

Dipl.-Med.-Wiss. Sabine Gottschling
Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft
TU Ilmenau
Seminar Medientheorie/ -soziologie 3
Wintersemester 2003/2004

Qualitätsdebatte

Dimensionen der Programmqualität am Beispiel Talkshows

vorgelegt von

Manuel Löffelholz
Jan Torben Redlefsen

16.02.2004

Inhaltsverzeichnis

<i>Inhaltsverzeichnis</i>	4
<i>1. Einleitung und Eingrenzung</i>	3
<i>2. Dimensionen der Programmqualität</i>	4
2.1 Gebot der Vielfalt	4
2.2 Die Relevanz	5
2.3 Das Gebot der Professionalität	6
2.4 Akzeptanzfaktoren	7
2.5 Das Gebot der Rechtmäßigkeit	8
<i>3. Empirische Untersuchung</i>	9
3.1 Zur Methode	10
3.2 Auswertung und Interpretation der Ergebnisse	11
3.3 Selbstkritik und Verbesserungsmöglichkeiten	14
<i>4. Schlussbetrachtung</i>	15
<i>5. Literaturverzeichnis</i>	17
<i>6. Anhang</i>	18
Freiwillige Verhaltensgrundsätze zu Talkshows im Tagesprogramm der im VPRT zusammengeschlossenen privaten Fernsehveranstalter, 30. Juni 1998	19
Inhaltsanalyse- Codebuch	21
Inhaltsanalyse – Kodiererergebnisse aller Talkshows (zusammengefasst)	23
Extrembeispiel – Vera am Mittag vom 16.12.2003	25
Ergebnisse - Online-Umfrage - Qualität im Fernsehen am Beispiel von Talkshows [25.01.2003]	27

1. Einleitung und Eingrenzung

„Die Quote ist inzwischen für das gesamte duale System die einzig verbindliche Währung“ (Herke 2003, S. 5). Diese von Herke zitierte Aussage Norbert Schneiders, der ehemals Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten war, verdeutlicht die „Instrumentalisierung des Publikums“ (Herke 2003, S. 5) und unterstellt dem gesamten dualen Rundfunksystem einen Qualitätsverlust. Zur Beurteilung von Programmqualität existieren verschiedene Wertesysteme. Wie z.B.: politische Werte, Werte der Profession, Werte der Allgemeinen Ästhetik und Werte des Publikums (vgl. Schatz 1992, S. 691).

Trotz der Vielfalt an Bewertungssystemen von Programmqualität gibt es einen verbindlichen Orientierungsrahmen: die Rechtsgrundlagen für den Rundfunk in der BRD (vgl. Schatz 1992, S. 691). Danach kommt den öffentlich-rechtlichen Anstalten die Grundversorgung zu, welche vor allem als Gebot zur inhaltlichen und strukturellen Programmvielfalt zu sehen ist (vgl. Website DJV).

Private Anbieter müssen lediglich einem „Grundstandard gleichgewichtiger Vielfalt genügen“ (Schatz 1992, S. 692). Während die öffentlich-rechtlichen Anstalten durch die Rundfunkräte ein ausgewogenes Kontrollorgan besitzen, welches über die Einhaltung der gesetzlich bestimmten Rahmenbedingungen in den Programmgattungen und somit auch über die Talkshows achtet, mussten die privaten Sender, um einer gesetzlichen Regelung und somit einer Einschränkung der Veranstaltungsfreiheit zu entgehen, einen einheitlichen Rahmenkontext für Talkshows schaffen. Am 4. Juni 1998 einigten sich die Landesmedienanstalten und der VPRT, der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e.V., in einem Spitzengespräch auf den „Code of Conduct“, einem Verhaltenskodex für Talksendungen (siehe Anhang S. 19). Nach zahlreichen Verstößen gegen diese Grundsätze (siehe 1.5) gelangt man zu der Frage: „Reicht der „Code of Conduct“ zur Qualitätssicherung aus, oder sollten hierfür [doch] gesetzliche Bestimmungen erlassen werden?“ In dieser Arbeit werden nun die Qualitätsmerkmale erläutert und der aktuelle Qualitätsstand der Talkshows ermittelt. Zunächst werden Grundlagen zur Qualitätsbeurteilung vermittelt und anschließend anhand einer Inhaltsanalyse angewandt. Zusätzlich vergleichen wir die Ergebnisse mit dem „wahrgenommenen Bild“ von Talkshows, das durch eine Umfrage erhoben wurde.

2. Dimensionen der Programmqualität

2.1 Gebot der Vielfalt

Da den Massenmedien eine zentrale Bedeutung zugeschrieben wird, sie also Öffentlichkeit herstellen müssen und „freie, umfassende und chancengleiche Meinungsbildung“ (Schatz 1992, S. 693) zu ermöglichen haben, ist das Gebot der Vielfalt als Qualitätskriterium unerlässlich (vgl. Rundfunkstaatsvertrag §25 Meinungsvielfalt).

Es ist üblich, Vielfalt auf die Struktur des Programmangebots insgesamt oder auf einzelne Inhaltsaspekte zu beziehen. Bei der Betrachtung eines einzelnen Genres wie der Talkshows ist der Fokus auf die inhaltliche Vielfalt zu richten, welche sich nach Merkmalen der Meinungsvielfalt und der Informationsvielfalt aufteilt. Letztere lässt sich wiederum in die Interessen-, Personen- und Themendarstellung untergliedern (vgl. Punkt 1 VPRT (Anhang S. 19)).

Interessen bilden sich aus Akteuren und finden zusätzlich ihren Niederschlag in Themen (vgl. Schatz 1992, S.694 Abbildung 1 (Anhang S. 18)).

Die Akteure lassen sich in Individuen und soziale Einheiten (bzw. deren Repräsentanten) untergliedern. Soziale Einheiten bestehen ihrerseits wieder aus sozialen Kategorien (z.B.: Frauen, Jugendliche, Arbeitlose...) und sozialen Systemen (Gruppen, Organisationen, Netzwerke) (vgl. Schatz 1992, S.694 Abbildung 1 (Anhang S. 18)).

Die Themen lassen sich ebenfalls in eine weitere logische Gliederungsebene der Themenkategorie und Themenmerkmale unterteilen (vgl. Schatz 1992, S.694 Abbildung 1 (Anhang S. 18)). Die Themenkategorie beinhaltet Einzelthemen, deren Vielfalt innerhalb jeder Themenkategorie selbst zu bestimmen ist.

Aus einer von Christiane Goldberg 1998 veröffentlichten Studie über Themen- und Gästestruktur Deutscher Talkshows, die 449 Sendungen umfasst, geht hervor, dass am häufigsten Alltagsthemen wie Familie und persönliche Beziehungen sowie Gesundheit und Lifestyle auf der Talkagenda stehen und daher nicht von einer Themenvielfalt die Rede sein kann. 34 Prozent aller untersuchten Sendungen behandelten Probleme in der Partnerschaft und in der Familie. In 11 Prozent der untersuchten Sendungen wurden Sex und Erotik thematisiert, 10 Prozent behandelten den Bereich Lifestyle. Themen wie Soziales Leben, Vorurteile, Gesundheit,

Beruf, Glaube, Schicksalsschläge, Finanzen und Politik erreichten jeweils nur einen Anteil von weniger als 10 Prozent (vgl. Goldberg 1998, S. 627). Ferner ist die inhaltliche Präsentation der Themen zu oberflächlich und plakativ, was bedeutet, dass es fast keine Hintergrundinformationen oder Erläuterungen der gesellschaftlichen Relevanz von Themen und Problemen gibt. (vgl. Schilcher 1998, S. 627)

Die Themenmerkmale können inhaltlich, strukturell und kontextuell auf Vielfalt überprüft werden. Inhaltlich wird der semantische Gehalt von Argumenten, Urteilen, Bewertungen, Perspektiven untersucht und auf Vielfalt überprüft. Die strukturellen Themenmerkmale definieren sich durch die Anzahl verschiedener inhaltlicher Themenbestandteile und deren syntaktischer Verknüpfung (vgl. Schatz 1992, S.695). Kontextuelle Themenmerkmale schlagen die Brücke zu dem semantischen Kontext, in dem das Thema behandelt wird (vgl. Schatz 1992, S.695).

2.2 Die Relevanz

Die Relevanz eines Sachverhalts resultiert aus potentiellen oder realen Wirkungen auf andere Sachverhalte. Wenn es um soziale Beziehungen geht, bei denen solche realen oder potentiellen Wirkungen kommunikativ vermittelt werden, erzeugt Relevanz Betroffenheit (vgl. Schatz 1992, S.696).

