

Infotainment.
Wissensvermittlung durch Unterhaltungsangebote

Maike Teichert

Seminararbeit im Interdisziplinären Lehrangebot
des Instituts für Informatik

Leitung: Prof. Hans-Gert Gräbe, Ken Pierre Kleemann

<http://bis.informatik.uni-leipzig.de/de/Lehre/Graebe/Inter>

Leipzig, 24.09.2019

Inhaltsverzeichnis

1.	<u>EINLEITUNG</u>	<u>2</u>
2.	<u>DER BEGRIFF: INFOTAINMENT</u>	<u>4</u>
2.1	DER BEGRIFF: INFORMATION.....	5
2.2	DER BEGRIFF: UNTERHALTUNG	6
2.3	ZUSAMMENSPIEL INFORMATION UND UNTERHALTUNG.....	8
2.4	INFOTAINMENT IM TV.....	9
3.	<u>FERNSEHEN IM WANDEL</u>	<u>10</u>
3.1	DAS DUALES RUNDFUNKSYSTEM	11
3.2	AKTUELLES FERNSEHPROGRAMM VON INFORMATIONSENDEUNGEN	13
4.	<u>WISSENSVERMITTLUNG IM FERNSEHEN.....</u>	<u>15</u>
4.1	GESTALTUNG VON INFORMATIONSENDEUNGEN.....	16
4.1.1	EINSATZ VON FIKTIONEN	17
4.1.2	PERSONALISIERUNG	18
4.1.3	EMOTIONALISIERUNG.....	19
5.	<u>VOR- UND NACHTEILE VON INFOTAINMENT</u>	<u>20</u>
6.	<u>FAZIT.....</u>	<u>21</u>
	<u>LITERATURVERZEICHNIS.....</u>	<u>24</u>
	<u>ABBILDUNGEN.....</u>	<u>26</u>

1. Einleitung

Das Fernsehen ist für viele Personen ein wichtiger Bestandteil des Alltages. Rund 85% der Bevölkerung besitzen im Jahre 2018 mindestens einen oder mehr Flachbildschirme im Haushalt.¹ Im Vergleich zu 2009 waren es nur 25,8%, sodass in den letzten 10 Jahren ein enormer Anstieg verzeichnet werden kann.² Einen Anstieg lässt sich auch bei den Sendezeiten am Morgen und vor Allem am Abend erkennen. Durch TV- Sendungen wie Morgenmagazine oder Ähnliches werden dem Zuschauer wichtige Informationen des Vortages unterhaltend übermittelt, ebenso am Abend bei den Nachrichten oder Wissenssendungen, sodass die Rezipienten sich trotz einer Informationsübermittlung, individuell vom Alltag ablenken können und das Fernsehen als Entspannung angesehen werden kann.³

Das Fernsehen hat aber insgesamt in den letzten Jahrzehnten einen starken Wandel durchlebt. Durch die Einführung des dualen Rundfunksystems im Jahre 1984 und somit die Entstehung der Privatsender, wurde ein neues Fernseherleben erschaffen. Das Fernsehen bot ab diesem Zeitpunkt den Rezipienten ein abwechslungsreiches Programm an, bei dem die Zuschauer zwischen dem Informations- und Bildungsfernsehen und dem Unterhaltungsfernsehen entscheiden konnten.⁴ Dadurch hatten die öffentlich-rechtlichen Sender nicht mehr ein Programmmonopol.⁵ Aufgrund dieser neuen Konkurrenz waren hauptsächlich bei den öffentlich-rechtlichen Sendern und später auch bei den Privatsendern sinkende Einschaltquoten zu erkennen, sodass die Sender zum Handeln gezwungen waren. Daher entstehen bis heute neuentwickelte Sendeformate, welchen den Fokus besitzen, die Zuschauer zu halten und für neue Sendungen zu begeistern.⁶ Aber nicht nur das Programm hat sich verändert, sondern zusätzlich hat sich die Technik weiterentwickelt. Durch besser Filmaufnahmen, Bild und Computerprogramme können anspruchsvollere Effekte und Animationen eingesetzt werden, sodass dem Zuschauer ein interessanteres Programm angeboten wird. Außerdem wird dem Rezipienten die Wissenschaft und Forschung durch Fiktionen und Darstellungen zugänglicher gemacht, da Studien und deren Ergebnisse vereinfacht veranschaulicht werden.⁷

¹ https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2018/PD18_44_p002.html;jsessionid=C45099ACA614120C0E0E7AD7D3567523.internet731, (Zugriff 01.09.2019, 18:39 Uhr)

² <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/198668/umfrage/anteil-der-haushalte-in-deutschland-mit-einem-flachbildfernseher-seit-2006/>, (Zugriff 10.09.2019, 13:32 Uhr)

³ Louis Bosshart, Journalismus und Unterhaltung, Information und/oder Unterhaltung?, 2007, S.18

⁴ Claudia Wegener, Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung, 2001, S. 66ff.

⁵ Klaus Merten, Konvergenz der Fernsehprogramme im dualen Rundfunk, 1996, S. 152

⁶ Ebd., 2008, S. 81

⁷ Vgl. Olaf Jacobs; Theresa Lorenz, Wissenschaft fürs Fernsehen, 2014, S. 4

Daher kann der Wandel des Fernsehens überwiegend auf technische Entwicklungen und einem veränderten Konsumentenanspruch an das Fernsehen zurückgeführt werden.

Um diesen neuen Ansprüchen gerecht zu werden, werden Inszenierungen und Emotionen gezielt eingesetzt, um den Zuschauer ein anregendes Programm anzubieten, bei dem jedoch der Bildungsanspruch nicht vollkommen verloren gehen soll.⁸

Eine solche Form der Informationsübermittlung mit Unterhaltungselementen wird seit den 90er Jahren als „Infotainment“ deklariert.⁹ Infotainment ist ein Sendeformat, welches die deutschen Produzenten aus den amerikanischen Sendungen übernommen haben.¹⁰ Durch dieses sollen bewusst Informationen unterhaltend gestaltet werden, um eine höhere Aufmerksamkeit der Zuschauer anzuregen.¹¹ Auch wenn das Infotainment damit den Unterhaltungsanspruch der Rezipienten erfüllt, kommt demnach die Frage auf, inwieweit es dem Bildungsanspruch des Fernsehens gerecht werden kann?

Dabei muss jedoch ein großer Unterschied zwischen den Anbietern gemacht werden, da die Privatsender ihren Hauptfokus auf die Unterhaltung gelegt haben. Im Gegensatz dazu ist den öffentlich-rechtlichen Sendern wichtig, viele Sendungen mit wesentlichen Informationen zu übertragen. Aufgrund der sinkenden Einschaltquoten durch die Konkurrenzbildung haben die öffentlich-rechtlichen Sendern ebenfalls das sogenannte Unterhaltungsprogramm mit in das Programm aufgenommen haben. Wie wichtig ist daher die Form das Infotainment für die beiden Anbieter? Außerdem muss eine kritische Beleuchtung der Ausführung des Sendeformat erfolgen, da analysiert werden muss, ob wichtige Informationen durch die Unterhaltung verloren gehen und in wie fern überhaupt noch zwischen einer Informationssendung, welche dem Bildungsanspruch verfolgt, und einer Unterhaltungssendung unterschieden werden kann. Mehrere Forscher haben sich seit Mitte der 80er Jahre mit diesen Themen befasst und Unterschiede des Unterhaltungs- und Informationsfernsehens analysiert und möglichen Risiken des heutigen Fernsehprogrammes herausgearbeitet. Außerdem in wie fern spielt die damalige Aussage von Norbert Bolz in der er sagte: „Infotainment ist die einzige Form, in der Leute überhaupt noch Informationen entgegennehmen“ (Bolz, 1997)¹² eine Rolle. Ob das wirklich die einzige Form ist bleibt vorerst fragwürdig, jedoch gibt es durch die Einführung des Genres Infotainment eine Veränderung im deutschen Fernsehen zu verzeichnen.

⁸ Vanessa Neumann, Unterhaltung in TV-Wissenschaftssendungen, 2007, S.17ff.

⁹ Andreas Wittwen, Infotainment Fernschnachrichten zwischen Information und Unterhaltung, 1995, S.16

¹⁰ Kai-Uwe Hugger; Claudia Wegener, Infotainment: Chancen und Risiken eines TV-Trends, 1995, S. 121

¹¹ Louis Bosshart, Journalismus und Unterhaltung, Information und/oder Unterhaltung, 2007, S.18

¹² Norbert Bolz, Die Sinngesellschaft, 1997

2. Der Begriff: Infotainment

Allgemein beim Wort „Infotainment“ handelt es sich laut Andreas Wittwen, um eine Wortkreuzung oder Kontamination aus den Wörtern „Information und Entertainment (Unterhaltung)“.¹³ Dabei verschmelzen Fleischer zufolge „Teile mehrerer (meist zweier) Wörter [...] zu einem neuen Wort“ (Fleischer, 1982)¹⁴. Laut Wittwen (1995) wird der Begriff Infotainment ab den 70er Jahren unter den Fachleuten in Amerika verwendet. Ab den 80er Jahren tauche der Begriff immer häufiger in der amerikanischen Literatur sowie im englischsprachigen Wörterbuch „American Heritage Dictionary of the English Language“ auf.¹⁵ Mit der Einführung der Privatsender in der Bundesrepublik Deutschland (1984) wurden die Infotainment-Formate von den Sendern wie RTL, SAT.1 und ProSieben übernommen.¹⁶ Damit grenzten sie sich von den öffentlich-rechtlichen Sendern ab und setzten seitdem hauptsächlich auf unterhaltende Programme und Sendeformate.

