

## INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Tabellenverzeichnis.....	V
Abbildungsverzeichnis.....	VIII
Vorwort.....	IX
1. Einleitung.....	1
2. Theoretische Grundlagen politischer Kommunikations- prozesse: Biopolitics.....	7
2.1. Die Life-Sciences-Orientierung in der Politik- wissenschaft.....	7
2.2. Entwicklung des Forschungsgebietes Biopolitics.....	12
2.3. Struktur und Forschungstätigkeit.....	17
2.4. Politische Kommunikation und Biopolitics-For- schung: Zur Kommunikation von Emotionen und der Wahrnehmung politischer Funktionsträger.....	(19)
3. Fernsehen und Fernsehnachrichten in den USA, Frankreich und der Bundesrepublik.....	28
3.1. Politik und Fernsehen.....	28
3.2. Politik und Fernsehnachrichten.....	34
3.3. Fernsehsysteme und Fernsehnachrichten in den USA, Frankreich und der Bundesrepublik Deutschland.....	39
3.3.1. Das Fernsehsystem und Fernsehnachrichten in den USA.....	39
3.3.2. Das Fernsehsystem und Fernsehnachrichten in Frankreich.....	43
3.3.3. Das Fernsehsystem und Fernsehnachrichten in der Bundesrepublik Deutschland.....	(47)
4. Methodik.....	50
4.1. Zur Inhaltsanalyse von Fernsehnachrichten.....	50
4.2. Analyseinstrumentarium.....	55
4.2.1. Auswahlverfahren der Studie.....	55
4.2.2. Dimensionen der Makroanalyse.....	59
4.2.3. Kategorienschema für die Verkodung von Inhalts- und Kontextvariablen.....	61
4.2.4. Reliabilität.....	72

# INHALTSVERZEICHNIS

Seite

5. Fernsehnachrichten im interkulturellen Vergleich.....	74
5.1. Strukturelle Merkmale von Fernsehnachrichten in den USA, Frankreich und der Bundesrepublik Deutschland.....	74
5.1.1. Die Themenstruktur.....	74
5.1.2. Die Formen der Nachrichtenpräsentation.....	87
5.1.3. Die Rolle der Moderatoren/Nachrichtensprecher.....	90
5.2. Personalisierung in den Fernsehnachrichten.....	92
5.2.1. Die Dominanz politischer Akteure als Subjekt und Objekt der politischen Berichterstattung.....	92
5.2.2. Merkmale politischer Akteure in den Fernsehnachrichten.....	95
5.3. Visuelle Präsentationen politischer Akteure.....	103
5.3.1. Der Kontext visueller Präsentationen politischer Akteure.....	113
5.3.1.1. Der Handlungskontext visueller Präsentationen.....	113
5.3.1.2. Der soziale Kontext visueller Präsentationen.....	116
5.4. Die medientechnische Präsentation politischer Akteure.....	120
5.5. Personalisierungsstrategien bei visuellen Präsentationen.....	130
5.5.1. Die Struktur visueller Präsentationen politischer Akteure.....	130
5.5.2. Visuelle Präsentationen nationaler Politiker.....	133
5.5.3. Präsentationsunterschiede ausgewählter Akteursgruppen.....	136
5.5.4. Visuelle Präsentationen und visuelle Zitate.....	139
6. Politik im Fernsehen: ein Resümee.....	146
7. Anhang.....	152
7.1. Operationalisierung und Erläuterung der Codes.....	152
8. Anmerkungen.....	166
9. Literaturverzeichnis.....	172