Die Betroffenheit entsteht dadurch, dass der Sachverhalt die Befindlichkeit oder Lebenslage der Individuen oder sozialen Gruppen berührt. Diese Akteure sehen in ihrer objektiven oder subjektiven Wahrnehmung für sich wichtige Normen und Werte, Bedürfnisse und Interessen, Meinungen und Einstellungen tangiert und messen somit die Relevanz (vgl. Schatz 1992, S.696). Talkshowthemen sind für Rezipienten relevant, wenn jene sich zum einen mit den dargestellten Charakteren identifizieren können und zum anderen durch den Sachverhalt real oder potentiell betroffen sind. Eine relativ hohe Relevanz für den Inhalt der Talkshow ergibt sich folglich aus einer großen Anzahl von real oder potentiell Betroffenen. Zunächst lassen sich verschiedene Relevanzebenen unterscheiden:

Mikroebene, Mesoebene, Makroebene, die die Gesamtgesellschaft und gesellschaftliche Subsysteme wie Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Massenkommunikation umfasst (vgl. Schatz 1992, S.696 Abbildung 2 (Anhang S. 18)).

Das Relevanzniveau beschäftigt sich mit der Frage nach der Qualität und Quantität von Programmangeboten. Zu dieser Bestimmung lassen sich Ansätze der Nachrichtenwert-Theorie als eine erste Grundlage anwenden (vgl. Schatz 1992, S.697). Neben quantitativen Relevanzmerkmalen wie z.B. die Zahl der real oder potentiell Betroffenen, wobei in potentiellen Wirkungssituationen die Eintrittswahrscheinlichkeit von Bedeutung ist, stehen qualitative Relevanzfaktoren. Diese lassen sich noch weiter untergliedern in Wirkungsintensität, Zentralität des betroffenen Wertes, soziale Position/ Prominenz/ Macht der Betroffenen, Freiwilligkeit, räumliche/ ethnische/ emotionale Nähe, Irreversibilität/ Nachhaltigkeit/ Kompensierbarkeit der Wirkung. Diese bisher genannten Kriterien zur Bestimmung von Relevanz eines Fernsehprogramms oder Fernsehbeitrags lassen sich nicht losgelöst von den unterschiedlichen Normen, Werten und Interessen von Rezipienten betrachten, die sich wiederum im Zuge des gesellschaftlichen Wertewandels weiter differenzieren. Aus diesem Grund müssen Attributoren im Gesellschaftssystem gefunden werden, die Relevanz für sich bestimmen können wie z.B.: Öffentliche Meinung, „aktive“ Öffentlichkeit, mediale Öffentlichkeit, wissenschaftliche Öffentlichkeit, Film- und Fernsehkritik (vgl. Schatz 1992, S.696 Abbildung 2 (Anhang S. 18)).

2.3 Das Gebot der Professionalität

Gemäß den Rechtsquellen sollen Informationssendungen den anerkannten journalistischen Grundsätzen entsprechen. Hiermit ist z.B. gewissenhafte Recherche, wahrheitsgetreue Wiedergabe, Berücksichtigung der Auffassung von Betroffenen, Trennung von Nachricht und Kommentar also die Forderung nach Objektivität gemeint (vgl. Schatz 1992, S. 703)

Westerstahl ersetzt Objektivität durch Sachgerechtigkeit und Unparteilichkeit. Diese 2 Punkte möchte ich im Folgenden genauer vorstellen.

Sachgerechtigkeit oder „Angemessenheit“ bezieht sich auf die Übereinstimmung zwischen Medieninhalt und Ereignis und hat somit die zwei Unteraspekte Richtigkeit und Relevanz.

Zum einen müssen die Inhalte also „wahr“ sein zum anderen müssen sie sich auf die für das entsprechende Thema wesentlichen bzw. relevanten Aspekte beziehen (vgl. Punkt 6 VPRT (Anhang S. 20)).

Über Relevanz wurde schon in 1.2 berichtet. Richtigkeit lässt sich empirisch schwer überprüfen, da es meist keine medienunabhängigen Beobachter oder Quellen gibt. Eine Hilfsstrategie wäre z.B. die Regel der „journalistischen W“ (Wer – Was – Wann – Wo – Wie – Warum). Folgendes Zitat aus „Talkshows im Fernsehen“ schildert die Realität:

„Den Anspruch aufzuklären, mit Tabus aufzuräumen und Toleranz zu fördern, lösen die Sendungen ebenfalls nicht ein, da weder über Hintergründe informiert noch gesamtgesellschaftliche Zusammenhänge dargestellt wurden. [...] Nur sehr selten wurde über die tatsächliche gesellschaftliche Relevanz eines Themas informiert.“ (Talkshows im Fernsehen, S. 627)

Die Gefahr ist ein Kultivierungseffekt, also eine Orientierung des eigenen Weltbildes an Fernsehgegebenheiten anstatt an tatsächlichen Gegebenheiten, der zu einem verzerrten Wirklichkeitsbild v.a. bei Jugendlichen führen kann.

Unparteilichkeit lässt sich in Ausgewogenheit und Neutralität aufteilen. Ausgewogenheit ist auf die Darbietung eines einzelnen Themas bezogen und ist dann erfüllt, wenn alle in der öffentlichen Diskussion des Themas vorgetragenen Argumente und Standpunkte berücksichtigt werden und ebenso alle Interessengruppen und auch unmittelbar Betroffene angemessen zu Wort kommen (vgl. Schatz 1992, S. 704). Dies wird auch mit Fairness beschrieben. Für Neutralität ist die Trennung von Nachricht und Kommentar, die Kennzeichnung von Kommentaren und eine möglichst sachliche und unpersönliche Sprache bei Tatsachenberichten entscheidend. Ebenso sollte die „Bildsprache“ nicht unsachlich, emotional und subjektiv als Wertungen in Tatsachendarstellungen eingesetzt werden.

2.4 Akzeptanzfaktoren

Interessen, Wünsche und Bedürfnisse der Rezipienten werden in deutschen Rechtstexten kaum beachtet, wohingegen es in anderen Ländern selbstverständlich ist, neben der Untersuchung des täglichen Nutzungsverhaltens, die „receiver use quality“ als wichtige Qualitätsdimension aufzuführen (vgl. Schatz 1992, S. 705-706). Es müssen die Programmeigenschaften herausgefunden werden, für die sich das Publikum hauptsächlich interessiert, wodurch die beim Fernsehen gesuchten Gratifikationen folglich zu ermitteln sind. Gratifikationen sind zum einen

Erwartungen und Bewertungen des Publikums, z.B. aus vergangenen Fernseherfahrungen und zum anderen Kommunikationsbedürfnisse.

Man nimmt an, dass Kommunikationsbedürfnisse im Wesentlichen für alle Menschen gleichermaßen gelten, da sie aus affektiven und kognitiven Grundbedürfnissen abgeleitet sind. Aus diesen Erkenntnissen lassen sich konkrete Hypothesen über den Zusammenhang zwischen Programmeigenschaften und der Publikumsakzeptanz und daraus inhaltsanalytische Kategorien herleiten.

Ein methodisches Modell hierfür liefert die Nachrichtenforschung. Den „Nachrichtenwert“, der sich aus Kriterien der Akzeptanz und Relevanz herleitet, könnte man analog bei Fernsehsendungen als „Akzeptanzwert“ bezeichnen (vgl. Schatz 1992, S. 707). Für Nonfiction-Sendungen wären dann z.B. wichtige Akzeptanzfaktoren Überraschung, Kuriosität, Personalisierung, Betroffenheit, Negativismus und Emotionalisierung. Neben solch inhaltlichen Programmmerkmalen sind auch formale Gestaltungselemente wie die faszinative Darstellung von Details, komische Kontraste, Strukturierung nach Pro-Contra-Schema, direktes Ansprechen des Zuschauers, Verwendung von verbalen und visuellen Stereotypen von Bedeutung. Zu beachten sind aber individuelle Variationen in der Ausprägung der gesuchten Gratifikationen, die sich zu Themeninteressen und Stilpräferenzen in Bezug auf die jeweiligen Programmkategorien zusammenfassen lassen. Themeninteressen sind eine relativ dauerhafte Neigung zu bestimmten thematischen Kommunikationsinhalten wie z.B. Politik, Wirtschaft, Sport. Stilpräferenzen sind eine relativ dauerhafte Bevorzugung einer bestimmten Machart der medialen Inhalte, v.a. die formale Gestaltung von Sendungen wie z.B. (Sprach)Niveau, Visualisierung, Dominanz von Bild gegenüber Sprache/Text, Dynamik der Gestaltung, Originalität der darstellerischen Mittel.

Am Beispiel Talkshow ist festzustellen, dass die Talkshows zwar vielen Akzeptanzfaktoren entsprechen bzw. extra so aufgebaut sind, aber durch die inhaltliche und formal gestalterische qualitative Umsetzung (Stilpräferenzen) in der Gunst vieler Zuschauer doch eine relativ niedrige Akzeptanz erreichen.

2.5 Das Gebot der Rechtmäßigkeit

Die Rechtsgrundlagen für den öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk enthalten eine Reihe von Anforderungen an die Rechtmäßigkeit der Programme zum

Schutz fundamentaler Werte und Rechtsgüter. Eine Missachtung dieser Anforderungen ist folglich als Qualitätseinbuße einzustufen. Rechtsbezüge sind 1. die verfassungsmäßige Ordnung und die Grundrechte, 2. die allgemeinen Gesetze und 3. spezielle rundfunkrechtliche Vorschriften.

