter als "blutrünstiger Serienkiller"; ein befragter Fan bezeichnet ein Spiel der deutschen Fußballnationalmannschaft als "einfach obergeiles Match".

- 0 **keine Emotionalisierung** durch sprachliche Elemente  
 1 **leichte Emotionalisierung** durch sprachliche Elemente (gelegentliche Verwendung von Verben und Substantiven, die Emotionen ausdrücken)  
 2 **mittlere Emotionalisierung** durch sprachliche Elemente (emotionale und nüchterne Sprachelemente halten sich die Waage)  
 3 **starke Emotionalisierung** durch sprachliche Elemente (die verwendeten Vokabeln sind vorwiegend emotional und überwiegen gegenüber nüchternen Sprachelementen)  
 4 **sehr starke Emotionalisierung** durch sprachliche Elemente (der ganze Beitrag ist geprägt von emotionalen Verben und Substantiven, keine nüchternen Sprachelemente)

[V46] *Emotionalisierung durch sprachliche Elemente – Sprachliche Stilmittel (2) – Schriftsprache*

Bitte nur schriftliche Text-Informationen berücksichtigen (z.B. Meldungen mit Bildern und Bildunterschriften, Vorschau über in der Sendung behandelte Themen, Kurzüberschriften etc.)

- 0 Schriftsprache nicht vorhanden → weiter zu [V59]  
 1 Schriftsprache vorhanden

[V47] *Affektischer Wortschatz*

Bsp.: Wörter aus dem Bereich "Erregung" = Angst, Schrecken, Wut, Trauer, Glück, Spannung, Sensation; Bindestrich-Komposita = "Phantom-Verbrecher"; Emotionale Wörter laut semantischer Atlas wie "brutal", "heimtückisch", "tödlich", "Mord" → Verwendung der Liste von Mende 1996, S. 235)

- 0 Nein  
 1 Ja

[V48] *Umgangssprachliche Wendungen, Alltagssprache (zum Abgleichen → Duden)*

- 0 Nein  
 1 Ja

[V49] *Superlativ/Steigerung (→ Alle Mittel, die einen hohen Grad ausdrücken)*

Bsp.: "sagenhaft", "Volksuperlativ" wie "Bombenstimmung", Gradadverbien/-Adjektive wie "unheimlich schwach", Hyperbeln wie "der beste Kanzler aller Zeiten", Klimax: "erst 2, dann 4, dann 6 Stunden"

- 0 Nein  
 1 Ja

[V50] *Phraseologismus/Metapher/Allegorie (→ Affektive bildhafte Redensarten)*

Bsp.: "wie ein begossener Pudel davonschleichen", "er klebt an seinem Stuhl" → Duden

- 0 Nein  
 1 Ja

[V51] *Aufforderungs-, Ausruf- oder Fragesatz*

0 Nein

1 Ja

[V52] *Expressive Wortstellung (→ Ausdrucksstarke Wörter durch Kommata getrennt)*

0 Nein

1 Ja

[V53] *Kurzatmiger Satzbau, Ellipse (→ Auslassung von Satzteilen)*Bsp.: "Merkel in Paris"

0 Nein

1 Ja

[V54] *Doppelpunktfunktion*

0 Nein

1 Ja

[V55] *Ironie/Zynismus*

0 Nein

1 Ja

[V56] *Neologismus (→ Wortneukreierungen und Wortkreuzungen)*Bsp.: "Vogelgrippe-Killervirus"

0 Nein

1 Ja

[V57] *Verstärkung/Unterstreichug/Wiederholung*Bsp.: *Anapher* "Wir fordern Frieden. Wir fordern Freiheit."; *Emphase/Kyklos*: "Menschen, Menschen!"; *Hendiadyoin* ("Mord und Totschlag"; *Gemination* "so etwas, so etwas Unglaubliches"

0 Nein

1 Ja

[V58] *Sonstige Stilmittel*Bsp.: *Antonomasie* ("Zoo- und Freizeitminister"); *Hyperbel* ("blitzschnell", "Schnecken tempo"); *Bathos* (→ Plötzlicher sprachlicher Stilwechsel von der Hoch- in die Alltagssprache); *Rhetorische Frage* ("Wie werden wir bloß XY los?"); *Inversion* ("Ein Dieb ist er" anstatt "Er ist ein Dieb"); *Archaismus* ("gülden" statt "golden"); *Asyndeton* (→ Reihung gleicher Elemente: "Wasser, Feuer, Erde, Luft"); *Parallelismus* ("Vogel fliegt, Fisch schwimmt, Mensch läuft", Gegensätzliches)

0 Nein

**AUSFORMULIEREN** falls ja

Emotionalisierung durch sprachliche Elemente – Sprachliche Stilmittel (2) – Gesprochener Text

Bitte nur gesprochenen Text berücksichtigen (Sprache in Bericht, Reportage, Anmoderation, ebenfalls auch auf O-Töne bekannter und unbekannter Akteure achten)

[V59] Affektischer Wortschatz

Bsp.: Wörter aus dem Bereich "Erregung" = Angst, Schrecken, Wut, Trauer, Glück, Spannung, Sensation; Bindestrich-Komposita = "Phantom-Verbrecher"; Emotionale Wörter laut semantischer Atlas wie "brutal", "heimtückisch", "tödlich", "Mord" → Verwendung der Liste von Mende 1996, S. 235

0      Nein

1      Ja

[V60] Umgangssprachliche Sprachwendungen, Alltagssprache (→ zum Abgleichen Duden)

0      Nein

1      Ja

[V61] Superlativ/Steigerung (→ Alle Mittel, die einen hohen Grad ausdrücken)

Bsp.: "sagenhaft", "Volkssuperlativ" wie "Bombenstimmung", Gradadverbien/-Adjektive wie "unheimlich schwach", Hyperbeln wie "der beste Kanzler aller Zeiten", Klimax "erst 2, dann 4, dann 6 Stunden"

0      Nein

1      Ja

[V62] Phraseologismus/Metapher/Allegorie (→ Affektive bildhafte Redensarten)

Bsp.: "wie ein begossener Pudel davonschleichen", "er klebt an seinem Stuhl" → Duden

0      Nein

1      Ja

[V63] Aufforderungs-, Ausruf- oder Fragesatz

0      Nein

1      Ja

[V64] Expressive Wortstellung (→ Ausdrucksstarke Wörter durch Kommata getrennt)

