

**Zeitschrift:** Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse  
**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft  
**Band:** - (1991)  
**Heft:** 2

**Bibliographie:** Bibliographie : Infotainment

#### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 23.12.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## Bibliographie: Infotainment

### 1. Unterhaltung allgemein

Boorstin, Daniel J.:

Das Image. Der amerikanische Traum. Reinbek bei Hamburg, 1987.

Bosshart, Louis:

Dynamik der Fernseh-Unterhaltung. Eine kommunikationswissenschaftliche Analyse und Synthese. Fribourg, 1979.

Bosshart, Louis:

Fernseh-Unterhaltung aus der Sicht von Kommunikatoren. In: Media Perspektiven 8/1984, S. 644-649; neu abgedruckt in: Kunczik, Michael / Weber, Uwe (Hg.): Fernsehen. Aspekte eines Mediums. Köln-Wien, 1990, S. 52-61.

Doelker, Christian:

Kulturtechnik Fernsehen - Analyse eines Mediums. Klett-Cotta: Stuttgart, 1991.

Fischer, Heinz-Dietrich / Melnik, Stefan R. (Hg.): Entertainment. A Cross Cultural Examination. New York, 1979.

Grimm, Jürgen:

Unterhaltung zwischen Utopie und Anpassung. Frankfurt a.M. / Bern / NY, 1986.

Jörg, Sabine:

Spass für Millionen. Wie unterhält das Fernsehen? Berlin, 1982.

Meyrowitz, Joshua:

Die Fernseh-Gesellschaft. Wirklichkeit und Identität im Medienzeitalter. Weinheim/Basel, 1987.

Postman, Neil:

Wir amüsieren und zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt a.M., 1985.

Prager, Gerhard:

Unterhaltung und Unterhaltendes im Fernsehen. Mainz, 1971.

Rüden, Peter von (Hg.):

Unterhaltungsmedium Fernsehen. München, 1979.

Saxer, Ulrich:

Publizistik und Unterhaltung. In: Kurzrock, Rupert (Hg.): Medienforschung. Berlin, 1974, S. 77-89.

Schiller, Herbert I.:

Disney, Dallas und der elektronische Informationsfluss. Die weltweite Kommerzialisierung der Kultur. In: Media Perspektiven, 12/1988, S. 782-790.

Tannenbaum, Percy (Hg.):

The Entertainment Functions of Television. Hillsdale, N.J., 1980.

### 2. Journalismus und Infotainment

Bosshart, Louis:

Fernseh-Unterhaltung aus der Sicht von Kommunikatoren. In: Media Perspektiven 8/1984, S. 644-649; neu abgedruckt in: Kunczik, Michael / Weber, Uwe (Hg.): Fernsehen. Aspekte eines Mediums. Köln-Wien, 1990, S. 52-61.

Huth, Lutz / Sielker, Klaus:

TV-Nachrichten im Wettbewerb. Der kontrollierte Einsatz von Unterhaltung als Marketing-Strategie. In: Rundfunk und Fernsehen, 39, 4/1988, S. 445-464.

Langenbucher, Wolfgang R. / Mahle, Walter A.:

Unterhaltung als Beruf. Herkunft, Vorbild und Selbstverständnis der Berufsgruppe. Berlin, 1974.

Mast, Claudia:

Journalismus und Affektmanagement. "Infotainment" - eine wirtschaftliche und publizistische Erfolgsstrategie im Medienwettbewerb? In: Ross, Dieter / Wilke, Jürgen (Hg.): Umbruch in der Medienlandschaft: Beziehungen zwischen Wissenschaft, Politik und Praxis. München, 1991, S. 183-192.

Mast, Claudia:

Tagesschau oder Tagesshow? Zur Präsentation politischer Information in den Medien. In: Böckelmann, Frank (Hg.): Medienmacht und Politik. Berlin, 1989, S. 105-115.

