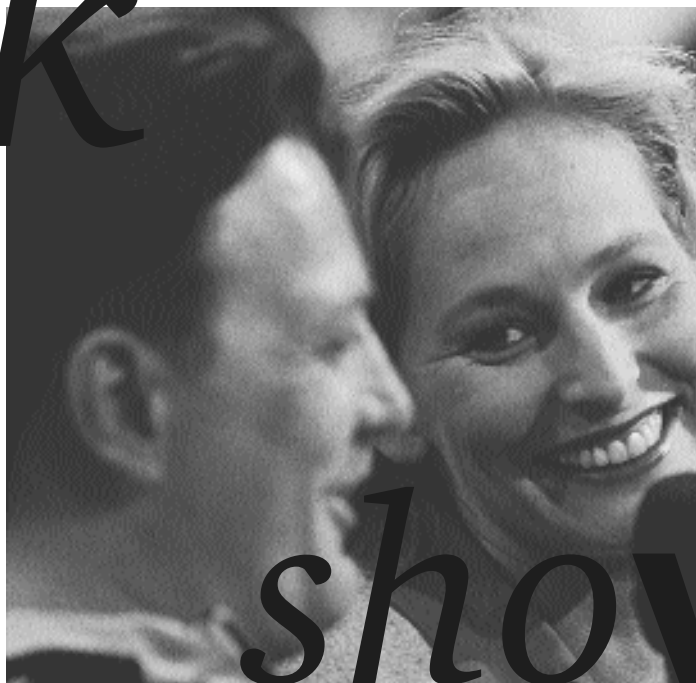


Talk

Lothar Mikos



shows

Gepflegte Langeweile

mit exotischen Einlagen

Themenstruktur der täglichen Talkshows und ihre Nutzung durch Kinder

Die täglichen Talkshows, in denen viel geredet wird, sind selbst ins Gerede gekommen. Ihnen wird von Medienkritikern vorgeworfen, „kleingeistig-voyeuristischen Klatsch“ zu bieten, alle nur erdenklichen Tabus zu brechen und jede exotische Abnormalität ins Licht der Kameras zu zerren. Aufsichtsgremien wie die niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (NLM) und die rheinland-pfälzische Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (LPR) sehen die Sendungen in einem „Grenzbereich zur rechtlichen Norm“ angesiedelt, wenn sie zu Foren für die Präsentation „jeder erdenklichen sexuellen Spielart“ würden. Damit könne auch eine soziale Desorien-

tierung von Kindern und Jugendlichen einhergehen. Doch exotische Präsentationen sexueller Spielarten sind in den Talkshows nicht die Regel, sondern die Ausnahme. Im allgemeinen herrscht gepflegte Langeweile, und uninteressante, aber redegewandte Gäste stellen sich selbst und ihre Betroffenheit dar.

In einer im Auftrag der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) durchgeführten Studie zu Themenstruktur und Nutzung der täglichen Talkshows wurden insgesamt 621 Sendungen täglich ausgestrahlter Talkshows in den Monaten Februar, März, April und September 1996 untersucht. Die Themen der einzelnen Sendungen wurden systematisch zu

insgesamt 17 Themenkomplexen zusammengefaßt, um so die Häufigkeit und Relevanz von einzelnen Themenbereichen bestimmen zu können. Die Nutzungsdaten zu den einzelnen Sendungen wurden vor allem im Hinblick auf die Nutzung durch Kinder und Jugendliche untersucht. Zusätzlich wurden die 158 Sendungen aus dem Monat September 1996, die mit Video dokumentiert wurden, einer qualitativen Analyse unterzogen. Besonderes Augenmerk galt dabei der Inszenierung und der Präsentation der Themen in den Talkshows sowie möglichen Identifikationsangeboten für Kinder.