0      Nein

1      Ja

[V65] Kurzatmiger Satzbau, Ellipse (→ Auslassung von Satzteilen)

Bsp.: "Merkel in Paris"

0      Nein

1      Ja

[V66] Ironie/Zynismus

- 0 Nein  
1 Ja

[V67] Neologismus (→ Wortneukreierungen und Wortkreuzungen)Bsp.: "Vogelgrippe-Killervirus"

- 0 Nein  
1 Ja

[V68] Verstärkung/Unterstreichug/WiederholungBsp.: Anapher "Wir fordern Frieden. Wir fordern Freiheit."; Emphase/Kykelos: "Menschen, Menschen!"; Hendiadyoin ("Mord und Totschlag"; Geminatio "so etwas, so etwas Unglaubliches")

- 0 Nein  
1 Ja

[V69] Sonstige StilmittelBsp.: Antonomasie ("Zoo- und Freizeitminister"); Hyperbel ("blitzschnell", "Schnecken tempo"); Balbos (→ Plötzlicher sprachlicher Stilwechsel von der Hoch- in die Alltagssprache); Rhetorische Frage ("Wie werden wir bloß XY los?"); Inversion ("Ein Dieb ist er" anstatt "Er ist ein Dieb"); Archaismus ("gülden" statt "golden"); Azyndeton (→ Reihung gleicher Elemente: "Wasser, Feuer, Erde, Luft"); Parallelismus ("Vogel fliegt, Fisch schwimmt, Mensch läuft", Gegensätzliches)

- 0 Nein

**AUSFORMULIEREN** falls ja[V70] Emotionalisierung durch Musik (1)

Musik kann gelegentlich dazu dienen, wenig emotionalen Beiträgen erst einen emotionalen Charakter zu verleihen bzw. diesen unterstreichen

Bsp.: Einsatz trauriger Musik um einem dramatischen Ereignis noch weitere Dramatik zu verleihen

- 0 keine Musik vorhanden → weiter zu [V74]  
1 Musik vorhanden → weiter zu [V71]

[V71] Emotionalisierung durch Musik (2)Wurde die Musik **redaktionell hinzugefügt** oder ist sie **Bestandteil des Ereignisses**Bsp.: z.B. Bericht über Live-Aid-Konzerte, musikalische Untermalung bei Siegerehrung oder nach einem Tor etc.

- 0 keine Musik vorhanden  
1 Musik wurde redaktionell hinzugefügt  
2 Musik ist Bestandteil des Ereignisses

[V72] *Emotionalisierung durch Musik (3)*

- 
- 0 **keine Emotionalisierung** durch Musik
  - 1 **leichte Emotionalisierung** durch Musik (z.B. mit Trauer assoziierte bzw. Traurigkeit auslösende Musikuntermalung kommt kurz vor, bleibt aber unauffällig im Hintergrund)
  - 2 **mittlere Emotionalisierung** durch Musik (emotionale Musikuntermalung ist erkennbar, bleibt aber im Hintergrund und kommt höchstens in der Hälfte des Beitrags vor)
  - 3 **starke Emotionalisierung** durch Musik (musikalische Elemente unterstreichen emotionalen Charakter eines Berichtes und durchlaufen den Großteil des Beitrags)
  - 4 **sehr starke Emotionalisierung** durch Musik (musikalische Elemente unterstreichen eindeutig emotionalen/ergreifenden Charakter eines Berichtes bzw. verleihen ihm erst seinen emotionalen Charakter und durchziehen den gesamten Beitrag)

[V73] *Emotionalisierung durch Musik – Art der Musik (4)*

- 
- 0 nicht zu entscheiden bzw. keine Musik
  - 1 Heiter
  - 2 Entspannend, beruhigend
  - 3 Hektisch
  - 4 Traurig
  - 5 Düster
  - 6 Aggressiv

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges

[V74] *Emotionalisierung durch produktionstechnische Elemente*

- 
- 0 **keine Emotionalisierung** durch produktionstechnische Elemente
  - 1 **leichte Emotionalisierung** durch produktionstechnische Elemente (z.B. gelegentliche Verwendung von Zooms, Amateuraufnahmen oder Zeitlupe aus Gründen der stärkeren Visualisierung von Emotionen, diese spielen aber untergeordnete Rolle)
  - 2 **mittlere Emotionalisierung** durch produktionstechnische Elemente (die genannten Elemente kommen öfter vor, jedoch höchstens in der Hälfte des Beitrags)
  - 3 **starke Emotionalisierung** durch produktionstechnische Elemente (z.B. Zooms, Amateuraufnahmen oder Zeitlupen aus Gründen der stärkeren Visualisierung von Emotionen kommen häufig vor und nehmen eine eher tragende Rolle ein)
  - 4 **sehr starke Emotionalisierung** durch produktionstechnische Elemente (z.B. die genannten Elemente wie Zooms, Amateuraufnahmen oder Zeitlupen aus Gründen der stärkeren Visualisierung von Emotionen durchziehen den gesamten Beitrag)

[V75] *Emotionalisierung durch Moderator/Reporter*


---

Moderatoren (nicht Nachrichtensprecher) können den emotionalen Gehalt von Nachrichten mittels ihrer Mimik, Gestik oder Tonalität unterstreichen. Ein Beispiel hierfür wäre heiteres Lachen oder Grinsen oder eine "ernste Miene" bis hin zur deutlichen Sichtbarkeit von Betroffenheit und zur Schau gestellte Anteilnahme. Gefühle lassen sich manchmal auch anhand der Gestik (z.B. auf den Tisch klopfen vor Lachen) und der Stimme des Moderators ablesen. Eine Gefühlsäußerung auf mehreren Ebenen (also Mimik, Gestik, Tonalität) geht auch mit einer stärkeren Intensität der Emotionalisierung einher → Verwendung des Katalogs von Voss (1999, S. 122)



- 0 keine Emotionen sichtbar
- 1 negative Emotionen (Ausdruck von Verachtung, Trauer, Ablehnung etc.)
- 2 ausgewogen
- 3 positive Emotionen (Lachen, humoristische Anmerkung)