Wichtige einzuhaltende Grundrechte im Rundfunkstaatsvertrag sind die verfassungsmäßige Ordnung, die Achtung der Menschenwürde, das Toleranzgebot, die Achtung vor Leben, Freiheit und körperlicher Unversehrtheit, ebenso wie die Achtung von Ehe und Familie, Frieden und Völkerverständigung, soziale Gerechtigkeit und Gleichberechtigung. Besonderer Wert wird auf den Schutz der Jugend (vgl. auch die Punkte 2 & 4, 3, 7 VPRT (Anhang S. 19-20)) und das Recht der persönlichen Ehre verwiesen. Dies wird nochmals explizit im Rundfunkstaatsvertrag erwähnt, obwohl die oben genannten Rechtsgüter schon durch andere Vorschriften geschützt sind (GG Art.5, Abs. 2). Das Gleiche gilt für das Gewalt- und Pornographieverbot.

Spezielle rundfunkrechtliche Vorschriften betreffen bestimmte Produktionsquoten, z.B. wird ein Hauptteil europäischer Werke an der Sendezeit vorgeschrieben, Meinungsumfragen, z.B. die Angabe ihrer Repräsentativität, Werbung und Sponsoring, wie z.B. keine Irreführung, Trennung der Werbung von anderen Programmteilen. Verstöße sind inhaltsanalytisch relativ einfach festzustellen, schwieriger ist es, sie zu gewichten.

Beispiel für einen Verstoß aus der Vergangenheit:

Für Vera am Mittag verhängt die Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (LPR) Rheinland-Pfalz wegen des Auftrittes einer Domina mit ihrem latexverpackten Sklaven in der Sendung zum Thema „Sex, das Spiel ohne Grenzen“ (März 1996, SAT.1) ein Bußgeld von 200.000 DM. (Selg 1998, S. 63)

3. Empirische Untersuchung

„Ende letzten Jahres sah es fast so aus, als hätten die freiwilligen Verhaltensgrundsätze gewirkt. Die Talkshow-Beobachtung durch die FSF schien reine Formsache. Aber dann nahm die Anzahl der Problemfälle wieder zu. [...] Inzwischen sieht es allerdings nach Entspannung aus: [...] Die FSF drängt auf Besserung.“ (Gottberg 1998, S. 63)

Mit diesem Zitat wollen wir unsere Forschungsfrage „Reicht der „Code of Conduct“ zur Qualitätssicherung aus, oder sollten hierfür [doch] gesetzliche Bestimmungen erlassen werden?“ einleiten.

Um diese zu beantworten haben wir verschiedene Talkshows aufgezeichnet und anhand der unter 1.0 aufgeführten Qualitätskriterien kodiert und analysiert.

Weiterhin haben wir eine Online-Umfrage mit verschiedenen Fragen bezüglich der Forschungsfrage innerhalb des Studienganges AMW durchgeführt. Das Analyseergebnis der Talkshows wird anschließend mit den Umfrageergebnissen verglichen.

3.1 Zur Methode

Innerhalb einer selbst gewählten künstlichen Woche vom 11.12.2003 bis zum 17.12.2003 wurden wochentags täglich die drei Talkshows „Franklin“, „Vera am Mittag“ und „Britt“ auf SAT1 aufgezeichnet, womit sich eine Anzahl von 15 aufgezeichneten Talkshows ergibt. Die Talkshow „Vera am Mittag“ vom 12.12.2003 war eine „Quizshow“ und wurde daher nicht kodiert, wodurch sich die Gesamtzahl der kodierten Talkshows auf 14 reduziert. Diese Talkshows wurden qualitativ und quantitativ inhaltsanalytisch nach Gesichtspunkten kodiert, die wir gemäß unserer Forschungsfrage (vgl. 2.0) ausgewählt haben. Die Kodierung wurde je (Talk)Gästegruppe ausgeführt, womit sich eine Gesamtzahl von 48 Kodiereinheiten (was 48 Gästegruppen, bzw. 113 Einzelpersonen entspricht) ergibt. Hierzu wurde ein Codebuch mit sieben Tabellen erstellt: Die ersten fünf beziehen sich auf die in 1.1-1.5 genannten Dimensionen von Qualität, die sechste auf den Moderator, die siebte auf allgemeine (Qualitäts-)Gesichtspunkte.

Als zweite empirische Erhebung wurde eine Online-Umfrage zur „Qualität im Fernsehen am Beispiel von Talkshows“ durchgeführt. Diese bestand aus 20 Fragen und war nur an die Studiengänge AMW Matrikel `02 und Matrikel `03 gerichtet. Mittels IP-Blocker wurde eine Mehrfachausführung der Umfrage verhindert. Im Durchschnitt gab es 94 Stimmen je Frage. Die Fragen und Ergebnisse sind im Anhang (Kodierung: Seite 21 bis 26, Umfrage: Seite 27 bis 29) zu finden.

3.2 Auswertung und Interpretation der Ergebnisse

Die Auswertung erfolgt gemäß der Reihenfolge der Tabellen in der Kodierung.

Bei der Tabelle „Vielfalt“ ist zu erkennen, dass die (sozialen) Systeme sehr homogen, nämlich hauptsächlich die Systeme Familie und Beziehung sind.

Ähnlich verhält es sich mit den (sozialen) Kategorien. Hier sind v.a. die sozial schwachen Kategorien vertreten, wie Arbeitslose, Hausfrauen, Rentner und Angestellte in meist niedrigen Positionen. Entsprechend diesen Beobachtungen beziehen sich die Themen hauptsächlich auf „Partnerschaft und Familie“, gefolgt von „soziales Leben“ und „Sex und Erotik“ und „Gewalt“. Diese haben nämlich unter Umständen einerseits durch die Auswahl der oben genannten (sozialen) Kategorien als Talkgäste einen hohen „Konfliktwert“ und werden andererseits von den Rezipienten – ebenso vorwiegend die oben genannten (sozialen) Kategorien – eher nachgefragt, als Themen wie Politik und Wirtschaft. Zusätzlich haben diese Gruppen zur Sendezeit überwiegend die Möglichkeit, dieses Programm zu rezipieren. Diese Beobachtungen werden auch durch die Fragen 16 bis 18 der Umfrage bestätigt.

Die Tabelle „Relevanz“ zeigt deutlich, dass weder prominente Personen noch Personen in mittleren bis hohen Machtstellungen vertreten sind. Die Zahl der von den Themen real Betroffenen liegt bei 3,2 (mittel), da zwar viele Themen durch die Wahl von „Partnerschaft und Familie“ viele Personen betreffen, im Gegensatz aber auch viele Themen sehr „exotisch“ sind, um das Interesse des Rezipienten am „Nicht-Normalen“ zu bedienen. Die Umfrage bestätigt weitestgehend diese Beobachtungen (Frage 19 & 20), wenn auch Frage 20 überraschend hoch in Richtung „ja“ ausgefallen ist.

Bei der Tabelle Professionalität ist zu erkennen, dass wichtige Forderungen wie Richtigkeit, Vollständigkeit und Hintergründe nur gering erfüllt werden und die Beiträge fast überwiegend emotional, subjektiv, wertend und kaum sachlich sind. Frage 9 der Umfrage stützt diese Ergebnisse. Die Themenrelevanz ist mit 3,8 auf einer Skala von 1-5 relativ hoch ausgefallen, was natürlich positiv zu bewerten ist, allerdings keine Aussage über die Qualität des Themas gibt. Frage 10 der Umfrage widerspricht eher diesen Beobachtungen. Um diese Diskrepanz zu relativieren bzw. ganz aufzulösen, müsste weitere Forschung hierzu betrieben werden. Die niedrigen Werte der Items „Argumente“, „Betroffene“ und „Personen diff. Mei-

nung“ sowie die Frage 11 der Umfrage verdeutlichen die fehlende Ausgewogenheit der Talkshows. Das Item „Auswahl-Personen“ hat deshalb nur die Ausprägung „mittel“ (2,0), da zwar die ausgewählten Personen meist schon zu den Themen „passten“, allerdings vom „Niveau und Stil“ – siehe Item Stil in Tabelle „Allgemeines“ – nicht in der Lage waren, „schwierigere“ Themen konstruktiv und tief greifender zu diskutieren. Es könnten folglich durch eine andere „Personenauswahl“ – Talkgäste mit höherer Bildung oder mit geringeren sozialen Problemen – viele Items „positiv gesteigert“ werden. Eine Regressionsanalyse bezüglich der Variablen „Vulgäres“ und „Stil – Talkgäste“ bei allen Gästegruppen von „Vera“ ergab einen Korrelationskoeffizienten von -0,63, d.h. umso mehr „Vulgäres“ vorkam, umso geringer war der „Stil“ der Talkgäste. Der Wert ist zwar zu gering, um signifikant zu sein, aber für die geringe Fallzahl schon relativ hoch. Da die anvisierte Zielgruppe höchstwahrscheinlich allerdings die momentane „Qualität“ der Talkshows favorisiert, wird sich in der Richtung wohl nicht viel ändern. Es gilt wohl eher, „Schlimmeres“ zu verhindern.