Tägliche Talkshows sind Sendungen, in denen ein Moderator oder eine Moderatorin mit Gästen redet, sie sind monothematisch, und sie werden täglich tagsüber ausgestrahlt. Außerdem sind sie dem „confessional talk“ oder dem „confro talk“ zuzurechnen, oft eine Mischung aus beidem. *Im Mittelpunkt steht nicht die Diskussion des Themas an sich, sondern die persönliche Betroffenheit der anwesenden Gäste, die von den Moderatoren zur Selbstdarstellung und Meinungsäußerung animiert werden.* Dazu zählen die Sendungen *Arabella* (PRO 7), *Bärbel Schäfer* (RTL), *Fliege* (ARD), *Ilona Christen* (RTL), *Juliane & Andrea* (ARD), *Hans Meiser* (RTL), *Kerner* (SAT 1), *Vera am Mittag* (SAT 1), *Sonja* (SAT 1) und *Wildfang – Der Teenie Talk* (RTL 2). In der Untersuchung wurden nur die ersten acht Sendungen berücksichtigt, da *Wildfang* und *Sonja* erst nach Ende des Untersuchungszeitraums auf Sendung gingen. An jedem Wochentag zwischen 11.00 und 17.00 Uhr sind Sendeplätze mit täglichen Talkshows belegt. Nur zwischen 13.00 und 14.00 Uhr waren die Programme im Untersuchungszeitraum „talkfrei“; inzwischen hat SAT 1 diese Lücke mit *Sonja* gefüllt. Während *Kerner* (SAT 1) von 11.00 bis 12.00 Uhr und *Vera am Mittag* (SAT 1) von 12.00 bis 13.00 Uhr konkurrenzlos das einzige Talkformat der großen Vollprogrammssender zu dieser Tageszeit sind, konkurrieren zwischen 14.00 und 17.00 Uhr zu jeder Stunde zwei Talkshows miteinander. Zwischen 14.00 und 15.00 Uhr sind es die beiden stärker auf jugendliche Zielgruppen zielenden Talkshows *Arabella* (PRO 7) und *Bärbel Schäfer* (RTL), zwischen 15.00 und 16.00 Uhr *Ilona Christen* (RTL) und *Juliane & Andrea* (ARD), zwischen 16.00 und 17.00 Uhr *Fliege* (ARD) und *Hans Meiser* (RTL).

Die täglichen Talkshows richten sich mehrheitlich an ein älteres, erwachsenes Publikum. Kinder und Jugendliche stellen eine absolute Minderheit unter den Zuschauern dar. Das gilt selbst noch für eine Talkshow wie *Arabella*, die sich an ein jüngeres Publikum richtet. Das Durchschnittsalter der Talk-Zuschauer liegt bei den meisten Talkshows knapp unter 50 Jahren oder darüber. Bei den beiden SAT 1-Shows *Kerner* und *Vera am Mittag* betrug das Durchschnittsalter im September 48,5 Jahre (*Kerner*) und 49,9 Jahre (*Vera*), bei *Fliege* lag es bei etwa 61 Jahren, bei *Juliane & Andrea*, ebenfalls in der ARD ausgestrahlt, bei etwa 57 Jahren. Die Zuschauer von *Hans Meiser* und *Ilona Christen* sind zu etwa 66 Prozent älter als 50 Jahre, bei *Bärbel Schäfer* trifft dies nur auf etwas mehr als die Hälfte der Zuschauer zu. Etwas anders sieht dies nur bei *Arabella* aus. Das Durchschnittsalter der Zuschauer liegt hier bei etwa 32 Jahren. In der Zuschauergruppe der 14- bis 29jährigen erzielt die Sendung durchgängig die höchsten Marktanteile. *Arabella* ist die einzige tägliche Talkshow, die überwiegend ein junges Publikum anspricht. Doch sind das vorwiegend Jugendliche über 14 Jahren. Die Altersgruppe von zehn bis dreizehn Jahren ist zwar auch noch stärker vertreten als bei den anderen Talkshows, aber bereits bei den Sechs- bis Neunjährigen sinken die Reichweiten stark ab. Diese Kinder machen im Höchstfall 20 Prozent der Zuschauer zwischen drei und dreizehn Jahren aus, 80 Prozent sind älter als zehn Jahre. Bei einer durchschnittlichen Reichweite von 0,84 Millionen Zuschauern liegt die Zahl der zuschauenden Kinder bei 0,01 Millionen, die der Zehn- bis Dreizehnjährigen bei 0,05 Millionen. Kinder zwischen sechs und neun Jahren machen also nur 1,2 Prozent der Zuschauer aus, der Anteil der Kinder zwischen zehn und dreizehn Jahren liegt bei 5,95 Prozent.