[V76] *Reaktion Moderator nach Beitragsende*

---

- 0 keine Reaktion
- 1 Reaktion

[V77] *Art der Reaktion*

---

- 0 keine Reaktion
- 1 Bemerkung/verbale Reaktion
- 2 Gestik
- 3 Mimik

[V78] *Wertende Aussagen und Kommentare Journalisten/Moderatoren*

---

- 0 Nein
- 1 Ja

[V79] *Art der wertenden Aussagen und Kommentare Journalisten/Moderatoren*

---

- 0 Wertende Aussage und Kommentare kommen nicht vor
- 1 Positive Wertungen/Aussagen
- 2 Neutrale Wertungen/Aussagen
- 3 Negative Wertungen/Aussagen

[V80] *Ausgewogenheit zwischen Meinungen und neutral gehaltener Berichterstattung*

---

- 0 keine Aussage möglich (z.B. Zwischenmoderation, Begrüßung etc.)
- 1 die Berichterstattung ist eher durch **Neutralität** gekennzeichnet
- 2 die Berichterstattung ist eher durch Neutralität gekennzeichnet, wobei **gelegentlich bzw. am Rande Meinungen** geäußert werden
- 3 **Neutrale und meinungsbetonende Anteile** des Berichts **halten sich die Waage**
- 4 die Berichterstattung ist **eher durch die Meinungen** einzelner Akteure geprägt, aber es kommen **ebenfalls neutrale Elemente** vor (allerdings nur am Rande)
- 5 die Berichterstattung beruht **einzig und allein auf Meinungen einzelner Akteure**, neutrale Elemente kommen nicht im Bericht vor

[V81] *Spekulation vs. Tatsachenbetonung*

---

Hier ist es von Interesse, ob die Berichterstattung eher auf Tatsachen beruht oder über den Ablauf und das Ergebnis von Ereignissen und Handlungen gemutmaßt oder spekuliert wird. Spekulationen liegen vor, wenn ein Reporter/Moderator Aussagen über zukünftige Ereignisse oder Handlungen trifft, die er nicht kennen kann bzw. die noch nicht bekannt sind.

**[HINWEIS]** Im Rahmen von Spekulationen kommt es häufig zur Verwendung des Konjunktivs → "hätte", "wäre", "könnte" oder "sollte " etc. bzw. Floskeln wie "vermutlich", "möglicherweise", "wahrscheinlich", "es wird gemutmaßt, dass...", "man sagt/glaubt/hört bzw. die Leute sagen/glauben etc."

Bsp.: Reportage über NATO-Bombardements im ehemaligen Jugoslawien und Spekulation des Reporters: "die Luftangriffe könnten zu einem schnellen Ende der Kampfhandlungen führen". (Donsbach & Büttner, 2005b., S. 19)

- 0 nicht zu bestimmen
- 1 **eindeutige Tatsachen- bzw. Faktenorientierung** (keine Spekulationen, Nennung überprüfbarer Fakten wie z.B. Statistiken, Studienergebnissen etc.)
- 2 **Tatsachenbetonung überwiegt** (bei vereinzelt Spekulationen)
- 3 **ausgewogenes Verhältnis** zwischen Spekulationen und Tatsachen
- 4 **Spekulationen überwiegen** (Tatsachen eher am Rande)
- 5 **eindeutige und umfangreiche Spekulationen** (im Bericht tauchen keinerlei überprüfbare Fakten auf)

[V82] Gewalteinwirkung

- 0 **Keine** direkte oder indirekte **Gewalteinwirkung**
- 1 **Indirekte/intentionale Gewalteinwirkung** (Keine direkten Gewalteinwirkungen, aber sichtbare Folgen einer beabsichtigten Schädigung → Bsp.: *Vervüsteter Kriegsschauplatz mit/ ohne sichtbare Opfer, keine direkten Kampfhandlungen*)
- 2 **Indirekte/nicht-intentionale Gewalteinwirkung** (Keine direkten Gewalteinwirkungen, aber sichtbare Folgen einer unbeabsichtigten Schädigung → Bsp.: *Spuren eines Orkansturms ohne sichtbare Opfer, keine Bilder des Orkans*)
- 3 **Direkte/intentionale Gewalteinwirkung** (Direkte und sichtbare Gewalteinwirkungen und beabsichtigte Schädigung → Bsp.: *direkte Kampfhandlungen mit/ ohne sichtbare Opfer*)
- 4 **Direkte/nicht-intentionale Gewalteinwirkung** (Direkte und sichtbare Gewalteinwirkungen und unbeabsichtigte Schädigung → Bsp.: *Bilder einer Tsunami-Flutwelle, die Menschen, Autos, Häuser etc. mit sich reißt*) (Bruns & Marcinkowski, 1997, S. 205)

Variable Skandalisierung

Die Variable Skandalisierung soll überprüfen, ob die Berichterstattung über Skandale im Zeitverlauf zugenommen hat. Nach Kepplinger, Ehmig und Hartung (2002), Maier (2003) und Schraewer (2003) gilt es zwischen der **bloßen Anprangerung von Missständen** und der **öffentlichen Empörung über diese Missstände** zu unterscheiden. Nur wenn ein Bericht **Missstände massiv anprangert** und eine **öffentliche Empörung** darüber sichtbar ist, kann von einem Skandal ("echter Skandal") die Rede sein. Kommt es zu keiner öffentlichen Empörung, so liegt streng genommen auch kein Skandal, sondern lediglich eine öffentliche Affäre vor. Skandale sind demnach die Folge der öffentlichen Anprangerung von Missständen.

Bsp.: *Verurteilen Politiker im Rahmen einer politischen Affäre das Handeln eines anderen Politikers offen (z.B. durch Rücktrittsforderungen an diesen), liegt eine öffentliche Missbilligung vor.*

[V83] *Skandalisierung 1*

- 
- 0 nicht zu bestimmen bzw. **liegt nicht vor** → weiter zu [V87]
  - 1 **eindeutig neutrale Berichterstattung** (Missstände werden nicht angeprangert)
  - 2 **neutrale Berichterstattung überwiegt** (Missstände werden am Rande angeprangert)
  - 3 **ausgewogenes Verhältnis** zw. Anprangerung von Missständen und neutralen Infos
  - 4 die **Anprangerung von Missständen überwiegt** (neutrale Infos nur am Rande)
  - 5 die **Anprangerung von Missständen** steht eindeutig **im Mittelpunkt** des Beitrags

[V84] *Skandalisierung 2 – öffentliche Missbilligung*

- 
- 0 keine öffentliche Empörung und Missbilligung
  - 1 öffentliche Empörung und Missbilligung

