

---

# INFOTAINMENT - WISSENSEFFEKTE DURCH UNTERHALTUNG

---

Maike Teichert

B.Sc. Digital Humanities

---

---

*„Infotainment ist die einzige Form, in der Leute überhaupt noch Informationen entgegennehmen.“*

–Norbert Bolz

---

# GLIEDERUNG

---

## 1. Begriffserklärung

1.1. Ursprung des Infotainment

1.2. Anwendung des Infotainment

1.3. Einsatzorte

1.4. Beispiele

## 2. Infotainment im TV

2.1. 3-Schritt- Betrachtung

2.2. Pro und Kontra

## 3. Quellen

---

# I. BEGRIFFSERKLÄRUNG: INFOTAINMENT

---

- englisch: „*information*“ und „*entertainment*“
- zentrales Merkmal des Infotainments ist:
  - ➔ die Verschmelzung von Information und Unterhaltung
- Begriff ist sehr breit gefasst und in vielen Bereichen einsetzbar
- kommt aber aus dem Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie

---

# I.1. URSPRUNG DES INFOTAINMENT

---

- kommerzielle Nachrichtensendungen in den 70er und 80er Jahren in den USA
  - ➡ Druck auf die Sender, da es zu niedrige Einschaltquoten gab
  - ➡ Einführung derartiger Sendeformate, um das übliche Ablesen von Nachrichten mit unterhaltenden Element aufzuwerten
  - ➡ herkömmliche Nachrichten wurden zu langweilig
- rein medienwirtschaftliche Notwendigkeit

- 
- Trend ist Ende 80er nach Deutschland gewechselt
  - Parallelen bei der deutschen und amerikanischen Medien- und Nachrichtenkulturen
- ➡ daher die Übernahme des Infotainment

---

# 1.2. ANWENDUNG DES INFOTAINMENT

---

- durch Einsatz von Showeffekten, Videos, Grafiken oder multimedialen Anwendungen
    - ➡ Erhöhung der Aufmerksamkeit der Rezipient
  - Botschaften und Informationen unterhaltsam transportieren
  - Meistens komplexe Sachverhalte aus Forschung, Wirtschaft, Politik und Kultur
  - Einsatz von Stilmittel
    - ➡ Dramaturgie, Personalisierung und schnelle Reizwechsel
-

---

# 1.3. EINSATZSORTE

---

- Formatgattungen im TV:
  - ▶ Talk-Shows, Reality-TV, Quiz-Show und Dokusoaps
- Magazine:
  - ▶ Wissens-, Society-, Boulevard-Magazine, Politische Magazine,
- Autos:
  - ▶ Kopplungen des Handys über Bluetooth mit dem Auto
  - ▶ Verwendung von APPs auf den Displays im Auto
- Präsentationen, Berichte usw.
  - ▶ überall wo Informationen veranschaulicht übermittelt werden

---

# 1.4. BEISPIELE

- <https://www.youtube.com/watch?v=Y56yJiGJHwg>
- <https://www.youtube.com/watch?v=I OoiM-nC0I4>

---

## 2. INFOTAINMENT IM TV

Allgemein ist das Vorverständnis von Information und Unterhaltung von zwei Annahmen geprägt:

- ➔ *Unterhaltung sei ein Charakteristikum spezifischer Medien beziehungsweise ihrer Inhalte, sodass eine bestimmte Form der Mediennutzung und -wirkung durch die Unterhaltsamkeit des Angebots vorbestimmt ist;*
- ➔ *eine Entgegensetzung von Unterhaltung und Information (wobei in diesem Zusammenhang Information dann ebenfalls als Eigenart der Medien/-inhalte verstanden wird), so dass mehr Unterhaltung immer auch weniger Information und umgekehrt bedeutet*

	ARD Das Erste	ZDF	RTL	Sat.1	ProSieben
Frühprogramm	05:00		hallo deutschland (WH)		
	05:30	ARD/ZDF Morgenmagazin		Explosiv (WH)	taff (WH)
	06:00	ARD/ZDF Morgenmagazin		Punkt 6	
	07:00	ARD/ZDF Morgenmagazin		Punkt 7	
	08:00	ARD/ZDF Morgenmagazin		Sat.1 Frühstücksfernsehen	
Vormittagsprogramm	09:00		Punkt 9		
		Volle Kanne - Service täglich			
	10:00	Brisant (WH)			
	11:00				

### Morgens: *Nachrichten-* und *Service-orientierte Magazine*

- ▶ Schwerpunkten Information, Service, Nachrichten, Sport und Wetter; sowie Lifestyle und Boulevard

### Mittags: Hinweise zur Ernährung, Gesundheit und Kochtipps

- ▶ tägliche Magazine mit Nachrichten aus Politik, Gesellschaft und Aktuelles
- ▶ Fokus jedoch auf Service-Themen

Mittagsprogramm	12:00	ARD Buffet	drehscheibe deutschland		
	13:00	ARD/ZDF Mittagsmagazin		Punkt 12	SAM
Nachmittagsprogramm	14:00				
	15:00				
	16:00				
Vorabendprogramm	17:00	Brisant	hallo deutschland Leute heute		taff
	18:00			Explosiv Exklusiv	Das Sat.1 Magazin
	19:00				