Die Nachrichtenfaktoren der Akzeptanztabelle bewegen sich alle zwischen gering bis mittel. Da dies jedoch Durchschnittswerte sind, sollten die Ergebnisse keinesfalls relativiert werden, da die Ausprägungen der einzelnen Items in einigen Talkshows besonders hoch waren, in vielen Talkshows immerhin noch partiell hoch. Hierzu ist im Anhang ein Beispiel der Talkshow „Vera am Mittag“ vom 16.12.2003 zu finden, welches besonders „negative Ergebnisse“ widerspiegelt (Anhang S. 25-26). Frage 12 der Umfrage bestätigt diese Ergebnisse kaum. Dies kann daran liegen, dass der Begriff „Nachrichtswerte“ nicht erläutert wurde und ca. 50% der Befragten (AMW `03) noch nicht bekannt war und so u.U. falsch interpretiert wurde.

Ähnliche Aussagen lassen sich zur Tabelle „Rechtmäßigkeit“ treffen. Viele Talkshows weisen zwar keine Missachtung der Rechtmäßigkeit auf, einige jedoch relativ stark und zwar v.a. im Bereich „Jugendschutz – Sexualität“, „Persönliche Ehre/Menschenwürde“, „Achtung vor Leben/Freiheit/Familie“ (vgl. Anhang S. 25-26). Analog verhält es sich mit vulgären Redeweisen. Frage 15 der Umfrage bekräftigt die Beobachtung der häufigen Missachtung der persönlichen Ehre, Frage 14 zeigt deutlich ein allgemeines Problem auf, das auch die gesamte Inhaltsanalyse betrifft: Es wurde festgestellt, dass Talkshows nach einigen Gesichtspunkten die Rechtmäßigkeit teilweise verletzen, dass dies auch der Fall bei anderen

Nachmittagssendungen ist, aber nicht, inwieweit dies absolut als gering oder stark jugendgefährdend eingestuft werden kann. Es fehlt folglich ein „Maßstab“, der das „Optimum“ darstellt bzw. einen „Vergleich“ ermöglicht. Außerdem wären genauere Kenntnisse über „festgelegte Richtlinien“ zum Jugendschutz notwendig.

Bei der Tabelle Moderator sind die Items „Haltung“, „Meinung“ und „Gesprächsführung“ zufrieden stellend. Allerdings ist auch wieder eine große Streuung vorhanden, was bedeutet, dass einige (wenige) der Talkshows nicht in dieser Hinsicht akzeptabel waren, andere diese „negativen“ Ergebnisse nur ausgeglichen haben. Ähnliches gilt für die Items „Einschreiten“ und „Schutz“ (vgl. Anhang S. 24 mit S. 26). Beim Item „Identifizierung“ gibt es keine Beanstandungsgründe. Fragen 3 & 4 der Umfrage verdeutlichen die Ergebnisse: Zwar sollte der Moderator bei ausfallenden Gästen regulierend wirken, die Realität sieht allerdings meist anders aus.

Fragen 1 und 2 der Umfrage zeigen, dass weder auf das Problem des Gastes während der Sendung genügend eingegangen wird, noch Talkshows zwischenmenschliche Konflikte lösen können. Dies wurde auch anhand der Kodierung in der Tabelle Allgemein festgestellt. Eine Konfliktlösung ebenso wie „Positives“ ist kaum vorhanden. Abweichende Einstellungen zu gesellschaftlich anerkannten Normen und Werten werden immerhin überwiegend als nicht normal dargestellt. Positiv zu bewerten ist, dass sich im Publikum bei Franklin und Vera des Öfteren ein von der Redaktion organisierter Diplom-Psychologe befand, der sich häufig konstruktiv und helfend geäußert hat, allerdings auch in vielen Fällen „überfordert war“.

Die Ergebnisse der Fragen 7 & 8 der Umfrage sind allerdings alarmierend. Immerhin fast 43% der Befragten denken, dass Talkshows Werte- und Orientierungsfragen der Gesellschaft gefährden und fast 75% sind der Ansicht, dass sich der Rezipient u.U. mit von gesellschaftlichen Normen abweichenden Anschauungen und Werten identifizieren könnte. Ebenso denken ca. 60%, dass das Niveau von Talkshows in letzter Zeit abgenommen hat (Frage 5).

Um diese 3 letztgenannten schwerwiegenden Negativerscheinungen zu verhindern, sind ca. 55% für weitere gesetzliche Auflagen von Seiten des Gesetzgebers/der Medienbehörden (Frage 6). Diese Ergebnisse würden unsere Forschungsfrage bejahen, widersprechen allerdings zum Teil den Ergebnissen aus Frage 3. Insgesamt

samt zeigt sich deutlich, dass die Forschungsfrage durchaus berechtigt ist, es also noch Missstände existieren, die es weiter zu erforschen gilt.

3.3 Selbstkritik und Verbesserungsmöglichkeiten

Die beispielsweise mittels t-Verteilung ermittelten Konfidenzintervalle im Folgenden zeigen deutlich, dass die Ergebnisse der 14 kodierten Talkshows bzw. 48 Gästegruppen ungenügend signifikant sind. Bei „Relevanz“ ergibt sich bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% für alle Gästegruppen von Vera ein Intervall von [3,7;4,7] (Mittelwert 4,2; Skala 1-5: 1:gering, 5:hoch). Die Intervallgröße beträgt somit 20%, was eindeutig zu hoch ist. Nimmt man alle Gästegruppen, verkleinert sich das Intervall auf 15,6% ([3,43;4,21]). Selbst das ist noch zu hoch. Es ist trotzdem möglich, ungefähre Aussagen zu treffen, da selbst die Grenzen der Konfidenzintervalle noch Werte darstellen, die dem ermittelten Mittelwert in etwa ähneln.

Bei Frage 19 der Umfrage ergibt sich beispielsweise ein Intervall von [1,97;2,33] (Mittelwert 2,15; Skala 1-4: 1:gering, 4:hoch), dass somit eine Größe von 9% bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% hat. Es ist immer noch zu groß, aber die Ergebnisse sind von ihrer Validität schon besser als die der Kodierung. Daraus ist nicht zwangsläufig zu folgern, bei Abweichungen zwischen den Ergebnissen der Kodierung und der der Umfrage die der Umfrage vorzuziehen, da die Ergebnisse der Umfrage ebenfalls kritisch zu betrachten sind. Nur ca. 20% der Befragten sehen sich Talkshows im privaten Fernsehen an, 30 % im öffentlich-rechtlichen Fernsehen und 40 % gar keine Talkshows (Frage 13 der Umfrage).

Es hätte folglich noch per Frage von Anfang an geklärt werden müssen, wie häufig die Befragten Talkshows im privaten Fernsehen bereits gesehen haben, um die Validität der Ergebnisse zu überprüfen. Statistische Erhebungen fehlen auch, sind allerdings aufgrund der relativ homogenen Befragungsgruppe nicht so wichtig. Ein weiteres Problem ist eine fehlende „Kodiererschulung“ bzw. ein ungefähres Angleichen der subjektiven Bewertungskriterien der beiden Kodierer. Ebenso wäre als „Kontrollgruppe“ eine Kodierung von Talkshows aus dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen empfehlenswert gewesen, um die Kodiererergebnisse besser bewerten zu können.

Hauptkritikpunkt ist allerdings die zu geringe Fallzahl bei beiden Methoden, die es zu erhöhen gilt.

4. Schlussbetrachtung

„Was immer die Auguren erblicken mögen: In jedem Fall signalisiert die Qualitätsdebatte einen mediengeschichtlichen Umbruch, der Fragen nach der Gültigkeit tradiert und neu sich ausformender kultureller Werte einerseits, nach dem Verhältnis sozial-kultureller, ästhetischer, ökonomischer und produktionstechnischer Werte andererseits aufwirft.“ (Bolik 1997, S. 11) An diesem Zitat wird klar, wie bedeutend und vielseitig die Qualitätsdebatte ist. Die unter 1.1 bis 1.5 aus medienrechtlichen Bestimmungen und einem professionellen Konsens hergeleiteten Qualitätskriterien sind bei weitem nicht das Nonplusultra. Es wird z.B. nicht aufgegriffen bzw. beachtet, dass Werte zwischen und teilweise innerhalb von verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen und Subsystemen umstritten und zum Teil sogar gegensätzlich sind. Ebenso werden ökonomische Werte bzw. Betrachtungen nicht aufgegriffen, die in anderen Wertekatalogen wiederum auftauchen (vgl. Bolik 1997, S. 11-12).

Im vom VPRT veröffentlichten „Code of Conduct“ wird wiederum die Rolle des Moderators sehr stark in den Vordergrund gerückt, wobei hier auch Analogieschlüsse zu anderen Genres möglich sind (vgl. Punkte 2, 8, 9 VPRT (Anhang S. 19-20)).

Ebenso unterschiedlich sind die Auffassungen in Bezug auf Gefährdung des Jugendschutzes. Während die Gesetzestexte hier sehr explizite Vorschriften aufweisen und öffentlich die Talkshows als „jugendgefährdend“ angekreidet werden, sind ebenso gegenläufige Meinungen vertreten.