Einen eindeutigen Ursprung des Sendeformates in Deutschland genau zu betiteln, erweist sich jedoch als schwierig. Die ersten Forschungen zum Infotainment machten Ursula Dehm und Louis Bosshart zu dem Thema Fernsehunterhaltung in dem Jahr 1984. Die Autoren verwenden zu diesem Zeitpunkt zwar noch nicht der Begriff des Infotainments, jedoch analysierten sie die ersten Ansätze darüber, wie unterhaltsam Fernsehen sein kann und wie relevant es für die Sender ist, Informationen unterhaltend zu gestalten.¹⁷ Erst Mitte der 90er Jahre veröffentlichen die ersten Autoren wie Wittwen (1995), Wegener(2001), Klöppel(2008) und Weitere erste Forschungsergebnisse in denen explizit über das Thema Infotainment geschrieben wurde und das neue Sendeformat erläutert wird. Bei einer genaueren Betrachtung verschiedener Aussagen über Infotainment, kann festgestellt werden, dass sich die Definitionen der Autoren zum Infotainment, insbesondere in der Bedeutung, differenzieren.

Moritz Klöppel definiert Infotainment als mögliche „Art der Politikvermittlung, welche „ihre Chance der Erreichung eines großen und dispersen Publikums nicht lediglich zur Unterhaltung, sondern zur angemessenen Information über verhandelten Sachverhalte nutzen“. (Klöppel, 2008)¹⁸ Im Vergleich dazu erläutert Wegener (2001) unterhaltende Informationen „als Information, die durch affektive/ emotionale inhaltliche und dramaturgische Gestaltung

¹³ Andreas Wittwen, Infotainment Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung, 1995, S.16

¹⁴ Wolfgang Fleischer, Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache, 1982, S.236.

¹⁵ Andreas Wittwen, Infotainment Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung, 1995, S.16

¹⁶ Ebd., 1995, S.11

¹⁷ Vgl. Ursula Dehm, Fernsehunterhaltung. Zeitvertreib, Flucht oder Zwang?, 1984, S.189ff.

¹⁸ Moritz Klöppel, Infotainment – Zwischen Bildungsanspruch und Publikumserwartung, 2008, S.23

übermittelt beziehungsweise dargestellt wird“ (Wegener, 2001)¹⁹. Eine weitere Definition ist von Beate Weidner, welche Infotainment als ein „Kunstwort“ betitelt, welches das „Zusammentreffen von Informations- und Unterhaltungselementen“ (Weidner, 2017)²⁰ beschreibt. Festzustellen ist, dass die Definitionsansätze von Autoren stark in ihrer Aussage variieren. Klöppel weist hauptsächlich auf das Publikum und deren Informationsaufnahme hin, währenddessen Wegener viel mehr auf die Gestaltung der Informationen bezieht. Eins wird jedoch deutlich, Infotainment ist eine Mischform aus Unterhaltung und Information und um eine abschließende Aussage treffen zu können, findet folgend eine Beleuchtung dieser beiden einzelnen Begriffe statt. Insgesamt müssen aber alle Quellen mit Vorsicht behandelt werden, da die Aussagen teilweise vor über 20 Jahre getroffen wurden sind. Außerdem muss der Wandel des Fernsehens wie in der Einleitung erwähnt bei der Begriffsbeleuchtung berücksichtigt werden.

2.1 Der Begriff: Information

Eines der bekanntesten Zitate von Luhmann (1996) über das Konzept von Information lässt sich auf eine Definition aus dem Jahre 1982 von Beatson zurückführen. „Informationen sind, wir bleiben dabei, Unterschiede, die einen Unterschied machen“ (Luhmann, 1996).²¹ Mit diesem einen Satz wird in kürzester Form alle wichtigen Faktoren einer Information zusammengefasst. Diese setzen sich aus der Neuigkeit, der Relevanz und der Richtigkeit zusammen und haben die Funktion, das Wissen zu vermehren oder im Gegensatz dazu, das Unwissen zu verringern. Außerdem wird unter einer Information verstanden, dass es einen Nutzen für das Handeln von einem Individuum, einer Gruppe oder Gesellschaften haben muss und das auf einen Zeitraum von jetzt bis in die Zukunft bezogen.²²

Zudem ist es unerlässlich, dass Inhalte korrekt sein müssen, demnach eine „zutreffende Aussagen über ein Sachverhalt darstell[en]“ (Bosshart, 2007)²³. Außerdem können Informationen über textlicher, grafischer oder audiovisueller Form übertragen werden. Demnach können Nachrichten und Inhalte über unterschiedlichste Formen gestaltet werden.²⁴

¹⁹ Claudia Wegener, Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung, 2001, S.99

²⁰ Beate Weidner, Kommunikative Herstellung von Infotainment, 2017, S.3

²¹ Luhmann, Die Realität der Massenmedien, 1996, S.100

²² Vgl. Louis Bosshart, Journalismus und Unterhaltung, Information und/oder Unterhaltung?, 2007, S.17

²³ Ebd. 2007, S.17

²⁴ Vgl. <https://www.finanzen.net/wirtschaftslexikon/information> (Zugriff 19.09.2019, 12:10 Uhr)

Des Weiteren soll eine Information den Wissenstand der Zuschauer über eine Situation oder der Umwelt erweitern, um diese Informationen im Alltag verwenden zu können. Zudem führt Ritchie schon im Jahre 1991 als Definition von Informationen an, dass eine Person der Gesellschaft über den Inhalt eines Sachverhaltes informiert wird, um seinen Wissenswert zu erhöhen, Fragen beantworten zu können oder Problemstellungen zu lösen.²⁵

Damit wird der Begriff Informationen für diese Hausarbeit folgend definiert. Eine Information besitzt den Zweck den Zuschauer über einen Sachverhalt aufzuklären und somit sein Wissen zu erweitern. Außerdem kann es verschiedenste Formen einer Informationsübermittlung geben. Wichtig ist aber, dass die Information der Wahrheit entspricht und das Handeln der Rezipienten nachhaltig beeinflusst.

2.2 Der Begriff: Unterhaltung

In dieser Hausarbeit wird sich hauptsächlich auf den Begriff der Fernsehunterhaltung bezogen. Seit den 80er Jahren wird von mehreren Wissenschaftlern und Forschern versucht, dem Fernsehunterhaltungsbegriff eine genaue Bedeutung zu geben (Dehm 1984, Bosshart 2007, Goldbeck 2004). Insgesamt kann der Unterhaltungsbegriff aber nur schwer definiert werden. „Was für einige Unterhaltung ist [...], mag für andere ganz und gar nicht unterhaltend sein. Und was wir unter bestimmten Umständen unterhaltsam finden [...], mag uns zu anderer Zeit nicht unterhalten“ (Goldbeck, 2004)²⁶. Die Unterhaltung ist oftmals von der Stimmung und den individuellen Bedürfnissen der Rezipientinnen abhängig und lässt sich daher nicht verallgemeinern. Außerdem hat jeder Zuschauer eine andere Vorliebe, sodass Unterhaltung nicht gleich Unterhaltung ist.

Ende der 80er Jahre haben sich die zwei Medienwissenschaftler Louis Bosshart und Ursula Dehm mit diesem Thema genauer beschäftigt. Dehm schlussfolgerte schon 1984 nach ihrer empirischen Untersuchung, dass die Zuschauer nicht mehr zwischen informierenden und unterhaltenden Programmen unterscheiden, sondern dass das Publikum feststellt, ob ihnen eine Sendung gefallen hat oder nicht und anhand dieser Entscheidung der Unterhaltungsgrad festlegt wird.²⁷

²⁵ Vgl. David L. Ritchie, Information, 1991

²⁶ Kerstin Goldbeck, Gute Unterhaltung, schlechte Unterhaltung, 2004, S.37

²⁷ Vgl. Ursula Dehm, Fernsehunterhaltung aus der Sicht der Zuschauer, In: Media Perspektiven, 9, 1984, S. 642

Außerdem führte sie an, dass „als konstruierende Elemente von Unterhaltung [...] Spaß, Abwechslung von der Tageshetze und [...] Genuss sowie das Erhalten neuer Informationen gelten [kann]“ (Dehm, 1984)²⁸. Das bedeutet, dass selbst das Erlangen von neuem Wissen als unterhaltend angesehen werde.

Auf eine ähnliche Schlussfolgerung kam Bosshart in seiner Studie. Laut Bosshart gehören zu den wichtigsten Faktoren der Unterhaltung daher die Abkopplung ausgeführt durch eine Abwechslung und Entspannung, einer Aktivierung der Emotionen, empfunden durch die Anregung, Spaß und Spannung und als dritten Punkt die Stimmung wozu die Atmosphäre, Freude und Genuss zählt.²⁹ Somit kann es zu einer therapeutischen Wirkung der Rezipienten kommen und „als Vergnügung des Körpers und der Sinne, der Gefühle, des Intellektes oder des persönlichen Witzes, des Mitgefühls und der Spiritualität“ (Bosshart, 2007)³⁰ verstanden werden. Somit sei für ihn die Unterhaltung ein „Rezeptionsphänomen“ (Bosshart, 2007)³¹.

Im Zusammenhang mit den drei Faktoren Abkopplung, Aktivierung und Stimmung spricht Werner Früh von dem „triadischen Fitting“ (Früh, 2002)³² und einer dazugehörigen Kontrolle der Situation auf der Seite des Rezipienten. Damit wird gesagt, dass die Unterhaltung durch ein Fernsehprogramm als eine „erlebte Markoemotion im Zuge eines transaktionalen Informationsprozesse“ (Früh, 2002)³³ angesehen wird, der in einer Kombination mit den Merkmalen und Faktoren des medialen, persönlichen, gesellschaftlichen Hintergrundes einer Person stehen.³⁴ Somit kann laut Bosshart die Informationsaufnahme und – verarbeitung als positives Erlebnis der Unterhaltung gedeutet werden³⁵. Des Weiteren erläutern Dehm und Storll (2003) in einer empirischen Publikumsforschung folgende Maßgaben für die Erlebnisfaktoren: Emotionalität, Orientierung, Ausgleich, Zeitvertreib und das soziale Erleben.³⁶ Durch diese Faktoren verspüren die Zuschauer ein Gefühl der Zugehörigkeit, können sich von ihren Alltagsorgen ablenken und bekommen eine Abwechslung von ihren Emotionen durch die Entspannung, Spaß und Spannung. Außerdem kann durch den Input, das neue Wissen als Gesprächsstoff dienen.