Oberreuter, Heinrich:

Mediatisierte Politik und politischer Wertwandel. In: Böckelmann, Frank (Hg.): Medienmacht und Politik. Berlin, 1989, S. 31-41.

Pöttker, Horst:

Legitimationsdefizite und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland. Das Medium als Instanz der politischen Sozialisation. In: Publizistik, 33, 2-3/1988, S. 505-519.

Simon-Zülch, Sybille:

Das "Spiegel-TV" in RTL plus. In: epd / Kirche und Rundfunk, Nr. 89, 10. November 1990, S. 3-5.

Teichert, Will:

Nachrichten - Boulevard - Vom Sinn der Informationserzählungen. In: Ross, Dieter / Wilke, Jürgen (Hg.): Umbruch in der Medienlandschaft: Beziehungen zwischen Wissenschaft, Politik und Praxis. München, 1991, S. 201-204.

### 3. Infotainment als Medienangebot

Alst, T.:

Millionenspiele. Fernsehbetrieb in Deutschland. München, 1972.

Barlöwen,, C. / Brandenberg, H. (Hg.):  
Talk Show. Unterhaltung im Fernsehen = Fernsehunterhaltung. München, 1975.

Bogart, Leo:  
Television News as Entertainment. In: Tannenbaum, Percy (Hg.): The Entertainment Functions of Television. Hillsdale, N.J., 1980, S. 209-249.

Graber, Doris A.:  
The Infotainment Quotient in Routine Television News. Paper submitted to the ICA-congress of the International Communication Association, Dublin, 1990.

Hermann, Alfred-Joachim:  
Fernsehnachrichten für Deutschland. Eine amerikanische Ausgabe? Bonn, 1990.

Hickethier, Knut:  
Medien-Modernisierung. Überlegungen zur Programmgeschichte und Programmzukunft des Fernsehens anhand eines Stichworts. In: Ästhetik und Kommunikation, 72, 1989, S. 85-94.

Huth, Lutz / Sielker, Klaus:  
TV-Nachrichten im Wettbewerb. Der kontrollierte Einsatz von Unterhaltung als Marketing-Strategie. In: Rundfunk und Fernsehen, 4/1988, S. 445-464.

Krüger, Udo Michael:  
Infos - Infotainment - Entertainment. Programmanalyse 1988. In: Media Perspektiven 10/1988, S. 637-663.

Krüger, Udo Michael:  
"Soft news" - kommerzielle Alternative zum Nachrichtenangebot öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten. In: Media Perspektiven, 6/1985, S. 479-489.

Krüger, Udo Michael:  
Konvergenzen im dualen Fernsehsystem? Programmanalyse 1989. In: Media Perspektiven 12/1989, S. 776-806.

Meier, Werner / Schanne, Michael / Bonfadelli, Heinz:  
Auswirkungen internationaler Kommunikationsstrukturen auf die schweizerische Medienkultur. Rohfassung des NFP 21-Schlussberichtes. Zürich, 1989.

Rölz, Josef:  
Unterhaltung und Information. Vordergründige Kategorien verhindern Einsichten in die Programmstruktur des Fernsehens. In: Rüden, Peter von (Hg.): Unterhaltungsmedium Fernsehen. München, 1979, S. 217-228.

Wember, Bernward:  
Wie informiert das Fernsehen? München, 1976.

Wittwen, Andreas:  
Infotainment. Unterhaltende Gestaltungselemente in Fernsehnachrichten. Lizentiatsarbeit an der Philosophischen Fakultät I der Universität Zürich, 1991.

#### 4. Nutzung von Information vs. Unterhaltung

Darschin, Wolfgang / Frank, Bernward:  
Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 1986. In: Media Perspektiven, 4/1987, S. 197-208.

Darschin, Wolfgang / Frank, Bernward:  
Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 1989. In: Media Perspektiven, 4/1990, S. 254-269.

