

# Inhalt

1 Einleitung	11
1.1 Politik als Unterhaltungsangebot	11
1.2 Problemstellung und Forschungsfragen	14
1.3 Aufbau und Inhalt	19
2 Das Phänomen „Infotainment“	22
2.1 Definition	22
2.2 Empirische Befunde zur Infotainisierung der Politikberichterstattung	24
2.2.1 Infotainment im Fernsehen	24
2.2.2 Infotainment in der Zeitung	26
2.3 Gründe für Infotainment	28
2.3.1 Infotainment als Wettbewerbsstrategie im Fernsehen	28
2.3.2 Unterhaltung als gesuchte Rezeptionsgratifikation	30
2.3.3 Infotainment als Antwort auf die „Zeitungskrise“	31
2.3.4 Die „Kolonialisierung der Politik durch die Massenmedien“	36
2.4 Zur normativen Beurteilung von Infotainment	38
2.4.1 Dysfunktionale Folgen von Infotainment	38
2.4.2 Inszenierung als unvermeidlicher Bestandteil der Politikberichterstattung	41
2.4.3 Infotainment und Wissensklüfte	44
2.4.4 Zusammenfassung	47
3 Unterhaltungstheoretischer Rahmen	51
3.1 Verschiedene Zugänge zum Phänomen „Unterhaltung“	51
3.2 Die triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie (TDU)	54
3.2.1 Die TDU als Rahmentheorie	54

3.2.2 Grundannahmen	55
3.2.3 Unterhaltungserleben im Rezeptionsprozess und Definition von Unterhaltung	59
3.2.4 Die TDU und Infotainment	62
3.3 Unterhaltung als emotionales Erleben	66
3.3.1 Infotainment als Emotionalisierung von Nachrichten	66
3.3.2 Was sind Emotionen?	68
3.3.3 Emotionen durch Medieninhalte	70
3.4 Mediale Akteure als Auslöser emotionaler Reaktionen	73
3.4.1 Parasoziale Interaktionen und Beziehungen	73
3.4.2 Die Affective-Disposition-Theorie	75
4 Journalistische Gestaltungsmittel mit erhöhtem Unterhaltungspotenzial	78
4.1 Unterhaltung als Rezipientenkategorie	78
4.2 Journalistische Gestaltungsmittel mit Emotionalisierungs- potenzial	80
4.2.1 Die Darstellung menschlicher Emotionen	80
4.2.2 Fotos	83
4.2.3 Sprachliche Gestaltung	86
4.2.4 Konfliktbetonung	88
4.2.5 Personalisierung	90
4.3 Zusammenfassung	94
5 Theoretischer Hintergrund zum Einfluss von Infotainment auf die Informationsverarbeitung	96
5.1 Die dynamisch-transaktionale Perspektive	96
5.1.1 Grundannahmen	96
5.1.2 Relevante Wirkungsfaktoren	98
5.2 Medienrezeption als Informationsverarbeitung	102
5.2.1 Aufmerksamkeit und Tiefe der Informations- verarbeitung	102
5.2.2 Verstehen und Behalten	104

---

5.2.3 Zusammenfassung	107
5.3 Der Einfluss von Infotainment auf das Rezeptionsinteresse	108
5.3.1 Verschiedene Interessenstypen	108
5.3.2 Interesse vor der Rezeption und Selektion von Zeitungsartikeln	112
5.3.2.1 Auswahlprozesse bei der Zeitungslektüre	112
5.3.2.2 Erste Selektionsstufe	113
5.3.2.3 Zweite Selektionsstufe	116
5.3.3 Interesse während der Rezeption	117
5.3.3.1 Interesse während der Rezeption als zentrale Einflussvariable	117
5.3.3.2 Positive Wirkungen von Infotainment auf die Rezeptionsmotivation	119
5.3.3.3 Negative Wirkungen von Infotainment auf die Rezeptionsmotivation	123
5.3.4 Infotainment als Gratwanderung	129
5.4 Der Einfluss von Infotainment auf die physiologische Erregung	131
5.4.1 Physiologische Erregung als Voraussetzung für Informationsverarbeitung	131
5.4.2 Auswirkungen emotionaler Erregung auf die Informationsverarbeitung	134
5.4.2.1 Fokussierung der Aufmerksamkeit durch emotionale Erregung	134
5.4.2.2 Negative Auswirkungen starker Erregung auf die Informationsverarbeitung	137
5.5 Zusammenfassung	140
6 Hypothesen	142
6.1 Hypothesen zum Selektionsverhalten	142
6.2 Hypothesen zu Lektürelänge, Interesse, Aufmerksamkeit, Verstehen und Behalten	143
6.3 Hypothesen zu Glaubwürdigkeits-, Informativitäts- und Relevanzeinschätzung	147