„Im Hinblick auf Überlegungen zum Jugendschutz kann festgestellt werden, dass die täglichen Talksendungen nicht geeignet sind, Kinder und Jugendliche sittlich schwer zu gefährden und zu desorientieren.“ (Mikos 1997, S. 19)

Es ist folglich sehr schwer, einen konsensfähigen Katalog (idealtypischer) Werte zu entwickeln.

Der „Code of Conduct“ ist ein erstes Qualitätsrichtmaß für Talkshows und nach unseren Analyseergebnissen noch weiter durchsetzungsbedürftig und ausbaufähig. Die Zusammenarbeit der privaten Fernsehveranstalter mit der FSF und dem Ju-

genschutzbeauftragten ist ein guter Ansatz, um den Verhaltenskodex der privaten Fernsehveranstalter inhaltlich entschiedener und effektiver umzusetzen und sollte daher intensiviert werden. Höhere Bußgeldrahmen bei Verstößen gegen den „Code of Conduct“ wären u.U. ein wirksames Mittel, könnten aber genauso gut u.U. von den privaten Fernsehsendern bereitwillig gezahlt werden, „solange die Quote stimmt.“

„Falls der Weg der Selbstkontrolle des Fernsehens bei den Talkshows zu keiner Besserung führt, wird daran gedacht, gesetzliche Vorschriften zu schaffen, die zu einer Besserung führen können.“ (Merk 1999) Gesetzliche Bestimmungen sollten allerdings nur mit Vorsicht angewandt werden, damit sie nicht als Zensurmaßnahmen gelten.

Eine Möglichkeit stellt der Vierte Rundfunkänderungsstaatsvertrag dar. Hier wurde durch den §3 ermöglicht, dass Sendeformate wie z. B. Nachmittagstalkshows im Einzelfall in die Abendstunden verbannt werden können, wenn die Ausgestaltung der Sendung nach Thema, Themenbehandlung, Gestaltung oder Präsentation bei einer Gesamtbewertung einen Verstoß gegen Jugendschutzbestimmungen darstellt. Dies könnte im Einzelfall die Einschaltquoten nach oben treiben, würde aber bei „häufigerer Anwendung“ nicht im Sinne der privaten Fernsehveranstalter sein, da sie so ihre anvisierten Zielgruppen sowohl nachmittags als auch abends „verlieren“ würden.

5. Literaturverzeichnis

Bolik, Sibylle / Schanze, Helmut (Hrsg.) (1997): Qualitätsfernsehen – Fernsehqualitäten. Siegen: DFG-Sonderforschungsbereich.

DJV(Deutscher Journalisten-Verband e. V.), Elektronische Medien, Online im Internet: http://www.djv.de/aktuelles/elektronische_medien.shtml [03.02.04]

Freiwillige Verhaltensgrundsätze der im VPRT zusammengeschlossenen privaten Fernsehveranstalter zu Talkshows im Tagesprogramm vom 30. Juni 1998 (Code of Conduct). Online im Internet: http://www.fsf.de/php_lit/index.php [07.11.2003]

Goldberg, Christiane (1998): Themen- und Gästestruktur deutscher Talk-Shows. In: Media Perspektiven 12/98 S. 627.

Gottberg, Joachim von (1998): Heftiger Streit und Überraschungsgäste. Nach einer Häufung von Problemfällen geht es in Talkshows wieder zu. In: tv diskurs, 9/1998, S. 63-65. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. Online im Internet: http://www.fsf.de/php_lit/index.php [07.11.2003]

Herkel, Günter (2003): Krise und Geiz: Qualität ist geil! In: Medienpolitische ver.di-Zeitschrift Nr. 11 November 2003 Jahrgang 52, S.5.

Merk (1999): Fortgesetzte Verstöße gegen den „Verhaltenskodex“ der Talkshows im privaten TV-Tagesprogramm. In: Protokoll des Niedersächsischen Landtags, 27. Sitzung, Hannover, 6. Mai 1999.

Mikos, Prof. Dr. Lothar (1997): Gepflegte Langeweile mit exotischen Einlagen. Themenstruktur der täglichen Talkshows und ihre Nutzung durch Kinder. In: tv diskurs, 1/1997, S. 14-19. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. Online im Internet: http://www.fsf.de/php_lit/index.php [07.11.2003]

Schatz, Heribert / Schulz, Winfried (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: Media Perspektiven, 11/1992. S. 690-712.

Schilcher, Jutta (1998): Seelenstriptease für Voyeure oder Lebenshilfe für jedermann? Vier Tages-Talkshows im Vergleich. In: Media Perspektiven 12/98 S. 627.

Selg, Olaf (1998): Die Talk-Chronik. In: tv diskurs, 5/1998, S. 62-63. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. Online im Internet: http://www.fsf.de/php_lit/index.php [07.11.2003]

Talkshows im Fernsehen: Inhalte und Wirkungen, Zuschauer- und Kandidatenmotive. In: Media Perspektiven, 12/1998, S. 625-632. ARD-Forschungsdienst.

Westerstahl, Jörgen: Objective news reporting: General premises. In: Communication Research, 10, 1983, S. 404-424.

6. Anhang

Abbildung 1 Aspekte der Programmvielfalt

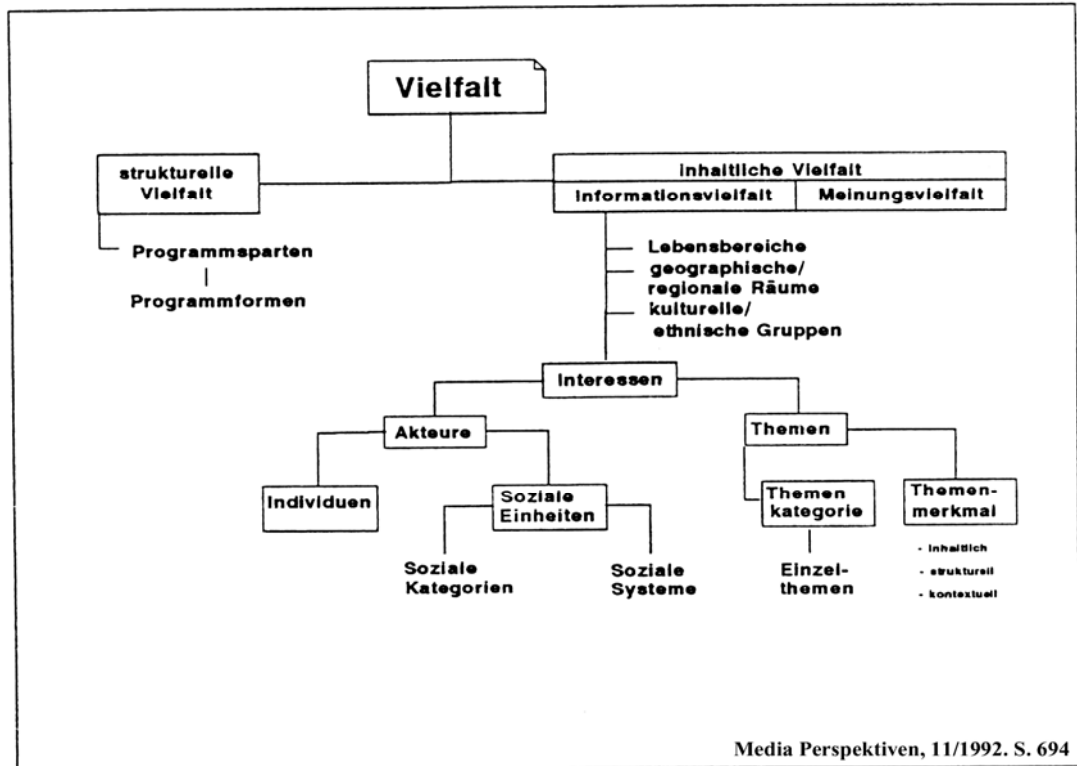
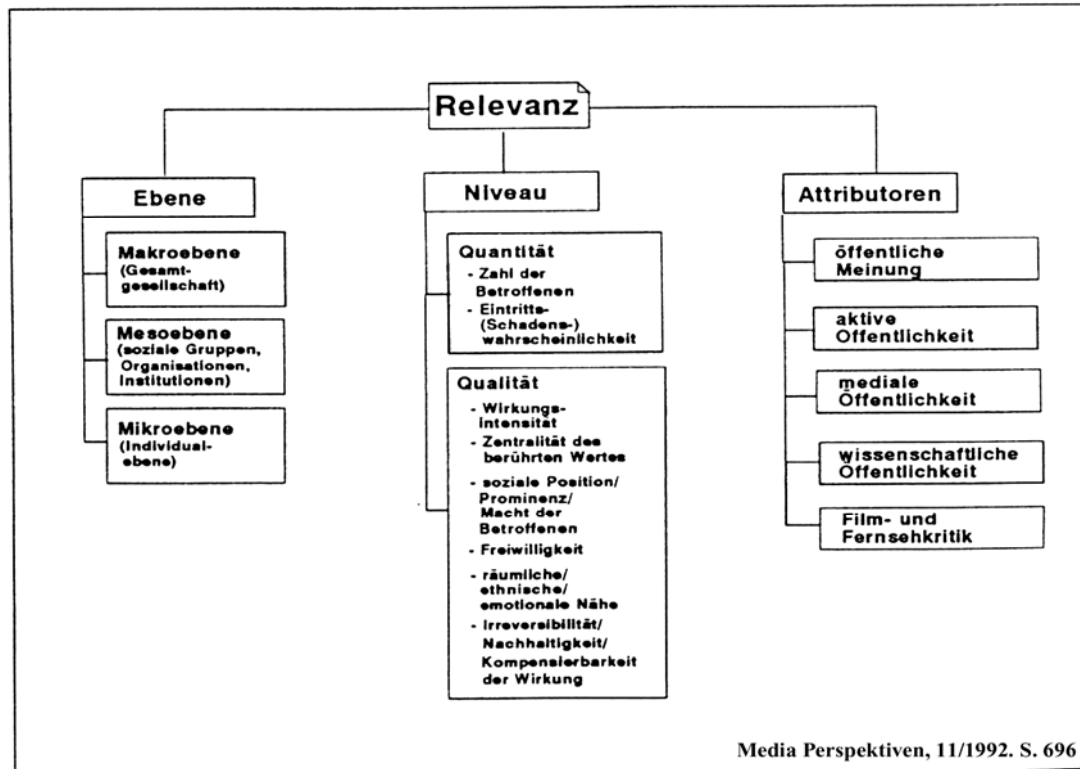