Bei allen anderen Talkshows liegt der Anteil der Kinder noch weit darunter. Zwar liegen hier keine Zahlen vor, die noch einmal nach den Altersgruppen sechs bis neun und zehn bis dreizehn aufgeschlüsselt waren, sondern nur Zahlen für die Drei- bis Dreizehnjährigen. Doch liegt die Gesamtzahl der Zuschauer dieser Altersgruppe bei all diesen Talkshows im Schnitt bei 0,02 Millionen, lediglich bei einzelnen Sendungen schauen schon mal mehr Kinder zu (siehe Abschnitt Themenstruktur). Bei den beiden ARD-Talkshows ist bei mehr als der

Die täglichen Talkshows – ein Programmangebot für das erwachsene Publikum.

Kinder und Jugendliche gehören selten zu den Zuschauern.

Getalkt wird in allen Programmen:
Arabella Kiesbauer (oben) bei Pro 7,
Bärbel Schäfer bei RTL ...





... sowie Hans Meiser, ebenfalls RTL.

Hälfte der Sendungen für diese Altersgruppe eine Reichweite von 0,00 Millionen ausgewiesen. Berücksichtigt man, daß bereits bei der sich an eine jugendliche Zielgruppe richtenden Talkshow *Arabella* der Anteil der Kinder von sechs bis neun Jahren erheblich geringer ist als der der zehn- bis dreizehnjährigen, dann dürfte sich zeigen, daß der Großteil der Drei- bis Dreizehnjährigen bei den anderen Talkshows auch in dieser höheren Altersstufe zu finden ist. Kinder zwischen sechs und neun Jahren stellen dann für alle täglichen Talkshows mit Ausnahme von *Arabella* eine zu vernachlässigende Größe dar. Der Marktanteil der Shows bei den Drei- bis Dreizehnjährigen liegt zwischen 0,02 Prozent (*Fliege*) und 7 Prozent bei *Arabella*. Selbst wenn berücksichtigt wird, daß *Arabella* und *Bärbel Schäfer* zur gleichen Zeit ausgestrahlt werden, bedeutet dies, daß zwischen 14.00 und 15.00 Uhr insgesamt ca. 11 Prozent aller Drei- bis Dreizehnjährigen, die zu dieser Zeit fernsehen, bei den beiden Talkshows gelandet sind. In absoluten Zahlen ausgedrückt heißt dies: Etwa 110.000 Kinder zwischen drei und dreizehn Jahren der insgesamt etwa 1 Million zwischen 14.00 und 15.00 Uhr fernsehenden Kinder schauen eine dieser beiden Talkshows; das sind 1,2 Prozent aller in Deutschland lebenden Kinder in dieser Altersgruppe.

Zwischenmenschliche Beziehungen, Familienthemen überhaupt bilden inhaltliche Schwerpunkte.

Auffällig ist, daß die täglichen Talkshows hauptsächlich von Frauen geguckt werden. Der Anteil der Frauen am Publikum liegt über 66 Prozent, bei einzelnen Sendungen gar bei 80 Prozent. Auch der Marktanteil liegt bei den Frauen höher als bei den Männern. Die täglichen Talkshows richten sich also vorwiegend an ein erwachsenes, weibliches Publikum. Lediglich *Arabella* und themenabhängig *Bärbel Schäfer* zielen auf ein jüngeres Publikum. Allerdings heißt dies nicht, daß hier die Zielgruppe der Kinder anvisiert ist, sondern eher Jugendliche und junge Erwachsene. Die täglichen Talkshows scheinen für Kinder eher uninteressant zu sein.

