

Inhalt

Geleitwort von Clemens Zimmermann	7
Dank	8
1. Einleitung	9
1.1. Der Bildjournalismus in Tageszeitungen – Ein Forschungsdesiderat	9
1.2. Die Nachrichtenwertforschung als theoretischer Ansatz	17
1.3. Hinweise zum methodischen Vorgehen	23
1.4. Die Saarbrücker Zeitung und die Frankfurter Allgemeine Zeitung als Gegenstand der Untersuchung	25
2. Der Bildjournalismus als besondere Gattung des Pressejournalismus	27
2.1. Einige Überlegungen zur Aussagekraft von Pressefotografien	27
2.2. Die Bedeutung von Karikaturen und Infografiken	30
3. Die äußeren Rahmenbedingungen des Bildjournalismus	34
3.1. Die Entwicklung der bundesdeutschen Tagespresse nach 1945	34
3.1.1. Die Phase der Presselizenzen 1945–1955	34
3.1.2. Die Phase der Pressekonzentration in den 1960er und 1970er Jahren	38
3.1.3. Der intermediäre Wettbewerb zwischen Presse und Fernsehen	43
3.2. Die Entfaltung der Presseagenturen unter besonderer Berücksichtigung der Pressebildagenturen, Bilderdienste und -archive	45
3.2.1. Die Bilderdienste der großen Presseagenturen	45
3.2.2. Die Pressebildagenturen und Bildarchive	47
3.2.3. Die Grafikdienste	50

3.3.	Das Berufsbild des Bildjournalisten	51
3.3.1.	Der Bildproduzent, -redakteur und -dokumentar	51
3.3.2.	Der Karikaturist und Infografiker	55
4.	Das Bildmaterial in der Saarbrücker Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung	58
4.1.	Dimension Zeit: Dauer und Darstellungsweise	58
4.2.	Dimension Raum: Bilderanzahl pro Seite, Bildgröße und Standort der Bilder	71
4.3.	Dimension Gestaltung: Farbigkeit und Art der Illustration	86
4.4.	Dimension Personalisierung: Aufnahmeart und Status der dargestellten Personen	101
4.5.	Dimension Zugang: Herkunft der Quelle und Qualität der Bildunterschrift	115
4.6.	Dimension Funktion: Bildcharakter und Bildfunktion	124
4.7.	Der Nachrichtenfaktor Themenverteilung von Pressebildern	132
5.	Schlussbetrachtung	139
6.	Literaturverzeichnis	144
7.	Bild- und Abbildungsverzeichnis	153
8.	Kodierbuch	155
9.	Sachregister	158
	Abstract	160
	Kurzporträt der Autorin	160