

UNTERHALTUNGSFORSCHUNG

Marco Dohle / Gerhard Vowe (Hrsg.)

Politische Unterhaltung –
Unterhaltende Politik

Forschung zu Medieninhalten, Medienrezeption
und Medienwirkungen

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Marco Dohle / Gerhard Vowe (Hrsg.)
*Politische Unterhaltung – Unterhaltende Politik.
Forschung zu Medieninhalten, Medienrezeption
und Medienwirkungen*
Unterhaltungsforschung, 8
Köln: Halem, 2014

Die Reihe *Unterhaltungsforschung* wird herausgegeben von Werner Früh, Tilo Hartmann, Holger Schramm, Sabine Trepte, Peter Vorderer, Werner Wirth und Carsten Wünsch.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2014 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 1862-3069

ISBN 978-3-86962-064-0

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

MARCO DOHLE / GERHARD VOWE	9
Politische Kommunikation und mediale Unterhaltung: Trennendes und Verbindendes	
I. DAS SPANNUNGSFELD VON INFORMATION UND UNTERHALTUNG AUS ANGEBOTS- UND REZEPTIONSPERSPEKTIVE	
TORSTEN MAURER / JOACHIM TREBBE	34
Politik und/oder Unterhaltung? Distinktionsversuche aus der Angebotsperspektive	
WERNER WIRTH	57
Zur Rezeption von Infotainment: Informations- und Unterhaltungserleben als Konstituenten der Infotainment-Rezeption	
II. UNTERHALTENDE ELEMENTE IN DER POLITIKVERMITTLUNG	
JENS TENSCHER	94
Talkshowisierung als Bestandteil professioneller Politikvermittlung	

MARCUS MAURER / INES ENGELMANN 118
Personalisierung und Visualisierung in der
Politikberichterstattung

III. POLITISCHE ELEMENTE IN
UNTERHALTUNGSANGEBOTEN

CHRISTIANE EILDERS / CORDULA NITSCH 138
Politikvermittlung zwischen *Traumschiff* und *The West Wing*:
Ein Vorschlag zur Systematisierung von Serien im
deutschen Fernsehen

KATHARINA KLEINEN-VON KÖNIGSLÖW 163
Politischer Humor in medialen Unterhaltungsangeboten

CHRISTOPH KLIMMT 192
Politik in Computerspielen

IV. REZEPTION UND WIRKUNGEN
UNTERHALTENDER ELEMENTE IN DER
POLITIKVERMITTLUNG

ULI BERNHARD 214
Kognitive Wirkungen einer emotionalisierten
Politikberichterstattung

MARKUS KLEIN / ULRICH ROSAR 237
Beauty counts!
Folgen der Wahrnehmung der Attraktivität von Politikern
bei Wahlen

V. REZEPTION UND WIRKUNGEN POLITISCHER
ELEMENTE IN UNTERHALTUNGSANGEBOTEN

JENS WOLLING	259
Politikverdrossenheit als Folge von Unterhaltungsrezeption?	
MATTHIAS R. HASTALL / FREYA SUKALLA / HELENA BILANDZIC	294
Fiktionale Geschichten und ihre Wirkungen auf die Wahrnehmung der politischen und sozialen Realität	
KATHLEEN ARENDT / PATRICK RÖSSLER	315
Entertainment-Education. Wirkungsstrategien politischer Kommunikation in Unterhaltungsformaten	
Autorinnen und Autoren	344

UNTERHALTUNGSFORSCHUNG



MARCO DOHLE / GERHARD VOWE (Hrsg.)

**Politische Unterhaltung –
Unterhaltende Politik.
Forschung zu Medieninhalten,
Medienrezeption und
Medienwirkungen**

Unterhaltungsforschung, 8

2014, 352 S., 17 Abb., 7 Tab.,

Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 29,00 / EUR(A) 29,70 / sFr. 48,70

ISBN 978-3-86962-064-0

Politische Information und medial vermittelte Unterhaltung werden häufig als Gegensätze aufgefasst. Dabei wird übersehen, wie sehr beides in unserer Medienwelt miteinander verwoben ist: Medienangebote vermitteln politische Information in unterhaltsamer Form, zugleich gibt es Angebote, die auf Unterhaltungsbedürfnisse beim Publikum abstellen, aber dennoch politische Bezüge aufweisen und die politische Meinungsbildung beeinflussen. Die Autorinnen und Autoren heben im vorliegenden Band die traditionelle Trennung zwischen den Forschungsfeldern auf und stellen die vielfältigen Schnittmengen von Politik und Unterhaltung dar – mit Blick auf Medieninhalte, Medienrezeption und Medienwirkungen.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de