Bezieht man den Begriff nun auf das heutigen Fernsehangebot und die Sendungen dann kann keine Einteilung mehr in die drei klassischen Programmbereiche „Information, Unterhaltung

²⁸ Ursula Dehm, Fernsehunterhaltung. Zeitvertreib, Flucht, oder Zwang?, 1984, S. 189

²⁹ Vgl. ebd., 2007, S.18

³⁰ Ebd. 2007, S.18

³¹ Louis Bosshart, Journalismus und Unterhaltung, Information und/oder Unterhaltung, 2007, S.18

³² Werner Früh, Motivationale Ansätze, 2002, S.35

³³ Ebd. 2002, S.35

³⁴ Vgl. Ebd., 2002, S.35

³⁵ Vgl. Louis Bosshart, Journalismus und Unterhaltung, Information und/oder Unterhaltung, 2007, S.18

³⁶ Vgl. Ursula Dehm; Dieter Storll, TV-Erlebnisfaktoren. In: Media Perspektiven, 2003, S. 429

und Bildung“ vollzogen werden. Es ist keine klare Linie mehr zwischen den einzelnen Sendungen erkennbar und auch „ein primär nicht unterhaltendes Medienangebot, wie eine Informations- oder Wissenschaftssendung, kann von Zuschauern als unterhaltend empfunden werden“ (Bosshart, 2007)³⁷.

2.3 Zusammenspiel Information und Unterhaltung

Sobald demnach eine Fernsehsendung Unterhaltungs- und Informationsmerkmale aufweisen, wird von dem Format Infotainment gesprochen. Problematisch ist jedoch bei dem Versuch einer genauen Definition, dass im allgemein der Begriff Infotainment auf unterschiedlicher Weise verstanden wird und man dadurch nur Ansätze einer Definition verwenden kann. Wittwen hat daher 1995 drei Hauptbedeutungen zusammengefasst. Laut Wittwen kann der Begriff „Infotainment als Sammelbegriff für die Möglichkeiten zur unterhaltenden Aufbereitung von Informationen“ (Wittwen, 1995)³⁸ definiert werden. „Dies kann durch die thematische Auswahl oder die formale Gestaltung in Bild und Sprache geschehen“ (Wittwen, 1995)³⁹. Außerdem kann „Infotainment als Oberbegriff für Sendungsformate, die Unterhaltung und Information mischen“ (Wittwen, 1995)⁴⁰ oder „als Schlagwort für die Vermischung von Information und Unterhaltung in der Fernindustrie“ (Wittwen, 1995)⁴¹ verwendet werden. Des Weiteren kann der Begriff laut Wittwen (1995) noch auf unterschiedliche Weise gelesen werden. So kann Infotainment als informierende Unterhaltung oder unterhaltende Information verstanden werden. Auch wenn die Aussagen schon 14 Jahre alt sind, zeigt es deutlich, dass der Begriff Infotainment nicht nur auf eine einzige Weise verwendet werden kann und dass Infotainment weiterhin eine Mischform aus Information und Unterhaltung ist. Bosshart schlussfolgert daher, das nicht mehr von einer Informations-Unterhaltungsdichotomie gesprochen werden kann und sich die Erkenntnis durchgesetzt habe, das zwischen der Information und Unterhaltung keine Trennung gemacht werden kann, das heißt, dass sie sich nicht mehr „strikt separieren lassen“ (Bosshart, 2007)⁴².

Außerdem sei die Informationsvermittlung ebenso wichtig wie die Unterhaltung in den Medien. Die wichtigsten Informationen bleiben nur dann für die Zuschauer interessant, wenn sie

³⁷ Louis Bosshart, Journalismus und Unterhaltung, Information und/oder Unterhaltung, 2007, S.18

³⁸ Andreas Wittwen, Infotainment: Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung, 1995, S.22

³⁹ Ebd. 1995, S.22

⁴⁰ Ebd. 1995, S.22f.

⁴¹ Ebd. 1995, S.23.

⁴² Louis Bosshart, Journalismus und Unterhaltung, Information und/oder Unterhaltung, 2007, S.19

unterhaltend gestaltet werden. Jürgen Wilke äußert sich schon im Jahre 1999 folgend zum Thema „Die Grenzen zwischen Information und anderen Funktionen der Massenmedien wie Service oder Unterhaltung sind fließen [...]. Das kommt heute auch in dem gängig geworden Mischwort ‚Infotainment‘ zum Ausdruck“ (Wilke, 1999)⁴³.

Infotainment ist somit nicht nur einer Verschmelzung zweier Wörter, sondern auch eine Zusammenführung der jeweiligen Funktionen, sodass eine attraktive Wissensvermittlung für die Rezipienten gestaltet wird, die gleichzeitig das Interesse für die Wissenschaft und Forschungen angeregt.

2.4 Infotainment im TV

Das Genre Infotainment findet insgesamt im Fernsehen viele Anwendungsbereiche. Im Vergleich zu den damaligen Fernsehsendungen, die eher der reinen Informationsübermittlung gedient haben, kann man heutzutage erkennen, dass Fernsehen mittlerweile für Unterhaltung und Informationsvermittlung steht.⁴⁴ Häufig kann beobachtet werden, dass vor allem in Sendungen wie Quiz-Shows, Nachrichten, Dokumentationen oder Reportagen die unterschiedlichsten Gestaltungselemente verwendet werden, um Informationen einfühlsamer und emotionaler zu übermitteln.⁴⁵ Die wichtige Frage ist dabei, wieso genau in solchen Sendungen, Stilmittel verwendet werden. Zu erkennen ist, dass diese Sendeformate alle dazu dienen, dem Rezipienten Inhalte aus der Forschung, Wissenschaft, Politik, Wirtschaft und der Kunst zu vermitteln.⁴⁶ Diese Informationen werden aber nicht mehr über die ursprüngliche Art und Weise präsentiert, das bedeutet, die Inhalte werden nicht mehr nur noch vorgelesen, sondern die Informationsübermittlung wird durch Videos, Grafiken, Showeffekten und multimediale Anwendung unterstützt. Außerdem soll um die Themenbereiche herum eine attraktive Geschichte erzählt werden, um wiederum die Aufmerksamkeit der Rezipienten zu erlangen. In diesem Zuge wurden mehreren neuen Sendungen wie Magazine oder reine Wissenschaftssendungen eingeführt.⁴⁷ In diesen Sendungen werden verschiedene kurze Filmbeiträge gezeigt und ein Moderator leitet die Zuschauer von einem Beitrag zum anderen Beitrag.⁴⁸ Außerdem werden zusätzlich Forscher oder Wissenschaftler interviewt, die den

⁴³ Jürgen Wilke, Information und Informationsrezeption, 1999, S. 50

⁴⁴ Vgl. Olaf Jacobs, Theresa Lorenz, Wissenschaft fürs Fernsehen, 2014, S. 4

⁴⁵ Vgl. Vanessa Neumann, Unterhaltung in TV-Wissenschaftssendungen, 2007, S.18f.

⁴⁶ Vgl. <https://www.sumago.de/wiki/infotainment/> (Zugriff 21.09.2019, 19:00 Uhr)

⁴⁷ Vgl. Olaf Jacobs, Theresa Lorenz, Wissenschaft fürs Fernsehen, 2014, S. 32

⁴⁸ Vgl. Olaf Jacobs, Theresa Lorenz, Wissenschaft fürs Fernsehen, 2014, S.66

gezeigten Beitrag mit Forschungsergebnissen unterstützen und so die Glaubwürdigkeit gesteigert werden soll. Jedoch wird bei einer genaueren Betrachtung und Analyse deutlich, dass oftmals die Informationen überspitzt repräsentiert werden und zum Teil die Realität verschönert dargestellt wird. Es wird teilweise viel mehr darauf geachtet, was die Zuschauer hören wollen.⁴⁹ Somit wird immer häufiger die Form der Inszenierung gezielt eingesetzt in der Kombination mit unterschiedlichen Stilmitteln.⁵⁰ Eine solche Anwendung hat den Nutzen, dass die Rezipienten eine höhere Aufmerksamkeit besitzen und sie vorerst im Unterbewusstsein besser die Inhalte verstehen. Außerdem werden Inhalte besser im Gehirn eingepägt, durch ein emotionales Empfinden.

3. Fernsehen im Wandel

Um den Wandel des Fernsehens genauer zu betrachten, ist es wichtig den Beginn des Fernsehens anzuschauen und welche Fortschritte die Technik gemacht hat. In den letzten Jahrzehnten gab es immer wieder einen neuen Wandel des Fernsehens. Laut Prof. Dr. Helmut Thoma wäre das deutsche Fernsehen nun in der 6. Entwicklungsphase (Prof. Dr. Thoma, 2008)⁵¹. Im nachfolgenden Text werden die einzelnen Phasen genauer erklärt.

Die 1. Phase lässt sich auf die Gründung der Landesrundfunkanstalten zurückführen, bei der die Briten, Franzosen und US-Amerikaner den Rundfunk nach dem zweiten Weltkrieg beeinflusst haben. In den fünfziger und sechziger Jahren kam es dann zu dem „Aufbau der Arbeitsgemeinschaften des öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschlands (ARD) sowie der Gründung des Zweiten Deutschen Fernsehens(ZDF)“ (Prof. Dr. Thoma, 2008)⁵². Diese Neugründungen kennzeichneten die zweite und dritte Phase. In der nächsten Phase wurde dann der Privat- Rundfunk eingeführt und die Sender wie Sat.1 und RTL Plus hatten 1984 ihre ersten Sendezeiten. Diese Einführung war „eine einschneidende Strukturveränderung auf dem elektronischen Medienmarkt der Bundesrepublik“ (Prof. Dr. Thoma, 2008)⁵³.

