

Claudia Maria Wolf

# Bildsprache und Medienbilder

Die visuelle Darstellungslogik  
von Nachrichtenmagazinen

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>13</b>
<b>2</b>	<b>Politik, Medien und politikwissenschaftliche Forschung</b> .....	<b>20</b>
2.1	Einleitung.....	20
2.2	Politikwissenschaftliche Medienforschung. Zur disziplinären Verortung der Forschungspraxis.....	23
2.3	Zur Definition des Forschungsgegenstandes'Medium'.....	25
2.4	Medienforschung als Massenkommunikations- und Wirkungsforschung.....	28
2.5	Vom Stimulus-Respons-Paradigma zur differenzierten Medienkommunikations-Betrachtung. Zentrale Modellannahmen der Medienwirkungsforschung.....	32
2.6	Zusammenfassung.....	36
<b>3</b>	<b>Schlüsselbilder, Bezugsrahmen und Darstellungseffekte. Visuelle Politikvermittlung und politikwissenschaftliche Forschung</b> ....	<b>38</b>
3.1	Einleitung.....	38
3.2	Schlagbilder, Schlüsselbilder und: Unterhaltung statt Information? Die Abstraktion von Politik im medialen Bild.....	41
3.3	Bedeutungszuweisung durch 'Rahmung'. Das Framing-Konzept in der Untersuchung von visueller Politikvermittlung.....	46
3.4	Darstellungseffekte, Personalisierung und das öffentliche Bild von Politik. Der Einfluß nonverbaler Darstellung auf die politische Urteilsbildung.....	52
3.5	Begrenzte Wahrnehmungskapazitäten und selektive Zuwendung. Zur Dominanz der bildlichen über die verbale Darstellungsform . . . . .	56
3.6	Transfer-Effekte und Tendenzen der Darstellung. Zum Problem der journalistischen Qualität in der medialen Bildkommunikation. . . . .	61
3.7	Zusammenfassung.....	65

<b>4</b>	<b>Ein 'randständiges' Thema.</b>	
	<b>Zeitschriften als Thema der Medienforschung</b> .....	68
4.1	Einleitung.....	68
4.2	Zeitschriftenforschung heute.....	68
4.3	Zeitschriftenforschung und visuelle Darstellungsformen. Ein Überblick zur aktuellen Forschung.....	76
4.4	Zusammenfassung.....	88
<b>5</b>	<b>Nachrichten gedruckt und wöchentlich.</b>	
	<b>Das politische Nachrichtenmagazin</b> .....	90
5.1	Einleitung.....	90
5.2	Nichtrivalisierender Konsum und umkämpfte Märkte. Die Bewährung des Mediums 'Nachrichtenmagazin' auf relevanten Absatzmärkten.....	91
5.3	Von 'Inseln im Meer des Schwachsinn', von Lustprinzip und Realitätsprinzip. Nachrichtenmagazine und journalistische Qualität.....	97
5.4	Zusammenfassung.....	105
<b>6</b>	<b>Bilder sprechen nicht in Worten. Das Verstehen visueller Kommunikation als Problem der wissenschaftlichen Analyse</b> .....	106
6.1	Einleitung.....	106
6.2	Wovon sprechen wir, wenn wir von Bildern sprechen?.....	108
6.3	Sind alle Bilder Zeichen?.....	112
6.4	Eindeutigkeit, kleinste Einheiten und grammatische Verknüpfungen. Über die Regelhaftigkeit verbaler und visueller Zeichensysteme.....	114
6.5	'Bedeutung ist nicht im Bild wie Wasser im Eimer'. Systematische und methodische Konzepte der Bildanalyse.....	120
6.5.1	Ulrich Oevermanns <i>Objektive Hermeneutik</i> .....	122
6.5.2	Erwin Panofskys <i>Ikonologie</i> .....	124
6.5.3	Oliver R. Scholz: Bildverstehen als prozeßhaftes Erbringen von Teilleistungen.....	127
6.5.4	Gerhard C. Rump: Bildverstehen und biologische Normengruppen.....	133
6.5.5	Reading Images: Die Grammatik der visuellen Gestaltung nach Günther Kress und Theo van Leeuwen.....	137
6.6	Zusammenfassung.....	140

