

# „Let's talk about Talk“

## Materialien zur Daily Talkshow für die medienpädagogische Praxis

Nach Jahren ungebrochener Expansion zeigen sich im Bereich der Daily Talkshows erste Verschleißerscheinungen. Hans Meiser, der 1994 das Format im Nachmittagsfernsehen etablierte, verabschiedete sich im März dieses Jahres mit der 1700. Sendung von seinem Publikum, und so verschwindet nach und nach immer wieder eine der Nachmittagsstundensendungen in der Hauptausstrahlungszeit zwischen 13.00 und 17.00 Uhr. Trotzdem bleibt das Format für die Sender außerordentlich attraktiv. Es ist kostengünstig, schnell zu produzieren und wird von über 10 Millionen Zuschauern täglich gesehen. Zu ihnen zählen auch viele Jugendliche, die sich mit Talkshows unterhalten und amüsieren. Bedingt durch die in der Pubertät anstehenden Entwicklungsaufgaben spielen die Aspekte der Orientierung und Information eine wichtige Rolle. Vor allem Jugendliche, deren Lebensumfeld wenig Orientierungsmöglichkeiten bietet, erhoffen sich von Talkshows Hilfestellungen für ihren Alltag. Sie tendieren dazu, sich mit den Gästen zu identifizieren und versuchen, aus deren Verhalten und Fehlern zu lernen. Dass es in Talkshows in erster Linie um die mediale Inszenierung von Konflikten und Betroffenheit geht und nicht um die Lösung von Problemen, erkennen Jugendliche mit einer sehr „involvierenden Rezeption“ häufig nicht.

Das vorliegende Medienpaket *Let's talk about Talk* wurde vom Adolf Grimme Institut entwickelt, um bei Jugendlichen eine kritische und distanzierte Rezeption zu fördern. In Auftrag gegeben wurde es von der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen und der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz. Es

enthält ein Video mit Ausschnitten verschiedener Talkshowsendungen, zahlreiche Exemplare eines „TalkMagazines“, eine CD-ROM mit Vorlagen für Arbeitsblätter sowie ein ausführliches Begleitheft für die Pädagogen. Geeignet ist das Paket insbesondere für Schüler ab der Sekundarstufe I, es kann aber auch als Ausgangsmaterial für eine Unterrichtsreihe in der gymnasialen Oberstufe verwendet werden.

Mit Hilfe von Hintergrundinformationen zur Produktionsweise und Inszenierungstechnik sollen Jugendliche die Machart einer Talkshow durchschauen. Das dem Paket in mehrfacher Ausgabe beigelegte „TalkMagazine“ erklärt anhand der jugendorientierten Sendungen *Arabella*, *Andreas Türck*, *Sonja* und *Bärbel Schäfer* alle wichtigen Produktionsabläufe vor und während einer Sendung. Die Jugendlichen erfahren, nach welchen Kriterien die Gäste ausgewählt werden, welche Funktion die „warm-upper“ haben oder wie eine Talksendung finanziert wird und welche Bedeutung die Werbung dabei spielt. Die verschiedenen Moderatoren werden in kurzen Steckbriefen und Interviews vorgestellt. Zwischen den einzelnen Textblöcken sind Sprechblasen mit O-Tönen von Jugendlichen zu den einzelnen Themen eingefügt. Benedikt (15) meint etwa: „Talkshows an sich sind ja ganz witzig, aber man darf das nicht alles ernst nehmen, was da gelabert wird.“ Heiko (16) glaubt: „Die Gäste kriegen einen Zettel in die Hand gedrückt, und denen wird gesagt: Hier, lern das mal auswendig, so musst du das dann sagen.“ Diese teilweise kritischen und hinterfragenden Stellungnahmen überliert man in dem sehr unübersichtlichen, einem Fanmagazin ähnlichen Layout jedoch sehr leicht.