[V85] *Nachrichtenpyramide vs. Narration*


---

Basiert ein Beitrag auf **Fakten** (Statistiken, Umfragen, Expertenaussagen etc.) und ist er nach dem **Pyramidenprinzip** (Kernnachricht, Quelle, Einzelheit, Hintergrund) aufgebaut (Beantwortung aller bzw. einiger W-Fragen: Wer ist beteiligt? Was ist passiert? Wie lief es ab? Wann hat es sich ereignet? Wo fand es statt? Weshalb hat es sich so und nicht anders ereignet?) oder wird vielmehr eine **Geschichte** erzählt und ist der Beitrag damit eher nach dem **Spannungsprinzip** aufgebaut (die Erzählweise arbeitet z.B. auf einen **Höhepunkt** hin bzw. beginnt mit einem Höhepunkt, die Schilderung der Geschehnisse besitzt eine gewisse **Dramaturgie**, ist spannend aufgebaut, folgt einem roten Faden). Während die Schilderung der Geschehnisse nach dem Pyramidenprinzip einen **Gesamtüberblick** gibt, steht im narrativen Beitrag die **spannende Erzählung** sowie die Auseinandersetzung mit **Details** eine wichtige Rolle. **[HINWEIS]** Besonders auf Aussagen zu Beginn und am Ende des Beitrags sowie auf Aussagen der Akteure achten. (Donsbach & Büttner, 2005b, S. 22)

- 0 keine Aussage möglich
- 1 **eindeutige Aneinanderreihung von Fakten** (Statistiken, Expertenaussagen etc.)
- 2 **eher Faktenorientierung** mit wenigen narrativen Elementen
- 3 **ausgewogenes Verhältnis** zwischen Fakten und narrativen Elementen
- 4 **narrative Gestaltung überwiegt**, Fakten spielen eine untergeordnete Rolle
- 5 **eindeutig narrative Gestaltung**, keinerlei Faktendarlegung ("roter Faden", alle Elemente im Beitrag sind wichtig und hängen zusammen)

[V86] *Hintergrundinformation*

- 
- 0 **Keine** Hintergrundinformationen
  - 1 **Wenige** Hintergrundinformationen (nicht ausreichend, um Zuschauer klares Bild der Sachlage zu vermitteln)
  - 2 **Viele** Hintergrundinformationen (Zuschauer erhält umfassende Informationen, die Zusammenhänge verständlich machen)

*Sensationalismus*

Unter Sensationalismus ist der Versuch zu verstehen, Geschehnissen den Anschein des **Sensationellen, Spektakulären und Unerwarteten** zu geben, obwohl die Vorkommnisse dies nicht erlauben (Donsbach & Büttner, 2005b, S. 23). Der Beitrag zielt in erster Linie darauf ab, **Aufmerksamkeit zu erzeugen** und dem Zuschauer eine sensationelle Nachricht zu übermitteln. Sensationalismus geht oftmals mit Emotionalisierung, Skandalisierung und/oder Emotionalisierung einher (Dulinski, 2003, S. 80 & 101).

[V87] *Sensationalisierungs-Frame 1: Brandaktualisierung*

Ist die dem Ereignis zugerechnete Bedeutung gerechtfertigt?

- 0      nein  
1      ja

[V88] *Sensationalisierungs-Frame 2: Spektakularisierung*

Wird versucht, mit regelwidrigen und/oder kuriosen und/oder bizarren und/oder ungewöhnlichen und/oder Normen und Tabus brechenden und/oder spektakulären Sachverhalten Aufsehen zu erzeugen?

- 0      nein  
1      ja

[V89] *Sensationalisierungs-Frame 3: Devianzierung*

Werden abnormale, ungewöhnliche und anstößige etc. Umstände eines normalen Ereignisses hervorgehoben?

- 0      nein  
1      ja

[V90] *Sensationalisierungs-Frame 4: Sexualisierung*

Wird im Beitrag auf sexuelle Details hingewiesen, die keinen Bezug zum eigentlichen Thema haben?

- 0      nein  
1      ja

[V91] *Sensationalisierungs-Frame 5: Katastrophisierung/Tragödisierung*

Kommt es bei einem bereits an sich tragischen Ereignis zu einer weiteren Hervorhebung und Betonung tragischer Elemente?

- 0      nein  
1      ja

---

 [V92] *Sensationalisierungs-Frame 6: Kriminalisierung*


---

Kommt es bei der Darstellung von Kriminalität oder Verbrechen zur einer Überzeichnung der Dramatik oder erfolgt eine Vorverurteilung eines Beschuldigten/Angeklagten?

- 0      nein  
 1      ja

---

 [V93] *Sensationalisierungs-Frame 7: Dekontextualisierung*


---

Kommt es zu einer Weglassung bestimmter Details zugunsten einer noch spektakuläreren Anmutung?

- 0      nein  
 1      ja

---

 [V94] *Sensationalisierungs-Frame 8: Serialisierung*


---

Wurde über das Thema bereits in einer vorangegangenen Ausgabe berichtet?

- 0      nein  
 1      ja

---

 [V95] *Sprachstilistische Gestaltung (1) (nüchtern vs. locker)*


---

Ein Beitrag ist laut Donsbach & Büttner (2005b, S. 24) dann als sprachlich locker zu bezeichnen, wenn es zur Verwendung von **Metaphern**, dem häufigen Einsatz von **Superlativen** und **Übertreibungen** kommt und eine **direkte Ansprache an den Zuschauer** durch den Moderator erfolgt ("wir"). Ein weiteres wichtiges Merkmal ist die Verwendung von **Umgangssprache**, die sich durch Ausdrucksstärke (Übertreibung) und Anschaulichkeit (Direktheit, Drastik) auszeichnet (Wittwen, 1995, S. 58). Straßner (1991, S/ 115) hebt hervor, dass insbesondere Sprachelemente aus der **Jugend-, Gauner-, Soldaten- und Sportsprache** Berücksichtigung finden (siehe auch Dulinski, 2003, S. 246). Es erfolgt zudem häufig ein Rückgriff auf **emotionales Vokabular und Wortneuschöpfungen**.

