

# Inhalt

1.	<b>Einleitung</b> .....	11
2.	<b>Die Informationsleistung des Fernsehens im dualen Rundfunksystem</b> .....	17
2.1	Rechtstheoretische und ökonomische Bedingungen.....	17
2.1.1	Rechtliche Grundlagen des dualen Systems .....	17
2.1.2	Öffentlich-rechtliche und private Anstalten im Wettbewerb .....	20
2.2	Die Entwicklung des Programmbereichs „Information“ .....	26
2.2.1	Konvergenz als Folge für das öffentlich-rechtliche System? ....	26
2.2.2	Quantitative Veränderungen im Programmbereich „Information“ .....	29
2.2.3	Inhaltliche Veränderungen im Programmbereich „Information“ .....	33
2.2.4	Globalisierung und Technologisierung als Ursachen des „Informationswandels“ .....	36
2.3	Fernsehinformation und Mediennutzung im dualen System.....	40
2.3.1	Allgemeine Entwicklungen der Fernsehnutzung seit Einführung des privaten Rundfunks .....	40
2.3.2	Zur Nutzung von Informationssendungen seit der Einführung des privaten Rundfunks .....	41
2.3.3	Politische Magazine – Entwicklung der Reichweiten und Publika .....	45
2.3.4	Mögliche Konsequenzen der veränderten Informationsrezeption für das politische Partizipationspotential der Rezipienten.....	51
3.	<b>Politische Magazine im Fernsehen</b> .....	54
3.1	Das Magazin-Format.....	54
3.2	Die Entwicklung politischer Magazine .....	60
3.2.1	Geschichte und Funktion politischer Magazine .....	61
3.2.2	Politische Magazine der 80er und 90er Jahre.....	66
4.	<b>Information im „Zeitalter der Unterhaltung“</b> .....	78
4.1	<u>Unterhaltung im dualen Fernsehsystem</u> .....	81
4.1.1	<u>Zur Bedeutungszunahme von Unterhaltungsprogrammen</u> .....	81
4.1.2	Unterhaltung aus Sicht der Journalisten .....	84
4.2	Unterhaltung - Ansätze einer Definition .....	86

4.2.1	Unterhaltung als kommunikatordefinierte Programmkategorie .....	90
4.2.2	Unterhaltung im Erleben der Rezipienten .....	92
4.3	Unterhaltung als affektive Akzentuierung von Information .....	99
4.3.1	Der emotionale Gehalt nicht-fiktionaler Medieninhalte als Gegenstand empirischer Forschung .....	100
<b>5.</b>	<b>Strategien affektiver Akzentuierung nicht-fiktionaler Informationssendungen .....</b>	<b>108</b>
5.1	Thematische Selektion im Kontext der Nachrichtenwerttheorie .....	108
5.1.1	Personalisierung und Emotionalisierung als Nachrichtenfaktoren .....	111
5.2	Personalisierung von Information .....	117
5.2.1	Ursachen der Personalisierung .....	118
5.2.2	Formen der Personalisierung .....	120
5.3	Der Einfluss personalisierter Informationen auf die Einstellung und Meinung der Rezipienten .....	126
5.3.1	Personalisierung von Politik durch prominente Akteure .....	127
5.3.2	Personalisierung von Politik durch nicht-prominente Akteure .....	128
5.4	Zur Emotionalisierung von Information .....	131
5.4.1	Die Darstellung von Gewalt in Informationssendungen .....	133
5.4.2	Emotionalisierung durch die Darstellung menschlicher Emotionen .....	135
5.4.3	Emotionalisierung durch die formale Aufbereitung des Themas .....	139
5.5	Der Einfluss emotionaler Medieninhalte auf Prozesse der Informationsverarbeitung beim Rezipienten .....	142
<b>6.</b>	<b>Anlage und Durchführung der empirischen Untersuchung .....</b>	<b>145</b>
6.1	Die Methode der Inhaltsanalyse .....	145
6.2	Untersuchungsmaterial .....	146
6.2.1	Erhebungszeitraum .....	148
6.2.2	Untersuchungseinheiten .....	150
6.3	Kategorien der Analyse .....	151
6.3.1	Allgemeine Veränderungen politischer Magazine .....	151
6.3.2	Personalisierung in politischen Magazinen .....	153
6.3.3	Emotionalisierung in politischen Magazinen .....	156
6.4	Darstellung der Ergebnisse .....	159
<b>7.</b>	<b>Ergebnisse .....</b>	<b>160</b>
7.1	Formale und inhaltliche Veränderungen politischer Magazine .....	160

7.1.1	Zum Stellenwert politischer Magazine im Fernsehprogramm.....	160
7.1.2	Veränderung der formalen Struktur .....	161
7.1.3	Veränderungen journalistischer Darstellungsformen .....	164
7.1.4	Inhaltliche Veränderungen der Magazine .....	166
7.1.5	Zusammenfassung .....	174
7.2	Personendarstellung in politischen Magazinen .....	176
7.2.1	Grad der Personalisierung einzelner Beiträge .....	177
7.2.2	Akteure politischer Magazine .....	178
7.2.3	Länge und Darstellungsform von Originaltönen .....	181
7.2.4	Stellenwert zentraler Handlungsträger .....	185
7.2.5	Fallbeispiele in politischen Magazinen .....	189
7.2.6	Zusammenfassung .....	190
7.3	Zur Emotionalisierung der Inhalte in politischen Magazinen..	191
7.3.1	Thematisierung und Visualisierung von Gewalt .....	191
7.3.2	Darstellung menschlicher Emotionen.....	198
7.3.3	Emotionale Beitragsgestaltung.....	200
7.3.4	Zusammenfassung .....	203
8.	<b>Resümee</b> .....	206
8.1	Grundlegende Entwicklungen öffentlich-rechtlicher politischer Magazine .....	206
8.2	Konvergente Entwicklungen öffentlich-rechtlicher und privater Magazine.....	210
8.3	Politische Magazine als Grundlage politischer Meinungsbildung.....	212
8.4	Ausblick .....	215
9.	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	219
10.	<b>Anhang</b> .....	236
10.1	Liste der analysierten Magazine.....	236
10.2	Codebuch .....	238