Die Auswertung des Themenspektrums der Talkshows hat ergeben, daß zwischenmenschliche Beziehungen und Familienthemen insgesamt mehr als ein Drittel aller Themen ausmachen. In 106 der 621 Sendungen, das sind 19,7 Prozent, standen zwischenmenschliche Beziehungen im Mittelpunkt der Gespräche. In 84 Sendungen, das sind 15,6 Prozent, war es die Familie. In 13 Prozent der Shows (70 Sendungen) wurden Themen aus dem Bereich Gesellschaft und Wirtschaft verhandelt, wobei wirtschaftliche Themen allerdings kaum vorkamen. In 53 Sendungen, das sind 9,8 Prozent, standen Themen aus dem Bereich Charakter und Lebensart im Mittelpunkt. Das Thema Sex wurde in 45 Sendungen, das sind 8,3 Prozent, verhandelt. Die weiteren Themenanteile bezogen auf alle Sendungen: Gesundheit (7,2%), Körper / Schönheit / Mode (6,7%), Prominente (3,1%), Tiere sowie Astrologie und Esoterik (je 3,0%), psychische Probleme (2,8%), Beruf und Arbeitswelt (2,6%), Freizeit und Sport (2,0%), Medien (1,5%), Ratgeber und Lebenshilfe (1,3%) sowie Straftaten und Kriminalität (1,1%). Die Themen von 74 Sendungen, das sind 13,7 Prozent, ließen sich nicht eindeutig zuordnen. Der thematische Schwerpunkt liegt eindeutig im Bereich der persönlichen Beziehungen, die mit Familie, Ehe, Partnerschaft verbunden sind. Möglicherweise für den Jugendschutz relevante Themenbereiche wie Sex und Straftaten/Kriminalität werden nur in insgesamt 9,4 Prozent der Talkshows behandelt.

Unter dem Gesichtspunkt des Jugendschutzes gilt es zu bedenken, welches denn die Themen waren, bei denen am meisten Kinder und Jugendliche der Altersgruppe der Drei- bis Dreizehnjährigen zugeschaut haben. Die abso-

lut größten Reichweiten in den Monaten Februar bis April und September 1996 erzielten drei Sendungen von *Arabella* im Monat März mit 0,14 Millionen Zuschauern dieses Alters beim Thema „Noch mehr Rekorde“, 0,13 Millionen Zuschauern bei „Mutter mit 13“ und 0,12 Millionen Zuschauern bei „Ich hasse Spießler – Auffallen um jeden Preis“. In allen drei Fällen handelt es sich um Themen, die speziell für Jugendliche interessant sind, da sie sich mit Problemen dieser Altersgruppe auseinandersetzen. Ähnlich hohe Reichweiten wie bei diesen *Arabella*-Sendungen können die anderen Talkshows bei weitem nicht erreichen. Allerdings liegt die Reichweite auch bei *Arabella* in der Regel erheblich darunter, im Durchschnitt bei 0,07 Millionen Drei- bis Dreizehnjährigen. Auffallend hohe Reichweiten in dieser Altersgruppe hatten im Untersuchungszeitraum noch folgende Sendungen: „Tattoos und Piercing: Schmerz oder Schmuck“ (0,07 Mio.) und „Kampfhunde: Monster oder Mythos“ (0,05 Mio.), beide *Vera am Mittag*, „Ich habe keinen Bock auf Arbeit“ (0,09 Mio.), „Ich bin ein Stricher“ und „Mit Dicken gehe ich nicht ins Bett“ (je 0,08 Mio.), alle *Bärbel Schäfer*, „Gegensätze ziehen sich an“ (0,08 Mio.), „Ein schönes Ende: der Po“ und „Alle kennen meinen Freund“ (je 0,07 Mio.), alle *Hans Meiser*, sowie „Hilfe, meine Beziehung schläft ein“ und „Dein Po macht mich schwach“ (je 0,09 Mio.), beide *Arabella*. Für jede der untersuchten Talkshows gilt, daß sie mit Themen, die speziell für Kinder und Jugendliche interessant sind, auch überdurchschnittlich hohe Reichweiten bei dieser Altersgruppe erzielt. Andererseits gibt es auch Themen, die von einer überdurchschnittlich großen Zahl von Zuschauern dieser Altersgruppe gesehen werden, ohne daß sich ein thematischer Bezug zu speziellen Jugendinteressen feststellen ließe. Als Beispiel mögen hier Themen wie „Die grünen Witwen – wie sie lieben“ (*Ilona Christen*), „Unser Leben lag noch vor uns – junge Witwen“ (*Fliege*) oder „Zuhause hat meine Frau die Hosen an“ (*Kerner*) dienen, wobei die „Witwen“-Themen möglicherweise von jungen Zuschauern gesehen wurden, die mit einer alleinerziehenden Mutter leben.

