

**Eine reguläre Dosis von Prominenten
Ein Einblick in die Einstellung der Öffentlichkeit zu den
Talkshows der tschechischen Fernsehsender**

**O doză importantă de celebrități. O viziune asupra părerii
publicului despre talkshow-urile televiziunii cehe**

**A Regular Dose of Celebrities. An Insight into the Attitude of
the Public to the talkshows of the Czech Television Channels**

Petra BAČUVČÍKOVÁ,

Universitatea Thomasse Batti, Zlin, Cehia

E-mail: petra.bacuvcikova@email.cz

Abstract:

The aim of the contribution is to capture and describe the attitude of Czech television audience to the talkshows. It is assumed that the offer of TV talkshows in the Czech Republic compared to the USA or Germany is very different. This may have several reasons, but the most important reason is the taste of the audience. The text thus offers an insight into the interests of the target group and wants to ascertain whether the interests of the potential viewers really correspond with the offer. This has been done using a questionnaire. It turns out that in contrast to the big interest in daily talkshows, where as guests "people like you and me" which means non-prominent guests appear, as it arouses in Germany for example, the Czech public still is interested in celebrity guests more.

Zusammenfassung:

Das Ziel des Beitrages ist es, die Einstellung tschechischer Fernsehzuschauer zu den Talkshowsendungen zu erfassen und beschreiben. Es wird davon ausgegangen, dass das Angebot an TV-Talkshows in Tschechien im Vergleich zu den USA oder Deutschland sehr anders ist. Dies kann mehrere Gründe haben, als der wichtigste Grund wird jedoch der Geschmack der Zuschauer wahrgenommen. Der Text bietet somit einen Einblick in die Interessen der Zielgruppe und will feststellen, ob die Interessen der potenziellen Zuschauer wirklich dem Angebot beistimmen. Dies wird mit Hilfe eines Fragebogens erfasst. Es stellt sich heraus, dass im Unterschied zu dem großen Interesse an Daily Talkshows, in den "Leute wie du und ich", also nicht-prominente Gäste auftreten, wie dies beispielsweise in Deutschland der Fall ist, zieht die tschechische Öffentlichkeit immer noch Sendungen mit Prominenten Gästen vor.

Rezumat:

Scopul lucrării este de a surprinde și de descrie atitudinea telespectatorilor cehi referitoare la talkshow-urile TV. Se pornește de la premisa că, oferta talkshow-urilor din Cehia este diferită de cele din SUA sau Germania din diferite motive, dar cel mai important este gustul telespectatorilor. Lucrarea de față oferă o introspecție asupra intereselor grupului țintă și încearcă să afle, dacă aceste interese corespund într-adevăr ofertei. Pentru aceasta s-au realizat chestionare din care a rezultat că, în cazul emisiunii „Oameni ca tine și ca mine”, emisiune în care în Germania apar oameni obișnuiți, în Cehia sunt preferate aparițiile persoanelor publice.

Keywords: TV-Talkshow, Communication, Celebrities, Spoken Language

Schlüsselwörter: TV-Talkshow, Kommunikation, Prominente, Gesprochene Sprache

Cuvinte cheie: Talkshow-uri TV, comunicare, celebrități, limbă vorbită

In dieser Arbeit steht eine Fernseh-Talkshow im Zentrum der Aufmerksamkeit, insbesondere die Einstellung der Tschechischen Zuschauer zu diesem Format. Die Talkshow ist ein in den 50er Jahren des 20. Jahrhunderts in den Vereinigten Staaten entstandenes Format, das in den 70ern Jahren des 20. Jhs. auch in Deutschland bzw. in ganz Europa übernommen wurde, sich hier zu entwickeln begann und sich seitdem ebenso großer Beliebtheit erfreut. Heutzutage gibt es, obwohl die größte Talkshowwelle der 80er Jahre bereits überwunden ist, bei jedem Sender in Deutschland wenigstens eine, oft jedoch mehrere Talkshows verschiedenster Art. In Tschechien ist die Situation unterschiedlich, es gibt weder so viele Talkshow-Sendungen an sich, noch Talkshow-Arten. Größter Beliebtheit erfreut sich immer noch die Prominenten-Show, teilweise auch Doku-Reality, eine Nachmittagstalkshow mit Nicht-Prominenten findet in Tschechien wenig Interesse. Auf die detaillierte Beschreibung der Entstehung, Entwicklung und Typologie des Formates Talkshow wird in diesem Text nicht eingegangen. Aus den zahlreichen Beiträgen zur Geschichte und Typologie der Talkshow ist an erster Stelle die Übersicht von Löffler (LÖFFLER 2002) zu erwähnen, die sich den Themen der Begriffsklärung der Talkshow, der Geschichte der Talkshow, den telekommunikativen Merkmalen, sowie Attraktivität, der Sprache in der Talkshow und einer Texttypologie des Formates Talkshow widmet.