⁴⁹ Vgl. ebd., 2014, S. 4

⁵⁰ Moritz Klöppel, Infotainment – Zwischen Bildungsanspruch und Publikumserwartung, 2008, S.19

⁵¹ Vgl. Prof. Dr. Helmut Thoma, Auslaufmodell Fernsehen? Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt, 2008, S.15

⁵² Ebd., 2008, S.15

⁵³ Ebd., 2008, S.15

In der 5. Phase gab es laut Thoma weitere Neugründungen bei den Privatsendern wie beispielweise ProSieben, Kabel eins, VOX. Durch diese Sender entstand eine neue Generation des Fernsehens.

Mit der Einführung des mobilen Fernsehens und der Digitalisierung kann die 6. Phase kategorisiert werden. Vor allem in den letzten Jahren hat sich weiter herauskristallisiert, dass es immer noch eine Weiterentwicklung des Fernsehens gibt und vor allem die Entwicklung, wie und wo man Fernsehen schauen kann. Es wird nicht mehr nur noch zuhause klassisch im Wohnzimmer Fernsehen geschaut, sondern mittlerweile geht das auch übers Smartphone, Tablet oder anderen Geräte. Aber nicht nur die Möglichkeiten wie man Fernsehen schaut, haben sich verändert, sondern auch die Fernsehsendungen selbst. Es sind unterschiedliche Genre dazugekommen und durch die Entwicklung der Technik können heute ganz andere Sendungen produziert werden als früher. Die Kameraauflösung ist besser geworden und selbst die Kameraführung hat eine Veränderung mitgemacht. Heutzutage kann heute die Kamera mit einer Person laufen.⁵⁴ Des Weiteren können starke Effekte erzeugt werden, durch den Einsatz von animierten Szenen, bei denen die Zuschauer aber keinen Unterschied zwischen Fiktion und Real erkennen.⁵⁵ Daher kann von einem Wandel allgemein des Fernsehens gesprochen werden, aber auch von einem Wandel der Sendungen durch die Entwicklung der Technik.

3.1 Das duales Rundfunksystem

In Deutschland gibt es im Allgemeinen ein duales Rundfunksystem, welches sich aufteilt in die Privatsender und die öffentlich-rechtlichen Sender. Bei den Privatsender wird auch von dem werbefinanzierten TV-Markt gesprochen. Dieser Markt wird durch die Werbung unterschiedlicher Unternehmen finanziert und teilt sich in die zwei großen Senderfamilien und kleineren Anbietern auf. Die zwei bekannten Senderfamilien sind die Mediengruppe RTL Deutschland und ProSiebenSat1.⁵⁶

Im Gegensatz zu den Privatsender wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk über den Rundfunkbeitrag aller Bürgerinnen und Bürgern finanziert.⁵⁷ Es wird auch vom Solidarmodell gesprochen und beinhaltet, dass der gesetzliche Auftrag von Rundfunkanstalten „mit ihren Programmen täglich möglichst viele Menschen mit Information, Bildung, Beratung und

⁵⁴ Vgl. <https://filmpuls.info/kamerafahrt/>, 21.09.2019, 18:57 Uhr

⁵⁵ Vgl. <https://filmpuls.info/kamerafuehrung/>, 21.09.2019, 18:26 Uhr

⁵⁶ Vgl. <https://www.wuv.de/thema/privatsender>, 22.08.2019, 17:18 Uhr

⁵⁷ Vgl. https://daserste.ndr.de/ard_check/fragen/Einnahmen-und-Ausgaben-des-oeffentlich-rechtlichen-Rundfunks-der-ARD,antworten108.html, 22.08.2019, 17:45 Uhr

Unterhaltung zu versorgen. Um dies unabhängig erfüllen zu können, sichert der Rundfunkbeitrag die Finanzierung von ARD, ZDF und Deutschlandradio und wird von allen Beteiligten geleistet.“ (Rundfunkbeitrag, 2019)⁵⁸

Jedoch ist der Finanzierung dieser beiden Rundfunksystem nicht der einzige Unterschied. Ein weiterer wichtiger Faktor ist der Auftrag der Sender. Nachdem über mehr als 30 Jahre der öffentliche-rechtliche Rundfunk ein „Programmmonopol“ (Merten, 1996)⁵⁹ gehabt hat, kam durch die Kommerzialisierung und damit die Einführung des werbefinanzierten Programms eine starke Konkurrenz dazu. Der öffentliche-rechtliche Rundfunk, welcher sich hauptsächlich an die drei Säulen von Information, Bildung und Unterhaltung orientiert hat, musste mehrere Zuschauereinbußen verzeichnen. Im Gegensatz dazu sind die Zuschauerzahlen der Privatsender seit der Einführung stetig steigend. Ursache hierfür ist, dass es ein „massenattraktives Programm“ (Neumann, 2007)⁶⁰ ausgestrahlt wird, welches dadurch eine breites Publikumsfeld erreicht. Aufgrund dieses Aspektes war der öffentliche-rechtliche Rundfunk gezwungen eine Entscheidung zu treffen. Entweder sie präsentieren ebenfalls ein Programm, welches mehr Unterhaltung anbieten, womit sie ebenfalls ein größeres Publikum ansprechen oder sie fokussieren sich weiterhin auf ihre Hauptaufgaben, welchen dem Informations- und Bildungsauftrag entsprechen.⁶¹ Damit würden sie jedoch wahrscheinlich auf Dauer nur eine Minderheit ansprechen.⁶²

Schon im Jahre 1989 hat erstmalig Marcinkowki, Schatz und Immer die Konvergenzhypothese veröffentlicht die besagt: „Die Konkurrenzsituation könnte [...] zu einer konvergenten Entwicklung führen[,] die gleichbedeutend mit einer Funktionsverschiebung des Fernsehens von den öffentlichen zu den ökonomischen Funktionen wäre.“ (Schatz, Immer, & Marcinkowski, 1989)⁶³ Das bedeutet, dass es ein Angleichen der öffentlich-rechtlichen und privaten Sender geben könnte. Nicht nur die Privatsender sollen durch einen starken Unterhaltungsfaktor mehr Zuschauer ansprechen, sondern die öffentlich-rechtlichen Sender folgen ihnen und können auf mehr unterhaltende Elemente setzen. Des Weiteren wird durch die Konvergenzhypothese die Finanzierung der öffentlich-rechtlichen in Frage gestellt.⁶⁴ Wenn

⁵⁸ https://www.rundfunkbeitrag.de/der_rundfunkbeitrag/solidarmodell/index_ger.html, 22.08.2019, 18:00 Uhr

⁵⁹ Klaus Merten, Konvergenz der Fernsehprogramme im dualen Rundfunk, 1996, S. 152

⁶⁰ Vanessa Neumann, Unterhaltung in TV-Wissenschaftssendungen, 2007, S.4

⁶¹ Kai-Uwe Hugger; Claudia Wegener, Infotainment: Chancen und Riskien eines TV-Trends, 1995, S. 121

⁶² Vgl. Gertraud Wutz; Hans-Bernd Brosious; Andreas Fahr, Konvergenz von Nachrichtensendungen aus Zuschauerperspektive, In: Publizistik, 2004, S. 152

⁶³ Heribert Schatz; Nikolaus Immer; Frank Marcinkowski, Der Vielfalt eine Chance? Empirische Befunde zu einem zentralen Argument für die „Dualisierung“ des Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland. In: Rundfunk und Fernsehen, 1989, S.5

⁶⁴ Vgl. Gertraud Wutz, Hans-Bernd Brosious, Andreas Fahr, Konvergenz von Nachrichtensendungen aus Zuschauerperspektive, 2004, S. 152

der öffentlich-rechtliche Sender abweicht von seinem eigentlichen Informations- und Bildungsauftrag und mehr sich zu den Unterhaltungsprogrammen umwandelt, kommt es zu einer Vereinheitlichung des Fernsehens. Daraus resultiert sich die Frage, ob die Existenz und auch die Gebührenfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks noch gerechtfertigt ist?⁶⁵ Diese Fragen lässt sich im Rahmen dieser Hausarbeit nicht genauer beantworten, jedoch lässt sich eine Angleichung der beiden Rundfunksystem erkennen. Anhand der Studien von Bruns und Marcinkowski im Jahre 1996 und 1997 ebenso wie in der Studie von Barbara Pfetsch (1996), die sich beide hauptsächlich auf die Nachrichtensendungen konzentriert haben, wird deutlich, dass es eine Anpassung von beiden Rundfunksystem stattfindet. Außerdem bestätigen Bruns und Marcinkowski in ihrer Studie die Konvergenzhypothese:

„Die öffentlich-rechtlichen Anbieter ARD bzw. ZDF und die privat-kommerziellen RTL bzw. Sat.1 bewegen sich aufeinander zu, wobei die privaten den Unterhaltungsanteil zugunsten des politischen Informationsanteils reduziert haben, während die öffentlich-rechtlichen den Unterhaltungsanteil erhöhten, wenn auch die Ausweitung hier nicht so stark ausgeprägt ist wie die Reduktion des Unterhaltungsanteil bei den Privatsendern“ (Bruns & Marcinkowski, 1996)⁶⁶. Außerdem sagten sie: „Eindeutig ist jedoch der Befund, daß sich die Nachrichtensendungen der beiden Anbietergruppen 1994 deutlich homogener darstellen als 1968, wo erhebliche Unterschiede zwischen Öffentlich-Rechtlich und Privat erkennbar waren“ (Bruns & Marcinkowski, 1996)⁶⁷. Daraus lässt sich schließen, dass es schon kurz nach der Einführung der Privatsender zu einer Vereinheitlichung beider Anbieter kam, um die Einschaltquoten zu halten oder die starken Einbußen wieder ausgleichen zu können.