Dem detaillierten Aufbau einer Talkshow widmet sich das Video. Die ausgewählten Sendungen aus den Themenbereichen „Liebe/Partnerschaft“, „Gewalt/Streit“, „Krankheit/Sterben“ und „Schönheit/Körper/Mode“ wurden in die einzelnen Elemente Trailer, Anmoderation, Szenen und Abmoderation aufgeteilt und danach zusammengeschnitten. Durch die so erzeugte direkte Gegenüberstellung der einzelnen strukturellen Elemente einer Talkshow ist es für die Jugendlichen einfacher, sowohl die immer wiederkehrenden Muster der Inszenierung als auch die Unterschiede in Bezug auf den Moderationsstil oder den Umgang mit den Gästen zu erkennen. Mit Hilfe des zu dem Video erstellten Fragenkatalogs, der sich auf der CD-ROM befindet, können diese Aspekte von den Jugendlichen selbstständig erarbeitet werden. Fragen wie: „Was würdest du anders gestalten?“ oder: „Macht der Moderator auf euch wirklich den Eindruck, an der Lösung des Problems interessiert zu sein?“ regen darüber hinaus zum kritischen Hinterfragen an. Zu den einzelnen Sendungen und Fragebögen finden sich ausführliche Angaben auf der CD-ROM und im Begleitheft. Dort werden zudem weitere Themengebiete wie die Geschichte des Genres „Talkshow“, die verschiedenen Talkformate oder die unterschiedlichen Rezeptionsweisen behandelt. Auch dieses Material kann im Unterricht eingesetzt werden, eignet sich aber, wie die Arbeitsblätter zur detaillierten Formatanalyse, eher für Schüler der Sekundarstufe II. Am Ende der Unterrichtseinheit oder Projektwoche wird die Umsetzung des Erarbeiteten in einem Rollenspiel oder in einer von

# Talk

den Jugendlichen selbst inszenierten Talkshow empfohlen. Das erworbene Wissen kann dabei spielerisch umgesetzt werden. Als hilfreich erweist sich hier das „TalkMagazine“. Die einzelnen Berufe und Aufgabenfelder wie Casting, Recherche, Redakteur oder Exposé sind dort gut erklärt und übersichtlich zusammengefasst, so dass ohne große Schwierigkeiten von den Jugendlichen eigenständig ein Konzept für eine Talkshow oder Talkshowparodie erstellt werden kann.

Das Paket bietet also eine Vielzahl an Ideen und Möglichkeiten, um damit eine abwechslungsreiche Unterrichtsreihe zu gestalten. Fraglich ist, ob Jugendliche durch einen solchen „Blick hinter die Kulissen“ ihre Rezeptionsweise grundlegend ändern. Gerade im Hinblick auf Jugendliche, die Talkshows als Ersatz für familiäre und freundschaftliche Bindungen nutzen, ist es wichtig, nicht nur Informationen zur Machart und Inszenierung zu vermitteln, sondern auch alternative Verhaltensweisen zur oberflächlichen Problembewältigung in Talkshows aufzuzeigen. Dieser wichtige Punkt kommt in den zusammengestellten Materialien aber nur am Rande vor, ebenso wie die Frage der eigenen Motivation, sich Talkshows anzuschauen. Ein Arbeitspapier, mit dem die Jugendlichen ihre eigenen Sehgewohnheiten analysieren und hinterfragen, wäre daher sinnvoll gewesen.

Die Verschleißerscheinungen des Genres „Talkshow“ betreffen übrigens auch die Aktualität des vorliegenden Medienpakets. So wurde die Talkshow *Sonja*, die sich sowohl im „TalkMagazine“ als auch im Video findet, wenige Monate nach Erscheinen des Pakets abgesetzt. Es empfiehlt sich

deswegen, auch von den Jugendlichen selbst aufgezeichnete Sendungen und zusammengestelltes Informationsmaterial zu verwenden.

Insgesamt eignet sich das Material, zusammengestellt je nach Alter und Wissenshintergrund der Kinder und Jugendlichen, für den Einsatz im Unterricht. Für die Förderung einer kritischen Rezeption gegenüber Medieninhalten bei Jugendlichen ist es aber meines Erachtens notwendig, dieses Thema in ein umfassendes Konzept zur Medienerziehung einzubinden.

*Leopold Grün*

Zu beziehen ist *Let's talk about Talk* (Begleitheft für PädagogInnen, 30 Talkmagazine, CD-ROM, Video) bei: KoPäd Verlag, München 2000. ISBN: 3-934079-25-3 ([www.kopaed.de](http://www.kopaed.de)) 98,00 DM