### Vorabend: *Info-* und *Boulevard-Magazine*

- ▶ Schwerpunkten auf aktuelle Information, sowie Society und Lifestyle,
- ▶ gepaart mit einer unterhaltsamen Themenauswahl aus Kurzreportagen von Schicksals- und Promi-Geschichten

# 2.1.3- SCHRITT- BETRACHTUNG

## 1. Thema

Information:	Unterhaltung:
Hard News	Soft News
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Politik</li> <li>• Wirtschaft</li> <li>• Wissenschaft</li> <li>• Bildung</li> <li>• Kultur</li> <li>• Kunst</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freizeit</li> <li>• Mode</li> <li>• Medien</li> <li>• Sport, Spiel</li> <li>• Showbusiness</li> </ul>

## 2. Selektion (Perspektive)

Information:	Unterhaltung:
offiziell	Persönlich
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communiqués</li> <li>• Fakten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betroffene</li> <li>• Einzelpersonen (Details und u.U. Nebensächlichkeiten)</li> </ul>

## 3. Gestaltung

	informativ ...	unterhaltend ...
<b>Ton Sprache</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzentration auf Fakten</li> <li>• Beschränkung auf das Wesentliche</li> <li>• Antworten auf die fünf W's (was, wo, wer, wann, warum)</li> <li>• sachlich</li> <li>• eher monoton</li> <li>• „objektiv“</li> <li>• kurzer, schlichter Satzbau</li> <li>• vom Verb geprägte Sätze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• erzählend</li> <li>• „singend“</li> <li>• emotional</li> <li>• spannungs-orientiert</li> <li>• kommentierend</li> <li>• mit Unterton</li> <li>• Betonungen</li> <li>• hypothetisch / spekulativ (Konjunktiv)</li> <li>• mit Adjektiven geschmückte Sätze</li> </ul>
<b>Musik Geräusche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Originalversionen</li> <li>• keine Nachvertonung mit Musik und Geräuschen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zusätzlich zu Originaltönen Nachvertonungen</li> </ul>
<b>Bild</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dokumentarisch</li> <li>• beobachtend</li> <li>• Einstellungsgröße eher Totale bis halbnah</li> <li>• objektive Kameraführung</li> <li>• ruhige Kamera</li> <li>• Texteinblendungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• erzählend durch Montage</li> <li>• gezieltes Arbeiten mit Einstellungs-größen und Perspektiven</li> <li>• inszenierte Bilder</li> <li>• Kamerabewegung als gestalterisches Mittel</li> <li>• subjektive Kameraführung</li> </ul>

Umsetzung führt zu sogenannten unterhaltenden Elementen

## UNTERHALTENDE ELEMENTE:

- Emotionalisierung
- Personalisierung
- Auslösen persönlicher Betroffenheit
- Dramaturgie
- Storyform statt Statements
- Spontaneität
- Kreativität
- Visualisierung statt Verbalisierung
- Kontraste

## 2.2. PRO UND KONTRA

P R O	K O N T R A
- Erfolgsrezept für eine moderne Informationssendung	- Abkehr vom seriösen Journalismus
- Mittel gegen sinkende Einschaltquoten	- Informationsverlust
- Kreatives Arbeiten mit Bild und Ton	- Süffige Berichterstattung
- Erhöhte Aufmerksamkeit	- Die Nachricht wird zum Rohstoff für Unterhaltung
- Nachhaltige Wirkung	- Unseriöser Journalismus
- Breitere Themenwahl	- Unglaubwürdig
- Auch Bilder beinhalten Informationen	- Unterhaltung statt Information
	- Das Arbeiten mit unterhaltenden Elementen geschieht auf Kosten der Information

---

# DISKUSSION

*„Infotainment ist die einzige Form, in der Leute überhaupt noch Informationen entgegennehmen.“*

–Norbert Bolz

---

# QUELLEN

- <https://www.grin.com/document/161002>
- <https://theoblog.de/tag/medienkritik/>
- <https://www.get-in-it.de/magazin/arbeitswelt/it-arbeitsmarkt/infotainment-auf-vier-radern>
- Beate Weidner: **Kommunikative Herstellung von Infotainment**. De Gruyter, 2017
- H.-O. Hügel (Hrsg.), **Handbuch Populäre Kultur** © Springer-Verlag GmbH Deutschland 2003
- <http://www.medienhb.de/strukturen/programm-sendeplanung/planung-konkurrenzbeobachtung-aktuelle-magazine/>
- <https://theoblog.de/tag/medienkritik/>
- [https://books.google.de/books?id=fQrEDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Infotainment&hl=de&sa=X&ved=0ahUKEwjN3\\_3oz7ziAhVBUIAKHVgsAE4Q6AEIKDAA#v=onepage&q=Infotainment&f=false](https://books.google.de/books?id=fQrEDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Infotainment&hl=de&sa=X&ved=0ahUKEwjN3_3oz7ziAhVBUIAKHVgsAE4Q6AEIKDAA#v=onepage&q=Infotainment&f=false)
- <https://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/infotainment-an-grenze-zwischen-fiktion-und-realitaet>

---

*Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!*