3.2 Aktuelles Fernsehprogramm von Informationssendungen

Bei einem Blick in das heutige Fernsehprogramm lässt sich deutlich erkennen, dass bei den öffentlich-rechtlichen sowie bei den Privatsender Nachrichtensendungen, Magazine, Wissenschaftsformate und Unterhaltungsprogramme zu finden sind.⁶⁸ Im Verhältnis betrachtet, senden ARD und ZDF mehr Wissenschaftssendungen als die Privatsender, jedoch ist der Unterschied nicht bedeutend. Gleichzeitig laufen auf den öffentlichen-rechtlichen Sender, wie

⁶⁵ Ebd., 2004, 152

⁶⁶ Thomas Bruns; Frank Marcinkowski, Konvergenz Revisited. Neue Befunde zu einer älteren Diskussion. In: Rundfunk und Fernsehen, 1996, S.461-478

⁶⁷ Ebd., 1996, S.461-478

⁶⁸ Vgl. <https://www.hoerzu.de/tv-programm/>, (Zugriff 19.09.2019, 14:00 Uhr)

das Erste und Zweite und den Privatsendern am Morgen die Morgenmagazine ab 5:30 Uhr. In diesen werden die wichtigsten Ereignisse von dem vorherigen Tag erzählt und die aktuellen Nachrichten berichtet. Um diese Informationsübermittlung wird eine gemütliche Atmosphäre erschaffen. In der Zeit trinken die Moderatoren genüsslich ihren Kaffee und erzählen dabei von den aktuellen Themen, die für den Zuschauer im Alltag relevant sein können. Zwischendrin werden dann immer die Nachrichten vorgetragen.⁶⁹ Viele Zuschauer werden so schon am Morgen vor der Arbeit belustigt und werden dabei mit den wichtigsten Fakten und Themen des Tages informiert.

Zwischen 12 - 14 Uhr werden weitere Magazine, wie Boulevard- und Infomagazine ausgestrahlt. Diese befassen sich ebenfalls mit den Fakten des Vortages, aber auch mit den Ereignissen des Vormittags. Zu dieser Uhrzeit haben viele Arbeitnehmer ihre Mittagspause und vielleicht die Zeit diese Magazine anzuschauen. Das Abendprogramm beginnt ab 18 Uhr ebenfalls mit den Nachrichten oder Wissensmagazine.⁷⁰ In diesen werden dann die aktuellen Themen des Tages besprochen und mit einem Blick auf die Zuschaueranzahl, wird deutlich, dass die Nachrichten auf den öffentlich-rechtlichen noch immer gerne von den Rezipienten angenommen werden.⁷¹ Wichtigstes Argument dafür ist, dass die Nachrichten ihre Glaubwürdigkeit nicht verloren haben, da der Hauptfokus auf die Informationsübermittlung geblieben ist und der geringste Teil der Unterhaltung dient.⁷²

Zum Späteren Abend werden neben Spielfilmen die unterschiedlichsten Reportagen, Magazine, Quizshows und ähnliche Formate über den Abend angeboten. All diese Sendungen gehören zum Genre Infotainment. Somit wird deutlich, dass es über den Tag verteilt, eine große Anzahl an Sendungen gibt, die unterhaltend Informationen vermittelt.

⁶⁹ Vgl. <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/2006/artikel/fruehstuecksfernsehen-bei-ardzdf-rtl-und-sat1/> (Zugriff 21.09.2019, 20:08 Uhr)

⁷⁰ <https://www.hoerzu.de/tv-programm/> (Zugriff 19.09.2019, 14:04 Uhr)

⁷¹ Vgl. http://www.ard.de/home/die-ard/fakten/ard-mediendaten/Zuschauer_und_Marktanteile_der_Fernsehnachrichten/409020/index.html. (Zugriff 04.09.2019, 17:22 Uhr)

⁷² Vgl. https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2018/0518_Simon.pdf (Zugriff 21.09.2019, 20:15 Uhr)

4. Wissensvermittlung im Fernsehen

Um die Wissensvermittlungsfrage zu beantworten muss nochmals der Bildungsauftrag des Fernsehens betrachtet werden. Durch die Einführung des Fernsehens und damit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt in den 1950er bekam die Öffentlichkeit die Möglichkeit auf einen neuen Weg, Informationen und Wissen zu erlangen.⁷³ Durch bewegte Bilder oder Zeitraffer konnten komplexe Themen veranschaulicht werden und die Inhalte waren somit für eine größere Anzahl des Publikums zugänglicher. Dieser Informations- und Bildungsauftrag wurde bis zur Einführung der Privatsender erfolgreich umgesetzt.

Das Fernsehen sollte ab diesem Zeitpunkt noch einen anderen Zweck dienen und zwar sollte Fernsehen unterhaltend sein. Vor allem für die Rezipienten, die vorläufig kein großes Interesse an der Wissenschaft hatten, musste etwas Neues präsentiert werden. Sodass das Fernsehen immer aufwendigere Wissensformate entwickelt hat, bei denen die Wissenschaft und Forschung, Spaß machen sollte. „Wurde früher aus der Sicht des Wissenschaftlers berichtet, so wird heute Wissenschaft eher aus der Perspektive des Laien präsentiert“ (Göpfert, 2006)⁷⁴. Das bedeutet, dass die Inhalte transparenter und veranschaulichter präsentiert werden. Außerdem hat sich die Erwartungshaltung der Rezipienten verändert. Die Zuschauer wollen Wissenschaftsthemen präsentiert bekommen, welche sie auch im Alltag gebrauchen können.⁷⁵ Des Weiteren wollen sie die Risiken der Forschung sehen und das anhand von Beispielen. Eine solche Darstellung kann aber nur aufgrund von Fiktionen erfolgen, da teilweise die Forschungsarbeit auf jahrelanger Arbeit basiert oder das Publikum Ergebnisse sehen möchte, die so im realen Leben noch nicht vorgekommen sind.⁷⁶ Meistens hat das im Allgemeinen nichts mehr konkret mit der Wissenschaft zu tun und vor allem nicht mit der eigentlichen Arbeitsweise in der Wissenschaft, aber auch in diesem Bereich hat sich das Fernsehen den Wünschen der Rezipienten angepasst. Wichtig ist dabei, dass die Inhalte von einem breiten Publikum leicht verstanden werden können.

Laut Jacobs und Lorenz (2014) kann eine dokumentarische Sendung ebenso die Wissensformate nur eine Chance im Fernsehen besitzen, solange sie unterhaltend aufbereitet und gesendet werden. Solange das „Kriterium der Unterhaltung“ (Jacobs & Lorenz, 2014)⁷⁷ erfüllt ist, gibt es eine Möglichkeit den Zuschauern die Informationen weiterzuleiten.

⁷³ Vgl. <http://websquare.imb-uni-augsburg.de/2007-03/7> (Zugriff 23.08.2019, 16:10 Uhr)

⁷⁴ Winfried Göpfert, Wissenschafts-Journalismus, 2006, S.29

⁷⁵ Vgl. Olaf Jacobs, Theresa Lorenz, Wissenschaft fürs Fernsehen, 2014, S. 32

⁷⁶ Vgl. ebd., 2014, S.4

⁷⁷ Vgl. ebd., 2014, S. 32

Bei einer Dokumentation über ein Forschungsthema werden zur Erklärung wissenschaftlicher Ausdrücke unter anderem eine Veranschaulichung eingesetzt, durch Grafiken, Videos und Schaubilder, Messungen und Apparate im Einsatz. Diese unterstreichen die Forschungsergebnisse und der Effekt wird erzielt, dass sich die Zuschauer, die Ergebnisse besser vorstellen können. Jedoch führt das „zu einer radikalen Vereinfachung und vor allem zur Weglassung zahlreicher Nebenaspekte“ (Jacobs & Lorenz, 2014)⁷⁸.

„Wissenschaftssendungen finden sich demnach in einem weiten Spannungsfeld zwischen Publikumsinteresse, Publikumserwartung, wissenschaftlicher Arbeit und deren Ergebnissen, gesellschaftlichen Ansprüchen und einer sich verändernden non-fiktionalen Fernseharbeit wieder“ (Jacobs & Lorenz, 2014)⁷⁹.

4.1 Gestaltung von Informationssendungen

Häufig treten im Zusammenhang mit dem Genre Infotainment und damit in Informationsmagazinen und Wissensshows die Stilmittel wie Personalisierung, Dramatisierung und Emotionalisierung sowie kurzen Reize in Kombination mit einer schnellen Kameraführung auf.⁸⁰ Allgemein ist das wiederum keine neue Art, dem Zuschauer ein abwechslungsreiches Programm anbieten zu wollen. Wichtig zur Verdeutlichung der Stilmittel sind jedoch die drei Faktoren der Unterhaltung von Abkopplung, Aktivierung und Stimmung, welche bei der Begriffserklärung schon genauer erläutert wurden. Um diese Kriterien erfüllen zu können und die Zuschauer das Interesse an der Wissenschaft näherzubringen, sind die Produzenten auf die Idee gekommen, Stilmittel in ihren Sendungen zu verwenden. Dadurch werden dem Laien Informationen nicht nur sprachlich einfacher präsentiert, sondern die Zuschauer können die Inhalte durch die Stilmittel sehen und selbst empfinden. Durch das Ansehen von Fiktionen, Animationen oder Ähnliches werden Informationen besser im Gehirn verarbeitet und die Gefühle angesprochen. In den folgenden Teilabschnitten werden die Funktionen von Fiktionen, Personalisierung und der Emotionalisierung genauer verdeutlicht.