- 1      Der Beitrag ist **eindeutig sprachlich nüchtern** aufbereitet  
 2      Der Beitrag ist **eher sprachlich nüchtern** aufbereitet  
 3      Der Beitrag enthält zu gleichen Teilen nüchterne und lockere Sprachelemente  
 4      Der Beitrag ist sprachlich **eher locker** aufbereitet  
 5      Der Beitrag ist **eindeutig locker** aufbereitet

---

 [V96] *Sprachstilistische Gestaltung (2): Anzahl der Wörter im ersten Satz*


---

Aus forschungsökonomischen Gründen kann nur eine stichprobenartige Auszählung der in den Beiträgen vorkommenden Wortanzahl erfolgen. Deshalb wird jeweils der **erste Satz des Beitrags analysiert**, was aufgrund der Annahme, dass die wichtigsten Informationen zuerst und an vorderster Stelle im Beitrag auftauchen, durchaus eine realistische Einschätzung hinsichtlich der Komplexität der Sprache erlaubt. Der erste Satz weist nicht nur auf das behandelte Thema hin, sondern soll zudem das Interesse des Lesers für den Beitrag wecken.

[XXX] *Anzahl der Wörter im ersten Satz des Beitrags*

**[HINWEIS]** NICHT Begrüßungssatz NICHT, sondern ersten auf Meldung bezogenen Satz

[V97] *Syntaktische Gestaltung (komplexe vs. einfache Satzstruktur)*

Diese Variable untersucht die Syntax betreffende Merkmale wie die Verwendung kurzer Sätze und/oder das Weglassen von Nebensätzen (Vermeidung komplexer Satzstrukturen)

- 1 die Syntax ist **eindeutig einfacher** Natur (kurze, leicht verständliche Sätze, keine oder kaum Nebensätze und komplexere Satzstrukturen)
- 2 die Syntax ist **eher einfacher** Natur (leichte Verständlichkeit, relativ kurze Sätze, kaum komplexe Satzstrukturen)
- 3 komplexe und einfache Syntaxelemente **halten sich die Waage**
- 4 die Syntax ist **eher komplexer** Natur (Sätze sind länger, viele Nebensätze und komplexere Satzstrukturen)
- 5 die Syntax ist **eindeutig komplexer** Natur (sehr lange und verschachtelte Sätze)

### 3. Präsentationsformen

#### 3.1 Allgemeines

[V98] *Art des Beitrages*

- 1 **Sendungsbeginn/Sendungsende/Begrüßung/Verabschiedung/Sonstige sendungsablaufbezogene Moderation**
- 2 **Trailer/Vorspann (Top-Themen)/Rückspann Hauptthema** (nur Frankreich)
- 3 **An-/Ab-/Zwischenmoderation/Sonstige themenbezogene Moderation**
- 4 **Meldung** (Dauer max. 60 Sekunden)
- 5 **Nachrichtenfilm (NIF)**
- 6 **Kompaktnachrichten** (Beitrag aus Kompaktnachrichtenblock)
- 7 **Bericht/Reportage** (ab einer Minute, Unterscheidung zum NIF: längere Dauer, Nennung des Journalisten/Kameramannes/Tontechnikers bzw. Auftritt des berichtenden Journalisten am Ende im Bild mit Schlusskommentar, Kombination von Statements und Filmberichten)
- 8 **Interview**
- 9 **Statement/Redeausschnitt**
- 10 **(Live-)Kommentar**

**AUSFORMULIEREN:** Sonstige Präsentationsform

**Hinweis:** bei Überschneidung jeweils beide relevante Codes vergeben;

*Byp:* Begrüßung und Trailervorschau bei RTL = 12, Begrüßung und Übergang zur ersten Meldung bei Tageschau = 14

[V99] *Thematische Verknüpfung von Beiträgen*

- 0 keine thematische Verknüpfung mit vorherigem Beitrag
- 1 thematische Verknüpfung mit vorherigem Beitrag

### 3.2 Visualisierung

#### [V100] *Standbild mit/ ohne Sprecher*

Standbilder kommen meist im Zusammenhang mit einer Meldung vor, die der **Nachrichtensprecher/Moderator** verliest. Im Hintergrund sind oft **eine oder mehrere Abbildungen** zu sehen (z.B. Foto eines Politikers in Kombination mit einer Landkarte). Standbilder sind jedoch **kein ausschließliches Merkmal von Sprechermeldungen**, sondern können als Ergänzung eines Beitrags bzw. zu dessen Erläuterung dienen (z.B. einzelne vergrößerte Landkarte).

- 0 kein Standbild
- 1 Standbild **mit Sprecher**
- 2 Standbild **ohne Sprecher**
- 3 Standbild **mit/ohne Sprecher** (z.B. Kombination Meldung m. S. und Grafik o. S.)

#### [V101] *Einstellung Standbilds MIT Sprecher im Bild*

- 0 kein Standbild mit Sprecher
- 1 **Studiototale** (ganzes Studio zu sehen)
- 2 **Halbtotale** (ganzer Körper des Moderators ist zu sehen, evtl. auch Teil des Studios)
- 3 ab **Bauchhöhe**
- 4 ab **Schulterhöhe**
- 5 **Kopf**
- 6 **Andere** Einstellungsart bzw. **Kombination** mehrere Einstellungsarten

#### [V102] *Standbild MIT/OHNE Grafik (unabhängig ob Moderator oder nicht)*

- 0 kein Standbild
- 1 Standbild **ohne** Grafik (z.B. einfache bzw. "nüchterne" Tabelle, Lottozahlen etc.)
- 2 Standbild **mit** Grafik (z.B. Foto, Landkarte, aber auch animierte Tabelle)
- 3 Standbild **mit mehreren** Grafiken

#### [V103] *Art der Grafik/en – Grafik 1*

- 0 keine Grafik/en
- 1 Fotografie
- 2 Piktogramm/Logo (einfache Bilder mit internationaler Bedeutung)
- 3 Tabelle/Diagramm/Chart/Organigramm
- 4 (Land-) Karte
- 5 Collage (Zusammensetzung verschiedener grafischer Elemente)
- 6 Karikatur
- 7 Computergrafik/Fotomontage

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges

[V104] *Art der Grafik/en – Grafik 2*

- 
- 0 keine Grafik/en
  - 1 Fotografie
  - 2 Piktogramm/Logo (einfache Bilder mit internationaler Bedeutung)
  - 3 Tabelle/Diagramm/Chart/Organigramm
  - 4 (Land-) Karte
  - 5 Collage (Zusammensetzung verschiedener grafischer Elemente)
  - 6 Karikatur
  - 7 Computergrafik/Fotomontage