In bezug auf den Jugendschutz ist bedeutsam, ob es bei den Sendungen mit Sexthemen überdurchschnittlich häufig Zuschauer der Altersgruppe von drei bis dreizehn Jahren gibt. Dies ist generell nicht der Fall, es sei denn, die

Themen weisen einen spezifischen Zusammenhang zu jugendlicher Sexualität auf. So hatte die *Arabella*-Sendung „Alle Männer sind schwanzgesteuert“ mit 0,03 Millionen Zuschauern zwischen drei und dreizehn Jahren die absolut niedrigste Reichweite in dieser Altersgruppe im Monat September. Die Sendung „Streß im Bett – Ich will öfter als meine Freundin“, ebenfalls *Arabella*, lag mit einer Reichweite von 0,08 Millionen nur knapp über dem generellen Zuschauerdurchschnitt dieser Altersgruppe, der bei 0,07 Millionen liegt. Das trifft auch für alle anderen Talkshows zu. Die Reichweiten liegen bei den Sexthemen nur selten über der generellen Durchschnittsreichweite, eher darunter. Über dem Durchschnitt lagen sie im Untersuchungszeitraum bei *Kerner* in einem Fall („Sex: immer diese Eile“), bei *Vera am Mittag* in einem Fall („Sexsucht: Lust oder Qual“), bei *Bärbel Schäfer* in zwei Fällen („Mit Dicken gehe ich nicht ins Bett“, „Ich bin bisexuell“), bei *Arabella* in drei Fällen („Ich bezahle für Liebe“, „Streß im Bett – Ich will öfter als meine Freundin“, „Ohne meine Sexspielzeuge läuft nichts“), bei *Juliane & Andrea* in einem Fall („Männer für ‘money’“), bei *Ilona Christen* in drei Fällen („Die schnelle Nummer: Sex in der Pause“, „Striptease: Die Lust am Ausziehen“, „Call Boy“) und bei *Hans Meiser* in einem Fall („Ein Partner für gewisse Stunden“). In allen anderen Fällen lag die Reichweite unter dem Durchschnitt in dieser Altersgruppe, das betrifft 73,33 Prozent aller Sexsendungen. Unter den zehn Sendungen mit der größten Reichweite bei den Drei- bis Dreizehnjährigen ist nur eine Sendung mit einem expliziten Sexthema, „Mit Dicken gehe ich nicht ins Bett“ (*Bärbel Schäfer*), das entspricht einem Anteil von zehn Prozent. Obwohl die Reichweiten bei 26,66 Prozent der Sendungen mit Sexthemen bei den Drei- bis Dreizehnjährigen überdurchschnittlich hoch sind, liegen sie dennoch erheblich unter denen von Sendungen, die speziell Kinder und Jugendliche interessierende Themen behandeln. Dann sitzen bis zu viermal soviel Zuschauer dieser Altersgruppe vor dem Fernseher als bei den Sexthemen. Offenbar stößt also nur ein Viertel der Sexthemen auf besonderes Interesse bei dieser Altersgruppe, aber längst nicht auf ein so großes wie spezielle Jugendthemen.

Die täglichen Talkshows sind aufgrund ihrer dramaturgischen Gestaltung, den in ihnen verhandelten Themen sowie der in ihnen auf-

Sonja Zietlow und Vera Int-Veen moderieren auf SAT 1, Iris von Carnap talkt auf RTL 2 für ein junges Publikum.





Talk bei *Arabella*, Pro 7 (oben)
und bei *Fliege*, ARD (unten).

tretenden Personen a) für Kinder zwischen drei und fünf Jahren uninteressant, sie können damit nichts anfangen; b) für Kinder zwischen sechs und neun Jahren nur unter bestimmten Bedingungen interessant, zum Beispiel wenn Themen verhandelt werden, die sie aus ihren eigenen Handlungskontexten in ihrer eigenen Lebenswelt kennen und denen sie Bedeutung beimessen; c) für Kinder ab zehn Jahren im Sinne einer allgemeinen Weltorientierung und Informationssuche über die Lebensbedingungen in der Gesellschaft interessant – diese Kinder sind aber durchaus in der Lage, tägliche Talksendungen angemessen zu verarbeiten.