⁷⁸ Vgl. Olaf Jacobs, Theresa Lorenz, Wissenschaft fürs Fernsehen, 2014, S.4

⁷⁹ Vgl. ebd., 2014, S.3

⁸⁰ Vgl. <https://www.sumago.de/wiki/infotainment/> (Zugriff 21.09.2019, 20:30 Uhr)

4.1.1 Einsatz von Fiktionen

Unter dem Begriff der Fiktion wird im Allgemeinen „etwas nicht real Existierendes“ (Jacobs & Lorenz, 2014)⁸¹ verstanden. Das bedeutet, dass sich Filme und Videos nicht der Wirklichkeit entsprechen müssen. Den Zuschauern sowie den Schauspielern ist bewusst, dass sich um eine ausgedachte Geschichte handelt und nicht dem Realitätsbild entspricht. Aber nicht nur Spielfilme, Fernsehfilme oder Serien arbeiten mit fiktionalen Handlungen, auch die Wissenschaft und Forschung hat die Darstellung über eine Fiktion für sich entdeckt.

Eigentlich haben die Fiktion und die Wissenschaft keine Gemeinsamkeit, da die Wissenschaft der Wahrheit entsprechen soll und eine Fiktion nicht auf die Wahrheit angewiesen ist.⁸² Jedoch ist mittlerweile die Wissenschaft von fiktionalen Bildern und Grafiken abhängig, denn ohne diese könnte keine Informationsvermittlung vereinfacht stattfinden. Zur Verdeutlichung können Forschungen aus der Gen-, Atom- oder Weltraumforschung angewandt werden. Zwar können laut Jacobs und Lorenz keine „vollkommen authentische Belege“ (Jacobs & Lorenz, 2014)⁸³ durch eine Fiktion präsentiert werden, jedoch dient es zur Veranschaulichung.

In diesen Themenbereichen sei eine Darstellung von Erkenntnissen oder Phänomenen nicht möglich, solange keine fiktiven Grafiken, Animationen oder Schaubilder verwendet werden.⁸⁴ Dem Rezipienten wird dann das reale Ergebnis anhand von Fiktivem als Wahrheit vermittelt und die Zuschauer können es besser nachvollziehen und verstehen. Ebenfalls kommen Fiktionen bei geschichtlichen Ereignissen zum Einsatz. Szenen aus der Geschichte können oftmals nur anhand von Texten nachempfunden werden. Zu diesen Erlebnissen werden jedoch Filme und nachgestellte Szene gedreht, um dem Zuschauer die Geschichte veranschaulicht darzustellen. Claudia Wegener stellt anhand von ihrer Langzeitanalyse fest, dass der „Fiktion-Anteil der privaten Sender RTL, Sat.1 und ProSieben deutlich über jenem bei ARD und ZDF [liegt]“ (Wegener, 2000) . Zurückzuführen lässt sich dies wieder auf den Bildungsauftrag von den öffentlich-rechtlichen Sendern.

⁸¹ Olaf Jacobs, Theresa Lorenz, Wissenschaft fürs Fernsehen, 2014, S. 50

⁸² Vgl. Ebd.,2014, S.50

⁸³ Ebd., 2014, S. 8

⁸⁴ Vgl. Olaf Jacobs, Theresa Lorenz, Wissenschaft fürs Fernsehen, 2014, S. 8

4.1.2 Personalisierung

„Menschen interessieren sich am meisten für andere Menschen“⁸⁵ (Göpfert & Lange, Volker, 2006). Die Menschen wollen sich mit den realen Personen aus dem Leben im Fernsehen identifizieren können. Erst wenn ein Ereignis ein Gesicht bekommt, wird es von den Zuschauern aktiv wahrgenommen. Eine Personalisierung trägt außerdem zu einer gesteigerten „Behaltensleistung“ (Neumann, 2007), da Information durch die Empfindung einer Empathie, Identifikation und einer Bewertung des Gesehenen, die Informationen besser im Gehirn verarbeitet werden. Außerdem scheint es, dass die Rezipienten Schicksalsschläge anderer Personen als unterhaltend ansehen.

Aufgrund dieser Erkenntnisse werden immer häufiger Schicksalsschläge, Katastrophen oder Krankheiten mit einer Person oder Gruppen von Menschen verbunden. Dadurch werden zum einen nicht nur die Ereignisse dramatischer dargestellt, sondern zum anderen wird „ein Ereignis für die Rezipienten um so interessanter [...], je mehr seine Bedeutung für einzelne Personen in den Vordergrund der Berichterstattung gestellt wird, je mehr es personalisiert ist“ (Wegener, 2001)⁸⁶.

Insgesamt kann die Personalisierung im Bezug der Informationssendungen in drei Teilbereiche kategorisiert werden. Der erste Teilbereich ist, dass im Bezug der Inhalte eine „Darstellung von Privatpersonen“ (Neumann, 2007)⁸⁷ gezeigt wird. In diesen Szenen steht die Person im Fokus. Dabei ist wichtig, dass die „normalen Bürger“ ihre Geschichte erzählen, sodass die Zuschauer sich in die Lebenslage versetzen können und ein Mitgefühl entwickelt wird.⁸⁸

Der zweite Teilbereich bezieht sich auf eine „Verwendung von Fallbeispielen“ (Neumann, 2007), welche als Unterhaltungskriterium der Zuschauer dienen soll.⁸⁹ Dabei werden kurze Meinungsäußerungen oder Zitate von Einzelpersonen verwendet, die bei einer Straßenumfrage oder Ähnliches aufgezeichnet wurde. Diese „Meinung, Beobachtung, Äußerung oder [...] Verhalten steh[t] somit für eine mehr oder weniger große Gruppe von Personen“ (Wegener, 2001)⁹⁰. Das bedeutet ebenfalls, dass die Meinung einer Person nur soweit relevant ist, bis die Aspekte ihrer Aussage nicht mehr zu verallgemeinern ist und sie daher nicht mehr stellvertretend für eine Gruppe angesehen werden kann.

⁸⁵ Winfried Göpfert und Volker Lange, Medienkompetenz: Wissenschaft publik gemacht, 2006, S. 76

⁸⁶ Claudia Wegener, Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung, 2001, S.111

⁸⁷ Vanessa Neumann, Unterhaltung in TV-Wissenschaftssendungen, 2007, S. 20

⁸⁸ Vgl. Ebd. 2007, S.20

⁸⁹ Ebd. 2007, S.20

⁹⁰ Claudia Wegener, Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung, 2001, S. 125

Laut Neumann dienen aber Fallbeispiele zur Erleichterung der Informationsaufnahmen und einer Identifikation mit dem Inhalt eines Beitrages.⁹¹

Der Dritte und damit der letzte Teilbereich befasst sich mit der „Dynamik der Personendarstellung“ (Neumann, 2007)⁹². Bei der Dynamisierung in Bezug auf die Personalisierung wird deutlich, dass von einer größeren Anzahl von Personen die Aussage eingefügt wird, die sich zu einem bestimmten Thema zu Wort melden. Das können mehrere kleinen Ausschnitte sein, jedoch ist es relevant, dass das wichtigste Statement kurz und prägnant gesendet wird. Das steigert zum einen weiterhin die Aufmerksamkeit der Rezipienten bezüglich eines Beitrages. Außerdem bewirkt eine Abwechslung zwischen dem Beitrag und die Aussagen einzelner Personen, dass ein Magazin attraktiver für die Zuschauer wird.⁹³ Unter Berücksichtigung dieser Teilbereiche ist eine Personalisierung in den aktuellen Nachrichten und Magazinen unumgänglich.

4.1.3 Emotionalisierung

Neben der Personalisierung ist ein weiterer wesentlicher Faktor die Emotionalisierung von Informationen. „Emotionalität wird meist als Synonym für Gefühle genutzt“ (Neumann, 2007)⁹⁴. Wichtig ist dabei zu beachten, was überhaupt unter Emotionen versteht wird. Laut dem Soziologen Jürgen Gerhards sind Emotionen „eine positive oder negative Erlebnisart des Subjekts, eine subjektive Gefühlslage, die als angenehm oder unangenehm empfunden wird“ (Gerhards, 1988).⁹⁵ Meistens ist es eine Reaktion auf ein Erlebnis, welches sie selbst erlebt haben oder gesehen haben. In Bezug auf die heutigen Fernsehsendungen, werden gezielt Szenen eingesetzt, die ein solches Empfinden bei den Rezipienten auslösen sollen. Dabei ist das subjektive Erleben nebensächlich, da die Zuschauer durch den Einsatz von „inhaltlichen und dramaturgischen Gestaltungsmittel“ (Wegener, 2001)⁹⁶ nur ermutigt werden ein Mitgefühl zu verspüren. Dazu werden menschliche Emotion von betroffenen Personen dargestellt, die sich entweder freuen oder traurig sind und weinen. Dadurch kann der Rezipient mit der Person jubeln oder mit ihr leiden.⁹⁷ Eine weitere wichtige Rolle spielt die Kameraführung, die ein dramaturgisches Gestaltungselement eines Beitrages ausmacht. Dabei kommt die Kamera auf

⁹¹ Vanessa Neumann, Unterhaltung in TV-Wissenschaftssendungen, 2007, S. 23

⁹² Vanessa Neumann, Unterhaltung in TV- Wissenschaftssendungen, 2007, S. 20

⁹³ Vgl. ebd., 2007, S. 24

⁹⁴ Ebd., 2007, S. 25

⁹⁵ Jürgen Gerhards, Soziologie der Emotionen, 1988, S. 16

⁹⁶ Claudia Wegener, Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung, 2001, S. 133

⁹⁷ http://vision.wettintv.de/?page_id=889, (Zugriff 20.09.2019, 19:20 Uhr)

unterschiedliche Art und Weise zum Einsatz. Zum einen wird der Zuschauer von außen mitgenommen und betrachtet das Geschehen im aus der Sicht einer nebenstehenden Person. Zum anderen wird die Kamera als Auge der Betroffenen verwendet, sodass der Rezipient das Gefühl entwickelt, er würde gerade selbst in der Situation stehen.⁹⁸

Eine Emotionalisierung dient demnach der Absicht „die Zuschauer an das jeweilige Format zu binden sowie [eine] Identifikation oder Ablehnung zu erzeugen“ (Klöppel, 2008)⁹⁹. Die Zuschauer sollen Emotionen beim Fernsehen schauen verspüren.