Mit dem Ziel, das Verständnis des Formates Talkshow bei tschechischen potenziellen Zuschauern zu erfassen, wurde eine Umfrage realisiert, die die Frage beantworten sollte, inwieweit bestimmte Gruppen

der Öffentlichkeit die bereits angebotenen Programme für interessant halten und ob sie ggf. Sendungen vermissen, die tschechische Sender ihren Zuschauern nicht anbieten.

Methode der Realisierung der Umfrage

Die Realisierung erfolgte in der Form einer Umfrage mithilfe eines standardisierten Fragebogens. Der Fragebogen wurde auf der Webseite www.vyplnto.cz veröffentlicht, die sich auf soziologische Erhebungen und Marketing-Erhebungen spezialisiert. Die Umfrage stellte kein repräsentatives Erhebungsverfahren dar, denn sie wurde in der Form einer Erhebung mit willkürlicher Auswahl der Teilnehmer (zufällige Besucher der genannten Webseite) ohne vorgegebenen Verhältnisanteil durchgeführt. Die Gesamtzahl der Teilnehmer war 186 (siehe Tabelle 1), die einzelnen demographischen Gruppen sind nicht gleichmäßig vertreten: Es sind mehr Frauen als Männer vertreten und es haben vor allem Menschen, die nicht älter als 40 Jahre alt sind, teilgenommen. Aus diesen Gründen ist es nicht möglich, die hier präsentierten Daten in Bezug auf die tschechische Öffentlichkeit als repräsentativ zu verstehen. Es handelt sich eher um einen illustrativen Einblick in die Ansichten einiger ihrer Gruppen.

Der Fragebogen beinhaltete geschlossene bzw. halb offene Fragen mit angebotenen Varianten der Antworten sowie offene Fragen, bei denen die Teilnehmer ihre Einstellungen zum Ausdruck bringen konnten, aber nicht mussten. In der weiteren Auswertung wird bei den quantitativen Fragen sowohl das Gesamtergebnis der ganzen Stichprobe (G) als auch die Teilergebnisse einiger Darstellungsgruppen präsentiert: Männer (M), Frauen (F), Personen im Alter von 15-24 Jahren (15-24), 25-39 Jahren (25-39) und Personen im Alter von 40 Jahren und mehr (40+; in Bezug auf den Alter wurden hier also mehrere Darstellungsgruppen zusammengefügt) und zuletzt Personen mit Abitur, die 20 Jahre alt oder älter sind (MS) und Personen mit Hochschulabschluss, die 20 Jahre alt oder älter sind (FHS/Uni). Die Ergebnisse der Umfrage der bereits genannten Darstellungsgruppen wurden mit dem statistischen Unabhängigkeitstest (Chi-Quadrat-Test, χ^2 -Test)⁶³ verglichen. Da festgestellt wurde, dass keines der Ergebnisse der einzelnen Darstellungsgruppen von den Gesamtergebnissen auf der Ebene von 1 % noch auf der Ebene von 5% abweicht (die meisten Ergebnisse des χ^2 -Testes erreichten hohe, der 100% Übereinstimmung ähnliche Werte), werden in diesem Text die Ergebnisse dieses Testes nicht explizit behandelt.

⁶³ Mit dem Chi-Quadrat-Test (χ^2 -Test) werden Verteilungseigenschaften einer statistischen Grundgesamtheit untersucht.

Geschlecht		Alter		Ausildung		Wirtschaftliche Aktivität	
M	45	15-19	22	Oberschule	16	Schüler Oberschule	1
W	141	20-24	84	Berufliche Grundbildung	8	Schüler Mittelschule	23
		25-29	29	Höhere Berufsbildung	105	Student	73
		30-39	27	Höhere Fachschule	5	Angestellte	55
		40-49	15	Fachhochschule, Universität	52	Selbständig	9
		50-59	5			Arbeitslos	8
		60-69	2			Hausfrau/Hausmann	5
		70+	2			Mutter in Karenz	7
						Rentner	5
186		186		186		186	

Tabelle 1 – Zusammensetzung der Probe

Ergebnisse der Umfrage

In weiteren Absätzen werden die Antworten auf einzelne Fragen der Umfrage dargestellt:

„1. Im tschechischen Fernsehen sind vor allem Talkshow-Sendungen vertreten, in denen Prominente (Künstler, Sportler, Politiker) auftreten und die nicht konfrontativ aufgebaut sind. Dementsprechend sind die Sendungen wie „Krásný ztráty“, „Všechopárty“ oder „Uvolněte se, prosím“ die einzigen, die in der Beziehung Moderator – Gast einen konfrontativen Charakter zeigen. Wie ist Ihre Einstellung zu diesem Typ von Sendungen?“

Den Beteiligten wurden folgende Antwort-Varianten angeboten: „Ich sehe mir sie gerne an (oder wenigstens einige davon) und suche sie auch aus“ (Ich suche sie aus), „Ich sehe sie mir zwar an, suche sie aber nicht aus“ (Ich suche sie nicht aus), „Wenn ich an sie anstoße, will ich eher etwas interessanteres finden.“ (Ich suche etwas anderes) und „Diese Art von Sendungen verfolge ich prinzipiell überhaupt nicht.“ (Verfolge sie prinzipiell nicht). Auch den freiformulierten Antworten wurde Raum gegeben, diese Antworten waren jedoch durchaus uninteressant und werden hier deswegen nicht behandelt. Die Tabelle 2 zeigt in einzelnen Spalten das Gesamtergebnis (G) und die Antworten der oben genannten Darstellungsgruppen. Die letzte Zeile informiert über die Zahl der Teilnehmer in der jeweiligen Gruppe.