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges

[V105] *Art der Grafik/en – Grafik 3*

- 
- 0 keine Grafik/en
  - 1 Fotografie
  - 2 Piktogramm/Logo (einfache Bilder mit internationaler Bedeutung)
  - 3 Tabelle/Diagramm/Chart/Organigramm
  - 4 (Land-) Karte
  - 5 Collage (Zusammensetzung verschiedener grafischer Elemente)
  - 6 Karikatur
  - 7 Computergrafik/Fotomontage

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges

[V106] *Falls Grafik = Foto – Akteure/Gegenstände – Akteur 1*

- 
- 0 Grafik ist kein Foto bzw. keine Grafik
  - 1 Politiker als Einzelperson bzw. in Personengruppen
  - 2 Nationale und internationale öffentliche Berühmtheiten, Stars, Prominente (NICHT Politiker, z.B. Josef Ackermann)
  - 3 Öffentlich nicht bekannte Persönlichkeiten, Normalbürger
  - 4 Experte/n
  - 5 Gegenstände, Gebäude, Tiere etc. MIT Menschen
  - 6 Gegenstände, Gebäude, Tiere etc. OHNE Menschen

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges

[V107] *Falls Grafik = Foto – Akteure/Gegenstände – Akteur 2*

- 
- 0 Grafik ist kein Foto bzw. keine Grafik
  - 1 Politiker als Einzelperson bzw. in Personengruppen
  - 2 Nationale und internationale öffentliche Berühmtheiten, Stars, Prominente (NICHT Politiker, z.B. Josef Ackermann)
  - 3 Öffentlich nicht bekannte Persönlichkeiten, Normalbürger
  - 4 Experte/n
  - 5 Gegenstände, Gebäude, Tiere etc. MIT Menschen
  - 6 Gegenstände, Gebäude, Tiere etc. OHNE Menschen

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges



[V108] *Falls Grafik = Foto – Akteure / Gegenstände – Akteur 3*

- 
- 0 Grafik ist kein Foto bzw. keine Grafik  
 1 Politiker als Einzelperson bzw. in Personengruppen  
 2 Nationale und internationale öffentliche Berühmtheiten, Stars, Prominente (NICHT Politiker, z.B. Josef Ackermann)  
 3 Öffentlich nicht bekannte Persönlichkeiten, Normalbürger  
 4 Experte/n  
 5 Gegenstände, Gebäude, Tiere etc. MIT Menschen  
 6 Gegenstände, Gebäude, Tiere etc. OHNE Menschen

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiges

[V109] *Grafik – Effekte: Veränderte Belichtung (→ heller/ dunkler)*

- 
- 0 Nein  
 1 Ja

[V110] *Grafik – Effekte: Perspektive (→ sehr nahe, sehr fern)*

- 
- 0 Nein  
 1 Ja

[V111] *Grafik – Effekte: Starker Kontrast (→ Hervorhebung/ Veränderung mit/ von Farben/ Mustern)*

- 
- 0 Nein  
 1 Ja

[V112] *Grafik – Effekte: Verwendung von Zeichensymbolen und -figuren (z.B. Pfeile, Kreise, Quadrate)*

- 
- 0 Nein  
 1 Ja

[V113] *Grafik – Effekte: Dreidimensionale Animation*

- 
- 0 Nein  
 1 Ja

[V114] *Grafik – Effekte: Zoom*

- 
- 0 Nein  
 1 Ja

[V115] *Grafik – Effekte: Überblendung*

- 
- 0 Nein  
 1 Ja

[V116] *Grafik – Effekte: Verpixelung, Mosaik*

- 
- 0 Nein  
 1 Ja

---

**[V117] Grafik – Effekte: Soundeffekte**

---

- 0 Nein
- 1 Ja

---

**[V118] Grafik – Effekte: Künstliche Überbetonung eines Bildelements**

---

- 0 Nein
- 1 Ja

---

**[V119] Grafik – Effekte: Collage (→ ausschnittartige Zusammenstellung mehrerer Bilder)**

---

- 0 Nein
- 1 Ja

---

**[V120] Grafik – Effekte: Fotomontage (→ auffällige, künstliche Modifikation von Objekten/Personen)**

---

- 0 Nein
- 1 Ja

---

**[V121] Grafik – sonstige Effekt/e**

---

**AUSFORMULIEREN:** Sonstige/r Effekt/e

---

**[V122] Grafik – Grad der Animation**

---

- 0 **Keine** Animation (Grafik ist starr)
- 1 **Leichte** Animation (kaum wahrnehmbar, leichter Zoom, minimale Hervorhebungen)
- 2 **Starke** Animation (z.B. starker Zoom, deutliche Hervorhebungen)
- 3 **Sehr starke** Animation

---

**[V123] Grafik – Rolle des Moderators oder Reporters**

---

- 0 Keine Erläuterung
- 1 Moderator erläutert Grafik **ohne dass er im Bild auftaucht**
- 2 Moderator erläutert Grafik und taucht **teilweise oder ausschnittartig** im Bild auf
- 3 Moderator erläutert Grafik und sein **gesamter Körper** ist sichtbar (auch Gestik)

---

**[V124] Nachrichtenfilm**

---

- 0 Nein → Weiter zu [V138]
- 1 Ja

---

**[V125] Nachrichtenfilm – Effekte: Veränderte Belichtung**

---

- 0 Nein
- 1 Ja

---

**[V126] Nachrichtenfilm – Effekte: Kameraperspektive (→ sehr nahe, sehr weite Einstellung)**

---

- 0 Nein
- 1 Ja

[V127] *Nachrichtenfilm – Effekte: Zoom*

0 Nein

1 Ja

[V128] *Nachrichtenfilm – Effekte: Wiederholung (einer Szene bzw. eines Ausschnittes)*

0 Nein

1 Ja

[V129] *Nachrichtenfilm – Effekte: Zeitlupe bzw. Schnelllauf*

0 Nein

1 Ja

[V130] *Nachrichtenfilm – Effekte: Kamerabewegung (→ Schwenken, Reißen, Verwackelung)*

**[HINWEIS]** → häufig bei Amateurfilmen oder hastigen Live-Aufnahmen, Handyfilmen

0 Nein

1 Ja

[V131] *Nachrichtenfilm – Effekte: Zwei- oder Mehrteilung des Bildschirms (→ Splitscreen)*

0 Nein

1 Ja

[V132] *Nachrichtenfilm – Effekte: Nachgestellte Szenen*

0 Nein

1 Ja

[V133] *Nachrichtenfilm – Effekte: Verpixelung bzw. Verwendung von Mosaiken (→ Unkenntlichmachung)*