Abbildung 2 Aspekte der Relevanz



Freiwillige Verhaltensgrundsätze zu Talkshows im Tagesprogramm der im VPRT zusammengeschlossenen privaten Fernsehveranstalter, 30. Juni 1998

Leitlinien zur inhaltlichen Ausgestaltung und Programmierung von Talkshows im Tagesprogramm

1. Als Grundsatz der redaktionellen Arbeit gilt, Vertreter unterschiedlicher Meinungen bzw. Wertehaltungen zu Wort kommen zu lassen. So sollten jeweils Befürworter und Gegner zu einem kontroversen Thema geladen werden. Die Redaktion stellt durch die Auswahl der Gäste sicher, dass die Zuschauer zwischen mehreren Alternativen wählen und sich ihr eigenes Bild und Urteil über das behandelte Thema machen können.

2. Meinungspluralität bedeutet nicht Meinungsbeliebigkeit. Keinesfalls soll Vertretern extremer Anschauungen (rassistischen/volksverhetzenden) ein Forum für die unwidersprochene Selbstdarstellung geboten werden. Kriminelle Verhaltensweisen dürfen nicht verharmlost werden. Darüber hinaus wird die Moderatorin/der Moderator Aufrufe zur Intoleranz, Befürwortung von Diskriminierung oder Missachtung der Menschenwürde und die Billigung von bzw. Anleitung zu Straftaten in einer Talkshow unterbinden bzw. in der gebotenen Schärfe in den normativen Kontext einordnen. Im übrigen dürfen Meinungen, deren sozial fragwürdiger Charakter offenkundig ist bzw. außerhalb des Wertepluralismus des Grundgesetzes stehen, nur in dem Maße präsentiert werden, in dem die Moderatorin/der Moderator in der Lage ist, die Problematik der Meinung deutlich zu machen. Je fragwürdiger die Meinung ist, desto stärker muss das Sendungsganze ein Gegengewicht schaffen, damit sozialetisch desorientierende Wirkungen bei Kindern und Jugendlichen verhindert werden.

3. Die Auswahl der Talkgäste und der Studiogäste richtet sich nach den Themen. Die Talk- und Studiogäste sollen in einem angemessenen und der Problematik des Themas entsprechenden Alter sein. Dies gilt insbesondere auch für das Thema Sexualität. Bei Sendungen, in denen aus thematischen Gründen Kinder und Jugendliche auftreten, ist die Erlaubnis der Erziehungsberechtigten einzuholen. Durch geeignete Maßnahmen der Vor- und Nachbetreuung ist sicherzustellen, dass aus dem Fernsehauftritt keine Beeinträchtigung der Entwicklung oder sonstige Schädigungen hervorgehen. Bei der Auswahl von Kindern als Talkgäste ist soweit möglich der Grad ihrer Belastbarkeit und Unerfahrenheit zu beachten.

4. Sexualität, Gewalt und der Umgang mit Minderheiten sowie extrem belastende Beziehungskonflikte sind Alltagsthemen, an deren Behandlung das Publikum ein starkes Interesse hat. Diese Themen sind besonders sensibel zu behandeln und bedürfen einer besonders gründlichen Vorbereitung. Leitgedanke muss sein, Kinder und Jugendliche vor einseitigen und unrelativierten und desorientierten Extrem-

Vorstellungen sowie beeinträchtigenden Inhalten zu schützen. Eine Abstimmung mit der Abteilung Jugendschutz und gegebenenfalls der Rechtsabteilung hat zu erfolgen.

5. Zwischenmenschliche Konflikte sollen soweit möglich nicht ohne das Angebot von Konfliktlösungen oder Konfliktlösungsstrategien thematisiert werden. Insgesamt sollte neben der Thematisierung von negativen Aspekten und Problemen auch Positives Berücksichtigung finden, um sicherzustellen, dass bei Heranwachsenden kein pessimistisches Weltbild entsteht.

6. Zur Verdeutlichung einer Problemstellung gehört bei manchen Themen auch die Darstellung von außergewöhnlichen und abweichenden Einstellungen zu ge-

sellschaftlich anerkannten Normen und Werten. Es ist jedoch darauf zu achten, dass das Außergewöhnliche nicht als das Durchschnittliche und das Abweichende nicht als das Normale erscheint.

7. Vulgäre Redeweisen sollen in Talkshows vermieden werden. Dabei wird jedoch auf die unter Jugendlichen übliche Sprache Rücksicht genommen. Sollte ein Gast derartige Ausdrücke unbedacht benutzen, wird er von der Moderatorin/vom Moderator darauf hingewiesen, dies zu unterlassen. Sollte er trotzdem weiterhin auf grobe Weise gegen den guten Geschmack verstoßen, werden die kritischen Passagen soweit möglich durch die Redaktion in der Nachbearbeitung unverständlich gemacht. Darüber hinaus werden die Gäste durch die Moderatorin/den Moderator und die Redaktion vor der Sendung entsprechend vorbereitet.

8. Der Moderatorin/dem Moderator obliegt neben der Redaktion eine besondere Bedeutung für das Erscheinungsbild der Sendung und der Präsentation der jeweiligen Themen. Als die zentrale Identifikationsfigur der Sendung behält sie/er immer die Gesprächsführung in der Hand. Es soll nicht der Eindruck entstehen, die Moderatorin/der Moderator identifiziere sich mit Positionen, die im eklatanten Widerspruch zum gesellschaftlichen Konsens stehen.

9. Die Moderatorin/der Moderator übernimmt die Rolle des Diskussionsleiters und ist verantwortlich für die Einhaltung von Regeln, die einen Meinungsstreit ermöglichen sollen, der von der Achtung der Diskussionsteilnehmer untereinander geprägt ist. Sie/er verhindert Eskalationen zwischen den Talkgästen, die einen Gesprächsteilnehmer in seiner Menschenwürde oder seinen Persönlichkeitsrechten herabsetzen. In harten und sich emotionalisierenden Konfrontationen trägt sie/er zur Versachlichung bei. Sie/er stellt sich schützend vor Talk- oder Publikumsgäste, die aufgrund von Labilität, emotionalem Stress oder intellektueller Überforderung etwaigen Angriffen nicht gewachsen sind. Dies gilt in besonderem Maße bei Kindern und Jugendlichen.

Inhaltsanalyse- Codebuch

Codebuch zur Inhaltsanalyse der Talkshows

Werte/Ergebnisse: Vielfalt	Systeme	Kategorien	Themenkategorie
1	Beziehung	Arbeitsloser	Partnerschaft & Familie
2	Familie	Hausfrau	Sex & Erotik
3	Alleinstehend	Rentner	Lifestyle
4	alleinerziehendes Elternteil	Arbeiter	soziales Leben
5	-	Angestellter	Gesundheit
6	-	Selbstständiger	Beruf
7	-	Schüler	Gewalt
8	-	Azubi	Ungläcke & Verbrechen
9	-	Künstler	Wirtschaft
10	-	-	Politik
11	-	-	Sport
12	-	-	Ökologie

Werte/Ergebnisse: Relevanz	Betroffene	Prominenz	Machtstellung
1	sehr hoch	internationale Prominenz	hohe Machtposition (Papst, Politiker)
2	hoch	nationale Prominenz	mittlere Machtposition (Vorstandschef eines Unternehmens)
3	mittel	regionale Prominenz	niedrige Machtposition (Meister, Facharbeiter)
4	niedrig	unbekannt	machtlose Stellung (Arbeitslose)
5	sehr niedrig	-	-
insgesamt:			