Dehm, Ursula:  
Fernsehunterhaltung. Zeitvertreib, Flucht oder Zwang? Eine sozial-psychologische Studie zum Fernseh-Erleben. Mainz, 1984.

Dehm, Ursula / Klingler, Walter:  
Programmvielfalt und Programmnutzung. Ergebnisse einer Tagebuchuntersuchung im Kabelpilotprojekt Ludwigshafen-Vorderpfalz. In: Media Perspektiven, 6/1985, S. 459-463.

Frank, Bernward / Klingler, Walter:  
Der zweite "Fernsehmarkt". Ergebnisse der SWF/ZDF-Kabelpilotforschungen Ludwigshafen/Vorderpfalz 1984-1986. In: Media Perspektiven 12/1986, S. 753-761.

Hamm, Ingrid:  
Das Fernsehen als Informationsquelle. Zum Verhältnis von Gestaltung und Rezeptionserfolg. In: Rundfunk und Fernsehen, 2/1990, S. 201-221.

Schmidt, Claudia u.a.:  
Endstation Seh-Sucht? Kommunikationsverhalten und neue Medientechniken. Frankfurt/M., 1989.

#### 5. Auswirkungen von Infotainment

Bonfadelli, Heinz / Sixer, Ulrich:  
Lesen, Fernsehen und Lernen. Wie Jugendliche die Medien nutzen und die Folgen für die Medienpädagogik. Zug, 1986.

Bonfadelli, Heinz:  
Lesen, Fernsehen und Lernen. Eine Studie über differentielle Kommunikationseffekte bei 15jährigen Zürcher Jugendlichen. In: Publizistik, 33, 2-3/1988, S. 437-455.

Bonfadelli, Heinz:  
Was wissen wir über Verarbeitung und Auswirkungen von Text und Bild beim Rezipienten? In: Bosschart, Louis / Chuard, Jean-Pierre (Hg.): Communication visuelle: l'image dans la presse et la publicité. Fribourg, 1988, S. 171-191.

Brosius, Hans-Bernd:  
Vermittlung von Informationen durch Fernsehnachrichten. Einfluss von Gestaltungsmerkmalen und Nachrichteninhalt. In: Böhme-Dürr, Karin / Emig, Jürgen / Seel, Norbert (Hg.): Wissensveränderung durch Medien. München, 1990, S. 173-184.

Dehm, Ursula:  
Fernseh-Unterhaltung. Zeitvertreib, Flucht oder Zwang?  
Eine sozialpsychologische Studie zum Fernseh-Erleben.  
Mainz, 1984.

Fritz, Angela  
Individuelle Kommunikationsstrukturen, Information und  
Wissen. In: Media Perspektiven, 9/1990, S. 584-599.

Hamm, Ingrid:  
Das Fernsehen als Informationsquelle. Zum Verhältnis  
von Gestaltung und Rezeptionserfolg. In: Rundfunk und  
Fernsehen, 2/1990, S. 201-221.

Jörg, Sabine:  
Das Fernsehen und die Wahrnehmungswelt der Zu-  
schauer. In: Media Perspektiven, 1/1991, S. 45-50.

Kubey, Robert / Csikszentmihalyi, Mihaly:  
Television and the Quality of Life. Hillsdale, N.J., 1990.

Schmidtchen, Gerhard:  
Irrational durch Information? Paradoxe Folgen politischer  
Massenkommunikation. In: Reimann, Horst / Reimann,  
Helga (Hg.): Information. München, 1977, S. 51-67.

Sturm, Hertha:  
Fernsehdiktate: Die Veränderung von Gedanken und  
Gefühlen. Bertelsmann Stiftung: Gütersloh, 1991.

Zillmann, Dolf / Bryant, Jennings: *Exploring the  
Entertainment Experience*. In: Bryant, Jennings /  
Zillmann, Dolf (Hg.): Perspectives on Media Effects.  
Hillsdale, N.J., 1986, S. 303-324.