5. Vor- und Nachteile von Infotainment

Das neuen Infotainment Format hat definitiv einen starken Einfluss auf die Zuschauerzahlen und es gab in den 90er einen Aufwärtstrend zu verzeichnen. Nachdem starken Abfall der Einschaltquoten bei den öffentlich- rechtlichen Sender durch die Einführung der Privatsender, war der Sender zum Handeln gezwungen. Die Privatsender haben den Trend vorgemacht und übernahmen eine große Breite des Publikums durch das Unterhaltungsfernsehen. Das Programm wurde als attraktiver und belustigender empfunden. Außerdem ist ein positiver Effekt des Infotainments, dass die Rezipienten eine erhöhte Aufmerksamkeit für ein Fernsehprogramm entwickelten und sie nicht während einer Sendung aus Desinteresse weggeschaltet haben. Dazu kommt, dass viele Sendungen eine nachhaltigere Wirkung besitzen, da sich Information besser und langfristiger im Gedächtnis der Zuschauer einprägen und sie über das Fernsehen selbst, sich weitere Informationen zu einem Thema aneignen. Daher kann das Infotainment als ein Erfolgsrezept für moderne Informationssendungen angesehen werden. Zusätzlich können Arbeitsplätze erneuert werden, da die Programmentwickler kreativer sein müssen, da die Sendungen aus einer Kombination von Bild und Ton besteht. Daher werden Berufsfelder ausgeweitet, um einen optimalen Einsatz von der heutigen Technik gewährleisten zu können.

Jedoch gibt es auch negative Faktoren des Fernsehtrends. „Infotainment im Gewand von Sensationsjournalismus verringert den Informationsgehalt für den Zuschauer deutlich“ (Köppel, 2008)¹⁰⁰. Nicht nur dass es zu einer Abkehr vom seriösen Journalismus kommt,

⁹⁸ Vgl. <https://filmpuls.info/kamerafuehrung/> (Zugriff 21.09.2019, 20:41 Uhr)

⁹⁹ Moritz, Klöppel, Infotainment – Zwischen Bildungsanspruch und Publikumserwartung, 2008, S. 24

¹⁰⁰ Ebd., 2008, S. 30

sondern auch zu einem Informationsverlust. Durch die Unterhaltung werden Informationen zum Teil verschönert und Nachrichtensendungen werden als unglaubwürdig erklärt. Außerdem sind wichtige Materialien teilweise nur noch die Grundbasis für eine Unterhaltungssendung, sodass hauptsächlich die Unterhaltung wiederum im Fokus der Produzenten steht. Außerdem können durch Fiktionen Gegebenheiten nachempfunden werden, jedoch muss beachtet werden, dass es keine wahren Aufzeichnungen und Bilder sind. So kann leicht eine Verfälschung von Informationen, Nachrichten und Ergebnissen passieren, ohne dass es unbedingt mit Absicht erfolgt. Dennoch gibt es genügend Sendungen bei denen wahre Szenen und Situationen gesendet werden. Teilweise können die aber aus dem Kontext zusammengeschnitten werden oder es werden nur die markantesten Szenen gezeigt. Dadurch kann ein Bild geschaffen werden, welches nicht unbedingt der Realität entspricht. Dadurch bilden Rezipienten sich jedoch eine Meinung, ohne sich vielleicht über weitere Quellen mit einem Thema zu beschäftigen. Diese Meinung erfolgt demnach auf vorgeschriebenen Äußerungen.

Dabei muss aber zwischen einzelnen Rezipienten individuellen unterschieden werden, da die Gesellschaft wissbegieriger wird und sich selbst zu Themen zusätzlich belesen.

6. Fazit

Fernsehen dient der Unterhaltung, aber Fernsehen soll auch Informieren. Das wurde in vielerlei Hinsicht argumentiert und analysiert. Die Menschen wollen die Unterhaltung des Fernsehens und sie wollen eine Ablenkung von ihrem Alltag durch unterschiedlichste Programme. Jedoch wollen sie ebenfalls informiert werden. Daher ist das Infotainment nicht nur wichtig für die Privatsender, sondern auch die öffentlich-rechtlichen Sender profitieren davon.

Vorwiegend können Wissenschafts-, Forschungs-, Informationssendungen oder Doku-Soaps als Infotainment angesehen werden, aber auch Nachrichten sowie Magazine können zum Bereich Information- und Unterhaltungssendungen gezählt werden. Infotainment kann somit als Überbegriff für viele einzelne Genre angesehen werden. Somit muss eine Überlegung stattfinden, ob der allgemein Begriff Infotainment nicht eine Überarbeitung benötigt, weil es als Genre allgemein nicht mehr einzeln existiert. Als Stärkung dieser Aussage kann die Argumentation beachtet werden, dass zwischen Unterhaltungs- und Informationssendungen keine klare Grenze mehr gezogen werden kann und Informationen sind heutzutage hauptsächlich mit der Unterhaltung verknüpft. Dabei muss jedoch berücksichtigt werden, dass

die Unterhaltung eine subjektive Wahrnehmung ist, welche über die Empfindung durch Spaß, Freude und Ablenkung bewertet wird. Aber die Rezipienten differenzieren dennoch nicht zwischen einer informativen Sendung und einer Unterhaltungssendung. Somit können alle Sendungen, die Informations- und Unterhaltungsaspekte vorweisen zu dem Bereich des Infotainments angesehen werden. Diese Aspekte können in unterschiedlichster Form durch Videos, Bilder, Grafik oder ähnliche Darstellungen nachgewiesen werden, die dazu dienen, dem Rezipienten die Inhalte vereinfacht zu präsentieren. Jedoch ist dabei festzustellen, dass je mehr Information eine Sendung beinhaltet, desto weniger Unterhaltung ist zu verzeichnen und umgekehrt. Insgesamt darf der Bildungsanspruch aber nicht vergessen werden. Ein stärkerer Bildungsgehalt ist eindeutig bei den Sendungen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens zu erkennen. Gründe dafür können sein, dass die öffentlich-rechtlichen Sender ihrem Bildungsanspruch gerecht werden müssen. Die Privatsender haben hingegen keinen festgeschriebenen Bildungsanspruch und daher steht bei ihnen die Unterhaltung von den Rezipienten im Vordergrund. Aber die öffentlich-rechtlichen Sender mussten akzeptieren, dass die Zuschauer unterhalten werden wollen und haben somit, um ihre Zuschauerzahlen wieder ansteigen zu lassen, das Infotainment mit aufgenommen. Ebenfalls haben die Privatsender festgestellt, dass ein reines Unterhaltungsfernsehen auf Dauer die Zuschauer nicht zufrieden stimmt, sodass sie ebenfalls Informations- und Bildungsfernsehen anbieten. Damit bleibt der vorgeschriebene Bildungsanspruch ein Unterschied zwischen den beiden Anbietern, jedoch ist eine Vereinheitlichung des Fernsehprogramms klar zu erkennen. Beide Sender bieten Bildungsfernsehen in Form von Forschungs- und Wissenssendungen und Informationsmagazinen an. Außerdem werden zu gleichen Zeiten die Nachrichten gesendet und im Anschluss ein Unterhaltungsfernsehen, bei dem Spielfilme mit hinzugezählt werden.

Um jedoch auf die Frage zurückzukommen, ob Infotainment dem Bildungsanspruch gerecht wird, kann argumentiert werden, dass die Inhalte aus der Forschung, Politik, Wissenschaft bildhafter und somit für die Öffentlichkeit leichter gestaltet werden. Dabei werden bei beiden Anbietern die Inhalte mit Emotionen und Fiktionen präsentiert, aber der wissenschaftliche Inhalt steht vor allem bei dem öffentlich-rechtlichen Sender weiterhin im Hauptfokus. Zurückzuführen lässt sich das darauf, dass die Informationssendungen des ARDs und ZDFs ihre Glaubwürdigkeit bei den Rezipienten nicht verlieren sollen.

Deswegen kann auch nicht insgesamt von einem unseriösen Journalismus gesprochen werden, da es weiterhin Sendungen gibt, die wichtige Informationen auf wahren Fakten übertragen, die dennoch mit Stilmittel oder durch eine Veranschaulichung gesendet werden. Aufgrund dieser Tatsache kann aber nicht zwischen einem unseriösen und seriösen Journalismus entschieden werden, da eine Übertragung keine Entscheidung über den Journalismus fällen kann.

Dennoch werden Fachsendungen und Dokumentationen von Journalisten, die aufgrund von wahren Gegebenheiten erzählt werden und auf ungestellte Szenen und realen Videomaterialien basieren, häufig auf den Kanälen der öffentlich-rechtlichen Sender, wie Phoenix, Arte oder 3sat, gezeigt. Daher müssen sich die Rezipienten von den Privatsendern und ARD oder ZDF abwenden, um solche Reportagen und Dokumentationen vorwiegend anschauen zu wollen.

Um nun auf die Aussagen von Norbert Bolz aus dem Jahre 1997 einen Bezug zu nehmen, kann gesagt werden, dass Infotainment nicht die einzige Form ist, in der die Zuschauer Informationen wahrnehmen. Die Gesellschaft hat mehrere Möglichkeiten an wahre Fakten zu gelangen und nicht nur über die Informations- und Unterhaltungssendungen des Fernsehens. Jedoch wird das Infotainment von vielen Rezipienten im Unterbewusstsein positiv wahrgenommen und ist aus vielen Sendungen nicht mehr wegzudenken. Daher spielt das Infotainment eine bedeutende Rolle bei den Hauptfernsehsender im Fernsehen und bietet dem wissbegierigen Rezipienten eine erste Möglichkeit aktuelle Nachrichten und Themen schneller wahrzunehmen. Außerdem kann vereinzelt das Interesse für ein Thema geweckt werden. Aber es sollte nur ein erster Anreiz damit geschaffen werden und die Zuschauer sollten sich über andere Wege und Sendungen bewusster mit einem Thema befassen und sich selbst zu einem Thema erkundigen. Deswegen kann Infotainment dem reinen Bildungsanspruch nicht mehr vollkommen gerecht werden, da immer ein Teil zur Unterhaltung dienen muss. Aber die Informationen werden schneller bei den Zuschauern Gehirn gespeichert, aufgrund der Kombination aus Hören, Sehen und Fühlen und sie können sie besser in ihrem Alltag anwenden.