In den täglichen Talkshows werden explizite Kinderthemen, die für Kinder zwischen sechs und neun Jahren interessant sein können, in der Regel nicht behandelt. Im Monat September gab es von 158 Sendungen insge-

samt sieben, die aufgrund ihres Themas für Kinder interessant sein könnten: „Wie komme ich ins Guinnessbuch?“ (*Juliane & Andrea*, 4. 9. 1996), „Mein Haustier kann Tricks“ (*Vera am Mittag*, 6. 9. 1996), „Meine Eltern sind tot“ (*Arabella*, 11. 9. 1996), „Väter und Töchter“ (*Juliane & Andrea*, 11. 9. 1996), „Alptraum Stiefvater“ (*Vera am Mittag*, 18. 9. 1996), „Du bist nicht mein Vater – Du hast mir gar nichts zu sagen“ (*Bärbel Schäfer*, 24. 9. 1996) und „Katzen, die niedliche Plage?“ (*Vera am Mittag*, 27. 9. 1996). In keiner dieser Sendungen traten Kinder als Gäste auf. Jugendthemen kamen sogar noch seltener vor. Im gleichen Zeitraum gab es aber elf Sendungen, in denen Kinder explizit im Thema erwähnt wurden. Allerdings wurden diese Themen ausschließlich aus Erwachsenensicht verhandelt. Daher sind diese Sendungen nur für ältere Kinder über zehn Jahren im Rahmen ihrer allgemeinen Weltorientierung interessant. Jüngere Kinder dürften sich zwar für Themen wie „Adoption“ (*Vera am Mittag*, 9. 9. 1996) oder „Paare nach dem ersten Kind“ (*Hans Meiser*, 11. 9. 1996) interessieren, aber nur dann, wenn sie darin einen Bezug zum eigenen Leben und ihrer Alltagswirklichkeit entdecken können. Dagegen dürfte ein Thema wie „Hört auf, euch vor den Kindern zu streiten“ (*Bärbel Schäfer*, 27. 9. 1996) zum alltäglichen Erfahrungsbereich vieler Kinder zählen. Allerdings war die Reichweite der Sendung bei den Drei- bis Dreizehnjährigen mit 0,04 Millionen durchschnittlich; der Marktanteil bei den zu der Zeit fernsehschauenden Kindern betrug 4,1 Prozent. Tägliche Talkshows können für Kinder dann interessant sein, wenn a) Kinder oder Tiere in ihnen auftreten; b) Prominente auftreten, die Kindern bekannt sind und die sie lieben; c) Erwachsene auftreten, die den eigenen Eltern entsprechen (sowohl als positives Rollen- und Verhaltensvorbild wie auch als alternatives Rollen- und Verhaltensvorbild); d) für Kinder interessante Themen diskutiert werden. Für Kinder interessante Themen lassen sich nicht unbedingt auf den ersten Blick aus den thematischen Titeln der einzelnen Talksendungen ableiten. Kinder interessieren sich dann thematisch für eine Sendung, wenn im Verlauf der Sendung von einer Person, durch deren Äußerung oder deren Verhalten, ein handlungsleitendes Thema der Kinder angesprochen wird. In den unterschiedlichen Entwicklungsphasen der Kinder können dies sehr unterschiedliche Themen

Themen, die Kinder und Jugendliche ansprechen, werden in Talkshows kaum behandelt.

sein. Es lassen sich jedoch einige generelle Themen benennen, die für Kinder bedeutsam sind: Aufwachsen und Größerwerden, Eltern und Familie, Freundschaft, Minderwertigkeit, Aussehen und Kleidung, Verkleidung und Verwandlung, Tierliebe. Von den 158 im Monat September ausgestrahlten Sendungen war dies nach den Titeln in 23 Sendungen der Fall, das sind 14,5 Prozent. Allerdings zeigt sich anhand der Reichweiten, daß nur eine dieser Sendungen, „Mein Haustier kann Tricks“ (*Vera am Mittag*, 6. 9. 1996), auch tatsächlich mit einer Reichweite von 0,03 Millionen Zuschauern unter den Drei- bis Dreizehnjährigen auf überdurchschnittlich großen Zuspruch stieß und einen Marktanteil von 6,2 Prozent erreichte. In den Sendungen, die in der qualitativen Analyse ausgewertet wurden, waren entsprechende handlungsleitende Themen außer in den Tier-sendungen kaum zu finden. Zwar könnte ein Thema wie „Hippies, Popper, Girlies – immer im Trend“ (*Hans Meiser*, 5. 9. 1996) generell dazugehören, doch waren die prominenten Gäste der Show für Kinder eher uninteressant und langweilig. In der Sendung „Sex, das Spiel ohne Grenzen“ (*Vera am Mittag*, 14. 3. 1996) wurde das Thema Verwandlung bzw. Verkleidung angesprochen. Als Gast war ein 30-jähriger Mann anwesend, der sich gern zur sexuellen Stimulation als dreijähriges Mädchen mit Namen „Denise“ verkleidet und rund um die Uhr Windeln trägt. Kinder im Alter von sechs bis neun Jahren, die diese Sendung sehen, werden mit dem „offiziell“ verhandelten Thema sexuelle Stimulation bzw. sexuell orientierte Spiele nichts anfangen können, da Sexualität für sie noch kein Thema ist. Was sie hingegen an dem 30-jährigen Mann interessiert, ist seine Verkleidung und Verwandlung. Unter diesem Thema nehmen sie das Geschehen in der Sendung wahr, also in einem für sie bearbeitbaren, unproblematischen Zusammenhang.