<b>7</b>	<b>Schlußfolgerungen für das Verständnis der visuellen Darstellungslogik von Nachrichtenmagazinen</b> .....	143
7.1	Einleitung.....	143
7.2	Thesen zum Verständnis der visuellen Darstellungslogik von Nachrichtenmagazinen. Ein Überblick entlang Scholz' Modell des Bildverstehens.....	143
7.3	'Kontext'als Ansatzpunkt empirischer Bildforschung.....	148
7.4	'Codierung'als Ansatzpunkt empirischer Bildforschung.....	154
7.5	'Medienästhetik' als Faktor für das Verständnis der visuellen Politikvermittlung.....	164
7.6	'Visuelle Markenkommunikation' als Faktor für das Verständnis der visuellen Politikvermittlung.....	181
7.7	Fazit für die empirische Untersuchung der visuellen Politikvermittlung in Nachrichtenmagazinen.....	191
<b>8</b>	<b>Visuelle Codes und Nachrichtenaufbereitung. Erhebung zum Fachwissen der visuellen Kommunikation von Mediengestaltern</b> .....	196
8.1	Einleitung.....	196
8.2	Form, Farbe und Position. Die Sprache formaler visueller Merkmale.....	198
8.2.1	Die kommunikative Aussagekraft der Positionierung visueller Elemente.....	199
8.2.2	Einsatz und Wirkweise des Gestaltungsmittels 'Farbe'.....	202
8.2.3	Form als Bedeutungsträger der visuellen Nachrichtenvermittlung.....	208
8.3	Typographie, Foto und Grafik. Die Werkstoffe der Printmedien-Gestaltung.....	210
8.3.1	Schriftform und Satz als Interpretationsangebote.....	210
8.3.2	Der Einsatz fotografischer Bilder in der Nachrichtenvermittlung.....	215
8.3.3	Nachrichten zeitgemäß illustriert: Die Informationsgrafik.....	228
8.4	Exkurs: Ray Gun, MTV und Nike. Trends der visuellen Kommunikation als Einflußfaktoren der optischen Nachrichtenaufbereitung.....	232

<b>9. Die Entwicklung der visuellen Aufbereitung politischer Berichterstattung in Nachrichtenmagazinen im quantitativen internationalen Vergleich ...</b>	<b>237</b>
9.1 Einleitung .....	237
9.2 Untersuchungsmethode, Bestimmung der Grundgesamtheit der Erhebung und Beschreibung des Kategorienschemas der Untersuchung .....	237
9.2.1 Fragestellung der Untersuchung .....	239
9.2.2 Bestimmung der Materialstichprobe .....	242
9.2.3 Kategorien der Untersuchung .....	243
9.3 Kurzcharakteristik der in die Untersuchung einbezogenen Magazine .....	248
9.3.1 Das US-amerikanische Nachrichtenmagazin <i>Time</i> .....	250
9.3.2 Das US-amerikanische Nachrichtenmagazin <i>Newsweek</i> .....	251
9.3.3 Das britische Nachrichtenmagazin <i>The Economist</i> .....	253
9.3.4 Das deutsche Nachrichtenmagazin <i>Der Spiegel</i> .....	255
9.3.5 Das deutsche Nachrichtenmagazin <i>Focus</i> .....	257
9.3.6 Das österreichische Nachrichtenmagazin <i>Profil</i> .....	260
9.3.7 Das österreichische Nachrichtenmagazin <i>Format</i> .....	263
9.4 Ergebnisse der quantitativen Datenerhebung zur Entwicklung der visuellen Aufbereitung politischer Nachrichten in Nachrichtenmagazinen .....	264
9.4.1 Politische Berichterstattung und die Entwicklung von Berichtslängen .....	265
9.4.2 Politische Berichterstattung und die Verwendung fotografischer Darstellungen .....	266
9.4.3 Politische Berichterstattung und der Einsatz von Infografiken .....	271
9.4.4 Politische Berichterstattung und die Verwendung von bildhaften Darstellungen allgemein .....	271
9.4.5 Politische Berichterstattung und 'visuelle Blickfänger' .....	273
9.4.6 Politische Berichterstattung und der Einsatz wörtlicher Zitate der visuellen Nachrichtenaufbereitung .....	275
9.4.7 Politische Berichterstattung und die Darstellungsform 'Interview' .....	276
9.4.8 Politische Berichterstattung im Überblicksformat Die 'Kurznachricht' als Form der Nachrichtenvermittlung ...	276
9.5 Zusammenfassung und kommentierte Bildbeispiele .....	278

<b>10</b>	<b>Folgerungen für die politikwissenschaftliche Bildforschung</b> .....	301
<b>11</b>	<b>Literatur</b> .....	306
<b>12</b>	<b>Anhang</b>	
12.1	Quellen.....	320
12.2	Codebuch zur quantitativen Untersuchung (Kapitel 9).....	320
12.3	Verzeichnis der im Rahmen der quantitativen Erhebung analysierten Magazine .....	322
12.4	Tabellen zur quantitativen Erhebung (Kapitel 9).....	324