Insgesamt bietet Infotainment demnach eine Möglichkeit viele Zuschauer über wichtige Themen zu informieren und gleichzeitig können sie sich ablenken vom Alltag. Forschung, Politik und die Wissenschaft soll Spaß machen und das möchte das Fernsehen dem Rezipienten ermöglichen. Eine Wissensvermittlung findet daher auch durch Unterhaltungssendungen statt.

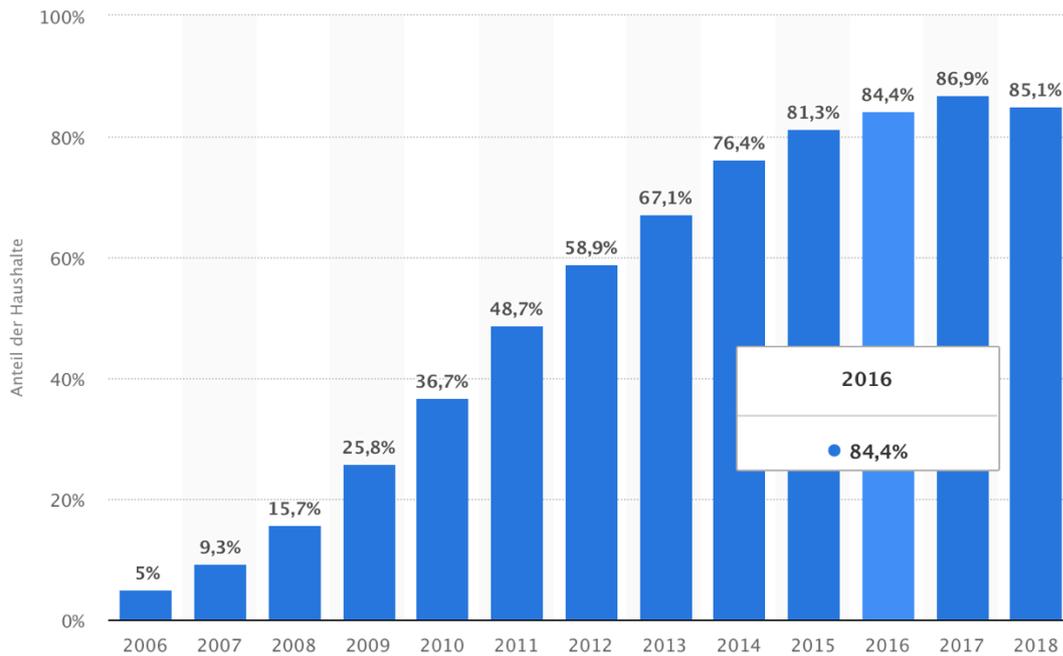
Literaturverzeichnis

- ARD. (04. 09 2019). Von http://www.ard.de/home/die-ard/fakten/ard-mediendaten/Zuschauer_und_Marktanteile_der_Fernsehnachrichten/409020/index.html abgerufen
- ARD Werbung. (21. 09 2019). Von <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/2006/artikel/fruehstuecksfernsehen-bei-ardzdf-rtl-und-sat1/> abgerufen
- Bolz, N. (1997). *Die Sinngesellschaft*. Düsseldorf: ECON-Verlag.
- Bosshart, L. (2007). Information und/ oder Unterhaltung? In R. B. Scholl, *Journalismus und Unterhaltung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bruns, T., & Marcinkoski, F. (1996). Konvergenz Revisited. Neue Befunde zu einer älteren Diskussion. In *Rundfunk und Fernsehen* (S. 461- 478).
- Dehm, U. (1984). *Fernsehunterhaltung. Zeitvertreib, Flucht oder Zwang?* Mainz: Hase & Koehler Verlag.
- Dehm, U., & Stroll, D. (2003). *TV-Erlebnisfaktoren*. Frankfurt am Main: Media Perspektiven.
- Duden. (28. August 2019). *Duden*. Von Duden: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Information> abgerufen
- Flath, H. (2007). *Fernsehen heute und in der Zukunft*. München: GRIN Verlag.
- Fleischer, W. (1982). *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Leipzig: Bibliographisches Institut.
- Früh, W. (2002). Eine morale Theorie der Unterhaltung durch audio-visuelle Medien. In Früh, *Unterhaltung durch das Fernsehen - Eine morale Theorie*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Göpfert, W. (2006). *Wissenschafts-Journalismus - Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. Berlin: Econ.
- Göpfert, W., & Lange, Volker. (2006). *Medienkompetenz: Wissenschaft publik gemacht*. Berlin: Rhombos-Verlag.
- Gerhards, J. (1988). *Soziologie der Emotionen*. Weinheim: Juventa Verlag.
- Goldbeck, K. (2004). *Gute Unterhaltung, schlechte Unterhaltung*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Hörzu. (19. 09 2019). Von <https://www.hoerzu.de/tv-programm/> abgerufen
- Jacobs, O., & Lorenz, T. (2014). *Wissenschaft fürs Fernsehen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Klöppel, M. (2008). *Infotainment - Zwischen Bildungsanspruch und Publikumserwartung*. Marburg: Tectum Verlag.
- Longman. (2003). *Dictionary of Comptemporary English*.
- Luhmann, N. (1996). *Die Realität der Massenmedien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Merten, K. (1996). *Konvergenz der Fernsehprogramme im dualen Rundfunk*.
- Neumann, V. (2007). *Unterhaltung in TV- Wissenschaftssendungen*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller e. K.
- Prof. Dr. Thoma, H. (2008). Fernsehen im Wandel: Woher und wohin? In R. Kaumanns, V. Siegenheim, & I. Sjurts, *Auslaufmodell Fernsehen - Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt*. Wiesbaden: Gabler.
- Rundfunkbeitrag. (22. August 2019). *Solidarmodell*. Von https://www.rundfunkbeitrag.de/der_rundfunkbeitrag/solidarmodell/index_ger.html abgerufen
- Schatz, H., Immer, N., & Marcinkowski, F. (1989). *Der Vielfalt eine Chance?*
- Sumago. (21. 09 2019). Von <https://www.sumago.de/wiki/infotainment/> abgerufen
- w.e.b. Square. (23. 08 2019). Von <http://websquare.imb-uni-augsburg.de/2007-03/7> abgerufen

- Wegener, C. (2000). Wenn die Information zur Unterhaltung wird oder die Annäherung des "factual television" an das "fictional television". In I. Paus-Haase, D. Schnatmeyer, & C. Wegener, *Information, Emotion, Sensation* (S. 46-61). Bielefeld: GMK.
- Wegener, C. (2001). *Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Weidner, B. (2017). *Kommunikative Herstellung von Infotainment*. Berlin: De Gruyter.
- Wilke, J. (1999). Informationsverarbeitung und Informationsnutzung im Wandel der Zeit. In G. Roters, W. Klingler, & M. Gerhards, *Information und Informationsrezeption*. Baden-Baden: Nomos.
- Wittwen, A. (1995). *Infotainment: Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung*. Zürich: Internationaler Verlag der Wissenschaft, Peter Lang AG.
- Wutz, G., Brosious, H.-B., & Fahr, A. (2004). Konvergenz von Nachrichtensendungen aus Zuschauerperspektive. In *Publizistik*. Wiesbaden: Springer VS.

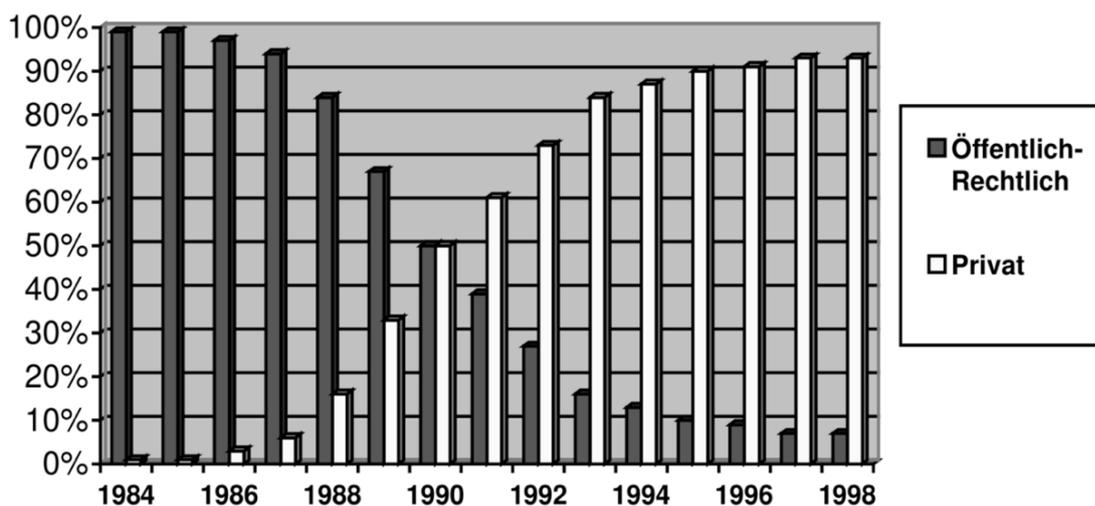
Abbildungen

Abb. 1:



Quelle: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2018/PD18_44_p002.html;jsessionid=C45099ACA614120C0E0E7AD7D3567523.internet731, (Zugriff 01.09.2019, 18:39 Uhr)

Abb. 2:



Quelle: Noelle-Neumann/ Schulz/Wilke, Massenkommunikation, In: Publizistik, 2003, S.515