0 Nein

1 Ja

[V134] *Nachrichtenfilm – Effekte: Hervorhebung (→ kreisrunde, farbige Markierung)*

0 Nein

1 Ja

[V135] *Nachrichtenfilm – Effekte: Aneinanderreihung von Fotos/Schnappschüssen*

0 Nein

1 Ja

[V136] *Nachrichtenfilm – Effekte: Weitere Bildbewegungseffekte*

**AUSFORMULIEREN** (z.B. Wegwischen, Auflösen, Umblättern, Ausblenden, Kippen/Drehen etc.)

---

[V137] *Nachrichtenfilm – Effekte: Soundeffekte (→ unabhängig von Musik)*


---

- 0 Nein  
1 Ja

---

[V138] *Nachrichtenfilm – Kameraschnitte*


---

[XX] Anzahl der Kameraschnitte zählen und festhalten

---

[V139] *Typografien (→ Schriftliche Zusätze zur Hintergrundgrafik/Standfoto/Film)*


---

- 0 nicht vorhanden  
1 vorhanden

---

[V140] *Typografien – Schlagwörter/ Schlagzeilen*


---

- 0 Keine Schlagzeile  
1 Schlagzeile **eindeutig nüchtern** gehalten (Schlagzeile dient einzig und allein der kurzen Zusammenfassung des Themas)  
2 Schlagzeile **eher nüchtern** gehalten  
3 Schlagzeile besitzt **sowohl nüchterne als auch sensationalistische** Elemente  
4 Schlagzeile **eher sensationalistisch** aufgemacht, aber wenige nüchterne Elemente  
5 Schlagzeile **eindeutig sensationalistisch** aufgemacht (Schlagzeile soll einzig und allein Aufmerksamkeit und Spannung wecken, z.B. durch emotionale und wertende Sprache oder Umgangssprache)

---

[V141] *Typografien – Funktionen von Schlagwörter/ Schlagzeile*


---

- 0 Keine Schlagzeile  
1 **Vorabinformation**, nüchterne Zusammenfassung  
2 **Detailschilderung**  
3 **Rätsel** aufgeben bzw. für **Spannung** sorgen  
4 **Übertreibung**/Irreführung

---

[V142] *Typografien – Zusätzliche schriftliche Informationen: Datum*


---

- 0 Nein  
1 Ja

---

[V143] *Typografien – Name des im Bild sichtbaren Akteurs*


---

- 0 Nein  
1 Ja

---

[V144] *Typografien – Name der Sendung/ des Senders*


---

- 0 Nein  
1 Ja

---

[V145] *Typografien – Bildunterschrift oder -überschrift*


---

- 0 Nein  
1 Ja

---

**[V146] Typografien – Tickermeldung**

---

- 0 Nein
- 1 Ja

---

**[V147] Typografien – Name des Sprechers/Reporters/ anderer an der Produktion Beteiligter**

---

- 0 Nein
- 1 Ja

---

**[V148] Typografien – Ortsbezeichnung**

---

- 0 Nein
- 1 Ja

---

**[V149] Typografien – Sonstige Zusatzinformation**

---

**AUSFORMULIEREN:** Sonstige Zusatzinformation/en

---

**[V150] Typografien – Animation/Effekte**

---

*Byp.: Bewegung und Belebung der Schrift, Einblendung, Laufschrift, Blinken, starke Vergrößerung, Farbunterlegung)*

- 0 nicht vorhanden
- 1 Einblendung
- 2 Laufschrift
- 3 Hervorhebung (durch Variation der Farbe oder Größe)
- 4 Sonstiges

**[HINWEIS]** Treffen mehrere Ausprägungen gleichzeitig zu, entsprechende Codes kombinieren; z.B. Einblendung und Hervorhebung = 13)

---

**[V151] O-Töne**

---

- 0 nicht vorhanden → weiter zu [V160]
- 1 vorhanden

---

**[V152] O-Töne – Akteur 1**

---

- 0 kein Akteur
- 1 Politiker (auch Regierungssprecher)
- 2 Akteur mit gesellschaftlicher Funktion (Vertreter Organisationen, Gewerkschaft etc.)
- 3 Wirtschaftlicher Akteur (z.B. Vorsitzender eines Unternehmens)
- 4 Experte/Spezialist (Forscher, Wissenschaftler, etc.)
- 5 Prominente/r
- 6 öffentlich nicht bekannte Person

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiger Akteur

---

**[V153] O-Töne – Akteur 1 – Dauer in Sekunden**

---

**[XX]** Sekunden

[V154] O-Töne – Akteur 2

- 
- 0 kein Akteur
  - 1 Politiker (auch Regierungssprecher)
  - 2 Akteur mit gesellschaftlicher Funktion (Vertreter Organisationen, Gewerkschaft etc.)
  - 3 Wirtschaftlicher Akteur (z.B. Vorsitzender eines Unternehmens)
  - 4 Experte/Spezialist (Forscher, Wissenschaftler, etc.)
  - 5 Prominente/r
  - 6 öffentlich nicht bekannte Person

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiger Akteur

[V155] O-Töne – Akteur 2 – Dauer in Sekunden


---

[XX] Sekunden

[V156] O-Töne – Akteur 3

- 
- 0 kein Akteur
  - 1 Politiker (auch Regierungssprecher)
  - 2 Akteur mit gesellschaftlicher Funktion (Vertreter Organisationen, Gewerkschaft etc.)
  - 3 Wirtschaftlicher Akteur (z.B. Vorsitzender eines Unternehmens)
  - 4 Experte/Spezialist (Forscher, Wissenschaftler, etc.)
  - 5 Prominente/r
  - 6 öffentlich nicht bekannte Person

**AUSFORMULIEREN:** Sonstiger Akteur

[V157] O-Töne – Akteur 3 – Dauer in Sekunden


---

[XX] Sekunden

[V158] Tenor des Beitrages


---

→ Bezogen auf Berichterstattung, nicht auf Thema/Ereigniskontext

- 0 nicht zu bestimmen
- 1 eindeutig optimistisch/positiv
- 2 eher optimistisch/positiv
- 3 neutral
- 4 eher pessimistisch/negativ
- 5 eindeutig pessimistisch/negativ

**Leitfaden zur Befragung von Nachrichtenredakteuren im Rahmen des Dissertationsprojektes „Boulevardisierung von Fernsehnachrichten? Eine Untersuchung im deutsch-französischen Vergleich“**

- Vorstellen und bedanken für zeitliche Verfügbarkeit
- Grobe Erläuterung der Untersuchungsziele (ohne zu detaillierte Infos)
- Falls keine Veröffentlichung des Namen gewünscht: Zusage von Anonymität

*Dann würde ich sagen, wir fangen einfach einmal an mit den Fragen. Zum Einstieg interessiert mich...*

**0. Einstiegsfragen**

- 1.) Wann und warum haben Sie sich entschieden, Nachrichtenredakteur zu werden?
- 2.) Hatten Sie schon immer vor, als Nachrichtenredakteur beim Fernsehen zu arbeiten?