Werte/Ergebnisse: Professionalität	R - V - H (Richtigkeit/Vollständigkeit/Hintergründe)	Themenrelevanz	Sachlichkeit	Argumente (Alle in der öffentlichen Diskussion des Themas vortragenden Argumente und Standpunkte berücksichtigt?)	Betroffene (Alle Interessengruppen und unmittelbar Betroffene angemessen zu Wort gekommen?)	Personen diff. Meinung (Vertreter unterschiedlicher Meinungen bzw. Wertehandlungen zu Wort kommen gelassen)	Auswahl-Personen (bezüglich des Themas angemessene Auswahl der Talk- und Studiogäste)
1	R keine	nein	sachlich	kaum	kaum	kaum	gering
2	R gering	kaum	emotional	mittel	mittel	mittel	mittel
3	R mittel	wenig	subjektiv	überwiegend ja	überwiegend ja	überwiegend ja	hoch
4	R stark	überwiegend ja	wertend	-	nicht eingeladen	-	-
5	V keine	ja vollkommen	-	-	-	-	-
6	V gering	-	-	-	-	-	-
7	V mittel	-	-	-	-	-	-
8	V stark	-	-	-	-	-	-
9	H keine	-	-	-	-	-	-
10	H gering	-	-	-	-	-	-
11	H mittel	-	-	-	-	-	-
12	H stark	-	-	-	-	-	-
insgesamt:							

Werte/Ergebnisse: Akzeptanz	Überraschung	Kuriosität	Betroffenheit	Negativismus	Emotionalisierung
1	keine	keine	keine	keine	keine
2	gering	gering	gering	gering	gering
3	mittel	mittel	mittel	mittel	mittel
4	stark	stark	stark	stark	stark
insgesamt:					

Werte/Ergebnisse: Rechtmäßigkeit	Missachtung	Art	Vulgäres
0	keine	-	kein
1	gering	Jugendschutz Sexualität	wenig
2	mittel	Jugendschutz Gewalt	mittel
3	stark	Jugendschutz Kriminalität	stark
4	-	Persönliche Ehre/ Menschenwürde	überbleibt
5	-	Toleranzgebot	-
6	-	Achtung vor Leben/Freiheit/Familie	-
7	-	Gleichberechtigung (v.a. Frauen...)	-
8	-	Sonstiges	-
insgesamt:			

Werte/Ergebnisse: Moderator	Haltung (unterbindet bzw. ordnet der Moderator Aufrufe zur Intoleranz, Befürwortung von Diskriminierung oder Mißachtung der Menschenwürde und die Billigung von bzw. Anleitung zu Straftaten unter gebotener Schärfe in einem normativen Kontext ein?)	Meinung (Stellt der Moderator Meinungen mit sozial fragwürdigem Charakter bzw. außerhalb des Wertpluralismus des Grundgesetzes stehende Meinungen als Problematisch dar?)	Gesprächsführung (Behält der Moderator die Gesprächsführung in der Hand?)	Identifizierung (Identifiziert sich der Moderator mit Positionen die im Widerspruch zum gesellschaftlichen Konsens stehen?)	Einschreiten (Verhindert der Moderator Eskalationen zwischen den Talkgästen, die einen Gesprächsteilnehmer in seiner Menschenwürde oder seinen Persönlichkeits-rechten herabsetzen?)	Schutz (Schützt der Moderator Talk- oder Publikums-gäste, die aufgrund von Labilität, emotionalem Streß oder intellektueller Überforderung etwaigen Angriffen nicht gewachsen sind?)
0	nicht notwendig	nicht notwendig	-	-	nicht notwendig	nicht notwendig
1	Ja vollkommen	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja in jedem Fall
2	Überwiegend	Überwiegend	Überwiegend	Überwiegend	Überwiegend	Überwiegend
3	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
4	Nein eher das Gegenteil	-	-	-	Nein, im Gegenteil: Moderator arbeitet extra darauf hin	-
insgesamt:						

Werte/Ergebnisse: allgemein	Konfliktlösung	Stil	Positives	Normen/Werte (Darstellung von außergewöhnlichen und abweichenden Einstellungen zu gesellschaftlich anerkannten Normen und Werten)
1	keine Konfliktlösung (KL)	Sprache gering	kaum	als normal dargestellt
2	kaum KL	Sprache mittel	mittel	differenziert betrachtet
3	mittlere KL	Sprache hoch	hoch	als nicht normal dargestellt
4	gute KL	Studiogäste gering	-	-
5	einseitig bestimmte KL	Studiogäste mittel	-	-
6	-	Studiogäste hoch	-	-
7	-	Talkgäste gering	-	-
8	-	Talkgäste mittel	-	-
9	-	Talkgäste hoch	-	-
insgesamt:				

Inhaltsanalyse – Kodiererergebnisse aller Talkshows (zusammengefasst)

Datum	Uhrzeit	Sender	Moderator/in	Name
Montag-Freitag	11.00- 12.00	SAT1	Vera	Vera am Mittag
	12.00- 13.00		Franklin	Franklin
	13.00- 14.00		Britt	Britt

Werte/Ergebnisse: Vielfalt	Systeme	Kategorien	Themenkategorie
1	20	38	37
2	26	29	6
3	31	4	-
4	5	9	22
5	-	13	3
6	-	1	5
7	-	9	4
8	-	3	-
9	-	5	-
10	-	-	-
11	-	-	-
12	-	-	-

Werte/Ergebnisse: Relevanz	Betroffene	Prominenz	Machtstellung
1	1	-	-
2	15	-	-
3	14	2	12
4	9	111	101
5	9	-	-
insgesamt:	3,2	3(n=2); 4(n=111)	3(n=12); 4(n=101)

Werte/Ergebnisse: Professionalität	R - V - H	Themenrelevanz	Sachlichkeit	Argumente	Betroffene	Personen diff. Meinung	Auswahl- Personen
1	15	4	6	18	13	10	11
2	17	6	28	19	25	31	24
3	15	5	47	7	10	7	13
4	1	13	37	-	-	-	-
5	18	20	-	-	-	-	-
6	18	-	-	-	-	-	-
7	11	-	-	-	-	-	-
8	1	-	-	-	-	-	-
9	15	-	-	-	-	-	-
10	17	-	-	-	-	-	-
11	16	-	-	-	-	-	-
12	-	-	-	-	-	-	-
insgesamt:	R2,0; V1,9; H2,0	3,8	1(n=6); 2(n=28); 3(n=47); 4(n=37)	1,8	1,9	1,9	2

Werte/Ergebnisse: Akzeptanz	Überraschung	Kuriosität	Betroffenheit	Negativismus	Emotionalisierung
1	4	6	3	13	3
2	18	15	15	12	22
3	19	20	16	13	12
4	7	7	14	10	11
insgesamt:	2,6	2,6	2,9	2,4	2,7

Werte/Ergebnisse: Rechtmäßigkeit	Missachtung	Art	Vulgäres
0	32	-	21
1	10	4	11
2	8	-	8
3	4	-	5
4	-	11	3
5	-	1	-
6	-	5	-
7	-	-	-
8	-	1	-
insgesamt:	1,7 (n=22); "0"(n=32)	1(n=4); 4(n=11); 5(n=1); 6(n=5); 8(n=1)	2,0(n=27); "0"(n=21)

Werte/Ergebnisse: Moderator	Haltung	Meinung	Gesprächsführung	Identifizierung	Einschreiten	Schutz
0	35	29	-	-	32	41
1	2	10	32	2	1	-
2	8	7	10	46	6	5
3	3	2	6	-	9	2
4	-	-	-	-	1	-
5	-	-	-	-	-	-
insgesamt:	2,1 (n=13); "0"(n=35)	1,6 (n=19); "0"(n=29)	1,5	2	2,6 (n=17); "0"(n=32); 4(n=1)	2,3 (n=7); "0"(n=41)

Werte/Ergebnisse: allgemein	Konfliktlösung	Stil	Positives	Normen/Werte
1	29	28	36	2
2	6	18	10	13
3	1	1	2	30
4	4	8	-	-
5	9	33	-	-
6	-	-	-	-
7	-	30	-	-
8	-	16	-	-
9	-	1	-	-
insgesamt:	1,6 ("5"(n=3))	1,4; 1,8; 1,4	1,3	2,6

Extrembeispiel – Vera am Mittag vom 16.12.2003

Datum	Uhrzeit	Sender	Moderator/in	Name	Thema
16.12.2003	12.00-13.00	SAT1	Vera	Vera am Mittag	Altraum Familie: Und wie soll es weitergehen? Teil 2

Werte/Ergebnisse: Vielfalt	Systeme	Kategorien	Themenkategorie
1	1	2	4
2	3	7	-
3	-	2	-
4	-	-	-
5	-	-	-
6	-	-	-
7	-	-	-
8	-	-	-
9	-	-	-
10	-	-	-
11	-	-	-
12	-	-	-

Werte/Ergebnisse: Relevanz	Betroffene	Prominenz	Machtstellung
1	-	-	-
2	4	-	-
3	-	-	-
4	-	4	4
5	-	-	-
insgesamt:	2	4	4