Für Überlegungen zum Jugendschutz ist zudem bedeutsam, daß die Sendezeiten der täglichen Talkshows nicht zu den bevorzugten Sehzeiten der Kinder gehören. Die Hauptsehzeit der Drei- bis Dreizehnjährigen beginnt erst am Vorabend. Auch bei den Genrepräferenzen der Kinder liegen Talkshows, wie andere Studien gezeigt haben, weit hinten, sie rangieren hinter Spielfilmen, Musikvideos, Cartoons, Serien und Sitcoms. Zu den Zeiten, in den die täglichen Talkshows laufen, finden die Kinder auf den anderen Kanälen für sie erheblich in-

teressantere Genres, vor allem Serien und Cartoons, aber auch explizite Kinderprogramme. Es ist zu vermuten, daß Kinder nur dann bei den Talkshows „hängenbleiben“, wenn hier etwas geboten wird, das speziell für sie interessant ist – und das ist, wie die Analyse gezeigt hat, eher selten der Fall. In der Regel haben die Alternativprogramme mehr zu bieten.

Im Hinblick auf Überlegungen zum Jugendschutz kann festgestellt werden, daß die täglichen Talksendungen nicht geeignet sind, Kinder und Jugendliche zu beeinträchtigen oder gar sozialetisch zu desorientieren. Allerdings muß bei der Diskussion über eine mögliche Jugendgefährdung durch die täglichen Talkshows berücksichtigt werden, daß es sich um Sendungen handelt, in denen die Themen verbal verhandelt werden. Darstellungen auf der visuellen Ebene kommen lediglich in den Einspielfilmen vor. Die Kriterien für den Jugendschutz, die sich vor allem auf visuelle, fiktionale Darstellungen beziehen, sind daher nur bedingt auf solche nonfiktionalen Sendeformen wie Talkshows übertragbar, zumal es inzwischen als erwiesen gilt, daß es für die Wirkung von Filmen und Fernsehsendungen einen entscheidenden Unterschied macht, ob es sich um Fiktion oder realistische Berichterstattung handelt. Bei Filmen geht es nicht nur um die reine Thematisierung von Verhalten oder Wertorientierungen, sondern auch darum, daß zur Identifikation einladende Charaktere ein Verhalten oder eine Wertorientierung nahelegen, die die Suche von Kindern und Jugendlichen nach Verhaltensmustern und Vorbildern in den Medien ansprechen. Wie sich gezeigt hat, gibt es in den täglichen Talkshows derartige Identifikationsangebote für Kinder nicht. Inwieweit die verhandelten Themen Kinder und Jugendliche in ihrem Verhalten und ihren Werturteilen beeinträchtigen können, ließe sich erst eindeutig in einer Rezeptionsstudie klären, die untersucht, wie solche Sendungen wahrgenommen und verarbeitet werden. Da Kinder Filme und Sendungen auf ihre eigenen Lebenserfahrungen beziehen, scheint eine Beeinträchtigung eher unwahrscheinlich, denn nur selten werden Themen behandelt, die in einem Zusammenhang zu kindlichen Erfahrungen stehen.

*Lothar Mikos ist Diplomsoziologe und zur Zeit
Dozent an der Hochschule für Film
und Fernsehen (HFF), Potsdam-Babelsberg.*

Die Wirkungsforschung beschäftigt sich in der Regel mit fiktionalen Beiträgen und ist auf Talkshows nicht ohne weiteres anwendbar.