*Im Anschluss würde ich Ihnen jetzt einige Fragen zu ausgewählten Themen und deren Entwicklung in Fernsehnachrichten stellen, bei denen die Unterschiede in beiden Ländern entweder sehr gering oder aber besonders groß waren. Auf den Folien finden Sie hierzu nun einige Ergebnisse meiner Untersuchung zur besseren Veranschaulichung (→ Slides)*

**I. Themen in Nachrichtensendungen**

- 3.) Ein zentrales Ergebnis der Studie ist, dass **politische Themen** in Fernsehnachrichten im Verlauf der 1990er Jahre stark zurückgingen, zuletzt aber wieder deutlich an Bedeutung gewonnen haben. Dies hängt natürlich auch mit der Nachrichtenlage zusammen, dennoch zeigen sich über alle Sender hinweg und auch bei (RTL *aktuell*) die gleichen Tendenzen. Was sind Ihrer Meinung nach die Gründe für diese Entwicklungen? (→ Nachfrage Rückgang/Anstieg)
- 4.) Bei der Berichterstattung über Themen wie **Terrorismus, Katastrophen und Kriminalität** ist die Entwicklung umgekehrt, ihre Bedeutung nahm in den 1990er Jahren erst stark zu und ging danach deutlich zurück. Auch hier zeigt sich eine ähnliche Tendenz bei allen untersuchten Sendern. Wie erklären Sie sich diese Entwicklungen? (→ Nachfrage Rückgang/Anstieg)
- 5.) Wie die Ergebnisse zeigen, unterscheiden sich die **Themenstrukturen** der einzelnen Nachrichtensendungen in Deutschland trotz ähnlicher Tendenzen zum Teil recht deutlich, beispielsweise bei den Themen Politik oder Kriminalität, aber auch bei anderen Themen wie Wirtschaft oder Sportthemen. Woran liegt dies Ihrer Meinung nach?
- 6.) Inwiefern haben die in **anderen Nachrichtensendungen** behandelten Themen Einfluss auf die behandelten Themen bei (RTL *aktuell*)?
- 7.) Was würden Sie sagen, für welche Themen (von RTL *aktuell*) interessieren sich die **Zuschauer** am meisten? Und für welche Themen interessieren sie sich cher weniger?

→ *Zusammenfassung Ergebnisse und fragen, ob das so in Ordnung geht oder Ergänzungen/Korrekturen?*

Nach den Fragen zu den Themen würde ich Ihnen nun gerne ein paar Fragen zur **Art und Weise der Berichterstattung** in Fernsehnachrichten stellen. Auf den **Folien** finden Sie wiederum die betreffenden Ergebnisse mit den jeweiligen Grafiken.

## **II. Journalistischer Stil**

8.) Wenn Sie nun einmal an die **Grundstruktur bzw. den Aufbau** eines beliebigen Nachrichtenbeitrags (*bei RTL aktuell*) denken, wie wäre dieser im **Idealfall aufgebaut**?

9.) In der Untersuchung bestätigt sich erneut, dass Nachrichtensendungen vor allem über **negative** und **kaum über positive Ereignisse** berichten. **Woran** liegt dies Ihrer Meinung nach? Welche Rolle spielen die **Zuschauer** hierbei?

10.) Französische und deutsche Fernsehnachrichten unterscheiden sich manchmal bei der **Abbildung menschlicher Emotionen**. Was würden Sie sagen, **welchen Platz** haben **menschliche Emotionen** in deutschen Fernsehnachrichten und speziell bei (*RTL aktuell*)?

11.) Dazu gleich noch eine **andere Frage**: Was halten Sie beispielsweise von Filmbeiträgen, in denen etwa **Bilder von verletzten Personen** auftauchen, um etwa die **Dramatik eines militärischen Konfliktes** aufzuzeigen?

→ Zusammenfassung Ergebnisse und fragen, ob das so in Ordnung geht oder Ergänzungen/Korrekturen?

Im letzten Teil der Befragung geht es nun vor allem um die **formalen Darstellungsmerkmale**, aber auch um die **Akteure** in Fernsehnachrichten

## **III. Präsentationsformen**

12.) Die Ergebnisse verdeutlichen, dass der **Visualisierungsgrad** in den untersuchten Nachrichtensendungen **weiter zugenommen** hat und der Anteil der Beiträge mit **Filmberichten** oder **Grafiken** angestiegen ist. Wie **beurteilen** Sie dies? **Woran liegt** das Ihrer Meinung nach?

13.) Was denken Sie, gibt es einen **Zusammenhang** zwischen dem **Erfolg** einer Nachrichtensendung und ihrer **Aufmachung** (*Layout, Design, Studio, Grafiken, Visualisierung*)?

14.) Wenn man sich anschaut, welche **Akteure** in Fernsehnachrichten vorkommen, zeigt die Untersuchung, dass **Politiker als Akteure** wieder **häufiger in den Beiträgen** auftauchen, **aber immer kürzer zu Wort** kommen. Wie ist dies zu **beurteilen**? Was denken Sie sind die **Gründe hierfür**?

15.) Die Studie zeigt zudem, dass sich bei allen untersuchten Nachrichtensendungen die **durchschnittliche Anzahl von Beiträgen bei steigender Beitragsdauer** deutlich verringert hat, die Nachrichtensendungen also in **größerem Umfang über weniger Themen** berichten. Wie **bewerten** Sie dieses Ergebnis? **Worauf ist der Rückgang** Ihrer Meinung nach zurückzuführen?

→ Zusammenfassung Ergebnisse und fragen, ob das so in Ordnung geht oder Ergänzungen/Korrekturen?



**V. Abschließende Fragen**

16.) Was denken Sie schätzen die Zuschauer besonders an (*RTL aktuell*)?

17.) Und was schätzen Sie persönlich an (*RTL aktuell*)?