Werte/Ergebnisse: Professionalität	R - V - H	Themenrelevanz	Sachlichkeit	Argumente	Betroffene	Personen diff. Meinung	Auswahl-Personen
1	3	-	-	2	3	2	2
2	1	-	4	2	1	2	2
3	-	-	4	-	-	-	-
4	-	1	4	-	-	-	-
5	3	3	-	-	-	-	-
6	1	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-
9	3	-	-	-	-	-	-
10	1	-	-	-	-	-	-
11	-	-	-	-	-	-	-
12	-	-	-	-	-	-	-
insgesamt:	R1,3;V1,3;H1,3	4,8	2(n=4); 3(n=4); 4(n=4)	1,5	1,3	1,5	1,5

Werte/Ergebnisse: Akzeptanz	Überraschung	Kuriosität	Betroffenheit	Negativismus	Emotionalisierung
1	-	-	-	-	-
2	-	3	-	-	-
3	3	1	1	1	1
4	1	-	3	3	3
insgesamt:	3,3	2,3	3,8	3,8	3,8

Werte/Ergebnisse: Rechtmäßigkeit	Missachtung	Art	Vulgäres
0	-	-	-
1	1	-	1
2	-	3	-
3	4	-	1
4	1	2	1
5	-	-	1
6	-	-	-
7	-	-	-
8	-	-	-
insgesamt:	2,8 (n=6)	2 (n=3); 4 (n=2)	3,3 (n=4)

Werte/Ergebnisse: Moderator	Haltung	Meinung	Gesprächsführung	Identifizierung	Einschreiten	Schutz
0	2	3	-	-	-	2
1	-	-	-	-	-	-
2	1	-	3	4	1	1
3	1	1	1	-	3	1
4	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-
insgesamt:	2,5 (n=2); "0" (n=2)	3 (n=1); "0" (n=3)	2,3	2	2,8 (n=4);	2,5 (n=2); "0" (n=2)

Werte/Ergebnisse: allgemein	Konfliktlösung	Stil	Positives	Normen/Werte
1	4	2	4	-
2	-	2	-	-
3	-	-	-	4
4	-	-	-	-
5	-	4	-	-
6	-	-	-	-
7	-	3	-	-
8	-	1	-	-
9	-	-	-	-
insgesamt:	1	1,5; 2,0; 1,3	1	3

Ergebnisse - Online-Umfrage - Qualität im Fernsehen am Beispiel von Talkshows [25.01.2003]

Ziel ist es herauszufinden, ob die Qualität der Talkshows den geforderten Qualitätskriterien (vgl. Code of Conduct, Schatz/Schulz, ...) entspricht oder doch differenziertere gesetzliche Regelungen erforderlich sind.

1. Wird in der Sendung genügend auf das Problem des Gastes eingegangen?

ja	nein	weiß nicht
11,96 % (n=11)	66,30 % (n=61)	21,74 % (n=20)

(n=92)

2. Talkshows können dazu beitragen, zwischenmenschliche Konflikte zu lösen.

ja	nein	weiß nicht
12,24 % (n=12)	78,57 % (n=77)	9,18 % (n=9)

(n=98)

3. Wenn Gäste in Talkshows ausfallend werden, sollte/n

der Moderator sie in ihre Grenzen weisen	der Moderator nicht regulierend eingreifen	rechtliche Schritte eingeleitet bzw. Behörden tätig werden	weiß nicht
82,18 % (n=83)	9,90 % (n=10)	2,97 % (n=3)	4,95 % (n=5)

(n=101)

4. Bei Gästen, die in Talkshows ausfallend werden, kommen Moderatoren ihren (regulierenden) Pflichten

genügend nach	ungenügend nach	weiß nicht
31,82 % (n=28)	52,27 % (n=46)	15,91 % (n=14)

(n=88)

5. Beurteilung des Niveaus von Talkshows in letzter Zeit

hat zugenommen	ist gleich geblieben	hat abgenommen	weiß nicht
1,80 % (n=2)	16,22 % (n=18)	60,36 % (n=67)	21,62 % (n=24)

(n=111)

6. Ist es angemessen, dass der Gesetzgeber/ die Medienbehörden den Fernsehsendern bei den Talkshows zusätzliche Auflagen (z.B. hinsichtlich Themen, Gästen und Sendezeiten) erteilen?

ja	nein	weiß nicht
55,32 % (n=52)	36,17 % (n=34)	8,51 % (n=8)

(n=94)

7. Gefährden Talkshows Werte- und Orientierungsfragen der Gesellschaft?

geraten in Gefahr	Befürchtung halte ich für übertrieben	weiß nicht
42,86 % (n=39)	51,65 % (n=47)	5,49 % (n=5)

(n=91)

8. Könnte sich der Rezipient mit den Talkgästen bzw. deren "von gesellschaftlichen Normen" abweichenden Anschauungen und Werten identifizieren?

ja	unter Umständen	nein	weiß nicht
4,81 % (n=5)	74,04 % (n=77)	17,31 % (n=18)	3,85 % (n=4)

(n=104)

9. Werden die Themen in Talkshows gewissenhaft & ausführlich recherchiert?

ja	überwiegend	weniger	nein	weiß nicht
1,06 % (n=1)	7,45 % (n=7)	52,13 % (n=49)	25,53 % (n=24)	13,83 % (n=13)

(n=94)

10. Beziehen sich die Inhalte auf die für das entsprechende Thema wesentlichen bzw. relevanten Aspekte?

ja	überwiegend	weniger	nein	weiß nicht
0,00 % (n=0)	25,56 % (n=23)	55,56 % (n=50)	7,78 % (n=7)	11,11 % (n=10)

(n=90)

11. Werden alle in der öffentlichen Diskussion eines Themas vorgetragene Argumente und Standpunkte berücksichtigt, kommen alle Interessengruppen und unmittelbar Betroffene zu Wort?

ja	überwiegend	weniger	nein	weiß nicht
0,00 % (n=0)	6,52 % (n=6)	47,83 % (n=44)	39,13 % (n=36)	6,52 % (n=6)

(n=92)

12. Sind Talkshows grundsätzlich auf Nachrichtenfaktoren ausgerichtet?

ja	überwiegend	weniger	nein	weiß nicht
8,70 % (n=8)	13,04 % (n=12)	21,74 % (n=20)	53,26 % (n=49)	3,26 % (n=3)

(n=92)

13. Würden Sie eher Talkshows im privaten oder im öffentlich-rechtlichen Fernsehen ansehen?

privat	öffentlich-rechtlich	gar nicht	weiß nicht
21,11 % (n=19)	30,00 % (n=27)	40,00 % (n=36)	8,89 % (n=8)

(n=90)

14. Sind Talkshows jugendgefährdend (v.a. im Hinblick auf Themen aus den Bereichen Sexualität, Gewalt, Kriminalität)?

ja	überwiegend	weniger	nicht mehr als andere Nachmittags-Sendungen	weiß nicht
7,53 % (n=7)	17,20 % (n=16)	22,58 % (n=21)	47,31 % (n=44)	5,38 % (n=5)

(n=93)

15. Missachten Talkshows das Gebot der persönlichen Ehre (v.a. von Talkgästen, Betroffenen)?

ja	manchmal	selten	nein	weiß nicht
21,51 % (n=20)	65,59 % (n=61)	7,53 % (n=7)	2,15 % (n=2)	3,23 % (n=3)

(n=93)

16. Kommen die Talkshowgäste überwiegend aus ähnlichen bzw. gleichen sozialen Schichten?

ja	überwiegend	weniger	nein	weiß nicht
33,33 % (n=30)	45,56 % (n=41)	5,56 % (n=5)	11,11 % (n=10)	4,44 % (n=4)

(n=90)

17. Sind die Themenkategorien der Talkshowthemen vielfältig oder eher einseitig?

große Vielfalt	weniger große Vielfalt	eher Einseitigkeit	absolute Einseitigkeit	weiß nicht
2,17 % (n=2)	17,39 % (n=16)	57,61 % (n=53)	20,65 % (n=19)	2,17 % (n=2)

(n=92)

18. Sind in Talkshows überwiegend behandelte Themen gesamtgesellschaftlich von großer Bedeutung, in speziellen Gruppen oder Organisationen bedeutsam, oder haben sie nur für vereinzelte Individuen eine Bedeutung?

gesamtgesellschaftlich relevant	für einzelne gesellschaftliche Subsysteme relevant	nur für einzelne Individuen relevant	gar nicht relevant	weiß nicht
0,00 % (n=0)	53,06 % (n=52)	37,76 % (n=37)	8,16 % (n=8)	1,02 % (n=1)

(n=98)

19. Wie hoch schätzen Sie die Anzahl der Menschen (in Bezug auf die Gesamtbevölkerung), die sich mit den Themen real identifizieren können?

sehr hoch	hoch	gering	sehr gering	weiß nicht
2,13 % (n=2)	23,40 % (n=22)	58,51 % (n=55)	12,77 % (n=12)	3,19 % (n=3)

(n=94)

20. Treten in Talkshows prominente Personen oder Personen in entsprechend hohen Machtpositionen auf?

ja ausschließlich	ja öfter	ja aber nur selten	nein	weiß nicht
0,00 % (n=0)	14,13 % (n=13)	50,00 % (n=46)	23,91 % (n=22)	11,96 % (n=11)

(n=92)