---

6.4 Hypothesen zur Verständlichkeitseinschätzung	149
6.5 Hypothesen zum Unterhaltungserleben	150
7 Methodischer Ansatz und Operationalisierung	152
7.1 Untersuchungsdesign	152
7.2 Konzeption von Experiment I	154
7.3 Konzeption von Experiment II	155
7.4 Probanden der Experimente I und II	157
7.5 Operationalisierung von Infotainment und der Rezeptionsvariablen	161
7.5.1 Infotainment	161
7.5.2 Interesse während der Rezeption	163
7.5.3 Aufmerksamkeit	164
7.5.4 Verstehen und Behalten	164
7.5.5 Glaubwürdigkeit und Informativität	168
7.5.6 Gesellschaftliche Relevanz	169
7.5.7 Verständlichkeit	170
7.5.8 Unterhaltungserleben	171
7.5.9 Politisches und thematisches Interesse	175
7.6 Experimentalablauf	176
8 Ergebnisse	178
8.1 Selektionsverhalten	179
8.1.1 Einflüsse von Infotainment und der Drittvariablen	179
8.1.2 Zusammenfassung	187
8.2 Lektürelänge	188
8.2.1 Einflüsse von Infotainment und der Drittvariablen	188
8.2.2 Zusammenfassung	194
8.3 Interesse während der Rezeption	194
8.3.1 Einflüsse von Infotainment und der Drittvariablen	194
8.3.2 Einflüsse des Unterhaltungserlebens	200
8.3.3 Zusammenfassung	203

8.4 Aufmerksamkeit	204
8.4.1 Einflüsse von Infotainment und der Drittvariablen	204
8.4.2 Einflüsse des Unterhaltungserlebens	210
8.4.3 Zusammenfassung	213
8.5 Verstehen und Behalten	213
8.5.1 Einflüsse von Infotainment und der Drittvariablen	213
8.5.2 Einflüsse des Unterhaltungserlebens	221
8.5.3 Zusammenfassung	222
8.6 Glaubwürdigkeit und Informativität	223
8.6.1 Vertrauen in die Korrektheit der Informationen	224
8.6.1.1 Einflüsse von Infotainment und der Drittvariablen	224
8.6.1.2 Einflüsse des Unterhaltungserlebens	227
8.6.1.3 Zusammenfassung	227
8.6.2 Vertrauen in die Vollständigkeit der Informationen	229
8.6.2.1 Einflüsse von Infotainment und der Drittvariablen	229
8.6.2.2 Einflüsse des Unterhaltungserlebens	233
8.6.2.3 Zusammenfassung	236
8.6.3 Sachlich-glaubwürdige Anmutung	236
8.6.3.1 Einflüsse von Infotainment und der Drittvariablen	236
8.6.3.2 Einflüsse des Unterhaltungserlebens	241
8.6.3.3 Zusammenfassung	243
8.6.4 Fazit Glaubwürdigkeit und Informativität	243
8.7 Gesellschaftliche Relevanz	244
8.7.1 Einflüsse von Infotainment und der Drittvariablen	244
8.7.2 Einflüsse des Unterhaltungserlebens	249
8.7.3 Zusammenfassung	249
8.8 Verständlichkeit	251
8.8.1 Einflüsse von Infotainment und der Drittvariablen	251
8.8.2 Einflüsse des Unterhaltungserlebens	255
8.8.3 Zusammenfassung	257

---

8.9 Unterhaltungserleben und Lesevergnügen	258
8.9.1 Einflüsse von Infotainment und der Drittvariablen	258
8.9.2 Zusammenfassung	265
8.10 Übersicht über die Ergebnisse der Experimente I und II	268
9 Experiment III	272
9.1 Konzeption und Ablauf	272
9.2 Ergebnisse	274
10 Fazit	281
10.1 Zusammenfassung der Ergebnisse	281
10.2 Schlussfolgerungen	289
10.3 Desiderate	292
Literatur	295
Anhang	325
A 1 Artikel zum Thema „Mindestlöhne“	325
A 2 Artikel zum Thema „Telefonüberwachung“	331
A 3 Instruktionstexte für die Versuchsleiter der Experimente	336
A 4 Fragebogen zur Erfassung der Rezipientendispositionen und der Rezeptionsvariablen	340
A 5 Selektionsverhalten und Leselänge bei verschiedenen Ausprägungen des thematischen Interesses	350
A 6 Tabellen zur Interpretation der Interaktionseffekte	352