

Inhalt**Seite**

1.	Problemskizze	1
1.1.	TV-Nachrichten: Vergleich der Hauptausgaben	1
1.2.	Relevanz des Bildmediums	2
1.3.	Grundlage und Ziele des Vergleichs	4
2.	Struktureller, gesetzlicher und arbeitstechnischer Kontext	7
2.1.	Veränderung der Rundfunkorganisationen in Westeuropa	7
2.2.	Identitätskrise des öffentlichen Rundfunks	9
2.3.	Unruhe im Paysage Audiovisuel Français	10
2.4.	Starke Konkurrenz der Nachrichten in Frankreich - größere Streuung in der BRD	14
2.5.	Produktionsbedingungen und Arbeitsweisen	19
2.5.1.	Gesetzliche Richtlinien und journalistisches Selbstverständnis	19
2.5.2.	Entstehensprozeß der Sendung	21
3.	Fernsehnachrichten im Forschungsinteresse	24
3.1.	Heterogenität der Forschung und Forderungen an Fernsehnachrichten	24
3.2.	Inszenierungsstrategien zur Konstruktion von Wirklichkeit	26
3.3.	Nachrichtenfaktoren und inhaltsanalytische Untersuchungen	31
3.4.	Eine richtige Rezeption, ein falscher Anspruch?	33
3.5.	Präsentation als Forschungsdefizit	37
3.6.	Konsequenzen für die vorliegende Arbeit	42
3.7.	Theoretische Basis des Vergleichs der Inszenierungsstrategien der deutschen und französischen Nachrichten	44
3.7.1.	Thesen	45
3.7.2.	Drei Dimensionen des (audiovisuellen) Textes	46
3.7.3.	Audiovisuelle Diskursmöglichkeiten	49
3.7.4.	Bild-Ton-Relation der Fernsehnachrichten	52

3.7.5.	Gestaltung - Mittel zur Unterhaltung oder zur Information?	55
4.	Inszenierungsstrategien: Französische Nähe gegen deutsche Distanz	59
4.1.	Realitätszeichen als Merkmale der Inszenierungsstrategie	59
4.1.1.	Der Rahmen	59
4.1.2.	Ankermann: Anonymer Sprecher gegen persönlichen Präsentator	64
4.1.3.	Zeugen der Authentizität	65
4.2.	Geschehen und Ereignis	65
4.2.1.	Ein Geschehen wird zum Ereignis	67
4.2.2.	Dabeisein durch das Fernsehauge	67
4.2.3.	Nachgestelltes Leben im Film	68
4.2.4.	Distanz zum Geschehen: Der Kommentar	74
4.3.	Nachrichten als Amalgam verschiedener Zeichenebenen	69
4.4.	Ansprache und Rezeptionshaltungen	72
4.5.	Inkarnation des Mediums in Frankreich gegen seine Negation in der BRD	74
5.	Aufbau und Definitionen der empirischen Untersuchung	80
5.1.	Organisation	87
5.2.	Erfassung der inneren Beteiligungsformen (Sympraxisarten) durch die inhaltsanalytische Methode	81
5.3.	Erfassung der diskursiven Dimension des audio-visuellen Zeichenkomplexes	87
5.4.	Inhaltsanalyse nach thematischen Gesichtspunkten: Sachgebiete	93
5.5.	Evaluation der Beiträge	94
5.6.	Korpus und Datenverarbeitung	97
6.	Ergebnisse der empirischen Analyse	100
6.1.	Leitende Hypothesen	100
6.2.	Textformen: Das "Kleid" der Meldungen	101
6.3.	Die Themen und ihre Inszenierung	106
6.3.1.	Verteilung der <i>Sachgebiete</i> : Dominanz bei Politik	107
6.3.2.	Verdopplung der <i>Sachgebiete</i> : Politik als <i>Fait Divers</i> ?	113

6.4.	<i>Sympraxiskomplexe: Einbindung des Zuschauers in das Nachrichtengeschehen</i>	119
6.4.1.	<i>Sinnliche Faszination: In Nachrichten tabuisiert oder akzeptiert?</i>	119
6.4.1.1.	<i>Sinnliche Faszination: konstruier- und berechenbar?</i>	120
6.4.1.2.	<i>Sinnlichkeit und Politik?</i>	123
6.4.2.	<i>Intellektueller Einbezug oder: Wer wird klüger?</i>	124
6.4.3.	<i>Emotionales Resultat: Aktivierung von Gefühlen</i>	126
6.4.4.	<i>Perspektivisches Resultat: medienspezifische Zuschaueranleitung</i>	128
6.4.5.	<i>Unterhaltung, Spannung, Beruhigung: nachweisbares Medienspektakel?</i>	129
6.4.6.	<i>Einsatz der Sympraxen oder: Wie wird ein Nachrichtenfilm gestaltet?</i>	134
6.5.	<i>Informationsdichte, Diskursstruktur und Beteiligungsintensität</i>	143
6.6.	<i>Bewertung der Textformen: genuine Ästhetik?</i>	151
6.7.	<i>Struktur der Sendungen</i>	154
6.8.	<i>Bild- und Tonkanal: Mittel zur ökonomischen Synergie</i>	159
6.9.	<i>Gesamtgestalten: Französischer Stolz gegen deutsches Einerlei</i>	165
7.	<i>Entwicklung und Negation von Nachrichtenästhetik</i>	167
Anhang 1:	<i>Reliabilität der Kategorien</i>	173
Anhang 2:	<i>Traileranalyse</i>	174
Anhang 3:	<i>Skript der Beispielbeiträge</i>	178
	<i>Bibliographie</i>	183