	G	Geschlecht		Alter			Ausbildung	
		M	W	15-24	25-39	40+	MS	FHS/Uni
Ich suche sie aus	28,5%	22,2%	30,5%	26,4%	30,4%	33,3%	30,2%	21,2%
Ich suche sie nicht aus	47,3%	46,7%	47,5%	45,3%	57,1%	33,3%	43,8%	55,8%
Ich suche etwas anderes	18,8%	26,7%	16,3%	20,8%	10,7%	29,2%	20,8%	21,2%
Verfolge sie prinzipiell nicht	3,8%	0,0%	5,0%	4,7%	1,8%	4,2%	3,1%	1,9%
Andere Antwort	1,6%	4,4%	0,7%	2,8%	0,0%	0,0%	2,1%	0,0%
Zahl der Antworten	186	45	141	106	56	24	96	52

Tabelle 2 – Einstellung zu den Talkshows mit Prominenten

Wie unten zu sehen sein wird, ist dieser Typ von Talkshow von den in diesem Fragebogen genannten Typen für die Beteiligten am interessantesten. Eine Talkshow mit Prominenten sucht etwa ein Viertel der Beteiligten aus, die Hälfte der Befragten verfolgt diese Sendungen, auch wenn sie diese nicht aktiv aussuchen wollen. Etwa 20% der Beteiligten verfolgt diese Sendungen überhaupt nicht bzw. suchen ein anderes Programm. Aus den einzelnen Darstellungsgruppen bevorzugen diese Sendungen etwas mehr Frauen und Personen mit Abitur, die Unterschiede sind jedoch nicht besonders markant. Auch die Ergebnisse nach einzelnen Altersgruppen sind vergleichbar.

2. „Was mögen Sie oder was mögen Sie an diesem Typ von Sendungen (Talkshow mit Prominenten) nicht?“

Der größte Teil der Beteiligten erwähnte, dass sie sich beim Verfolgen dieser Sendungen gut amüsieren und ggf. interessante Tatsachen aus dem Leben der Prominenten erfahren. Viele Beteiligten erwähnen die Bedeutung des Moderators, der jedoch oft sich selbst statt des Gastes ins Zentrum der Aufmerksamkeit stellt. Weitere Antworten betrafen die Gäste: Einigen Respondenten gefallen bekannte Prominenten, über welche sie etwas Neues erfahren können, andere bevorzugen besondere Gäste wie Ehefrauen von Politikern usw. Bei einigen Beteiligten erregen andererseits Prominente fast Abscheu. Es gab auch eine Antwort, die auf bestimmte Schattenseiten einer nicht-konfrontativen Talkshow hindeutet.

3. Außerdem laufen in Tschechien politische Talkshows, wo als Gäste vorwiegend Politiker auftreten, und deren Stil durchaus als

konfrontativ zu bezeichnen ist (es handelt sich um die Sendungen „Otázky Václava Moravce“ oder „Partie“). Wie ist Ihre Einstellung zu diesen Sendungen?

	G	Geschlecht		Alter			Ausbildung	
		M	W	15-24	25-39	40+	MS	FHS/Uni
Ich suche sie aus	10,8%	15,6 %	9,2 %	8,5 %	7,1 %	29,2 %	11,5 %	7,7%
Ich suche sie nicht aus	22,0%	28,9 %	19,9 %	17,0 %	28,6 %	29,2 %	20,8 %	28,8%
Ich suche etwas anderes	30,1%	20,0 %	33,3 %	34,9 %	26,8 %	16,7 %	28,1 %	32,7%
Verfolge sie prinzipiell nicht	33,3%	28,9 %	34,8 %	34,9 %	33,9 %	25,0 %	34,4 %	30,8%
Andere Antwort	3,8%	6,7%	2,8 %	4,7 %	3,6 %	0,0 %	5,2 %	0,0%
Zahl der Antworten	186	45	141	106	56	24	96	52

Tabelle 3 – Einstellung zu der politischen Talkshow

Die angebotenen Antworten waren die gleichen wie bei der Frage Nr.1. Eine politische Talkshow suchen etwa 10% der Beteiligten, ein Viertel von ihnen sieht sich solche Sendungen an, auch wenn sie diese nicht aktiv aussuchen, und je etwa ein Drittel der Beteiligten behauptet, dass sie diese Sendungen prinzipiell nicht verfolgen oder aktiv ein anderes Programm suchen. Die politische Talkshow scheint für Männer und für Personen, die älter als 40 Jahre sind, interessanter zu sein. Die Unterschiede in den Antworten der Respondenten mit Abitur und mit Hochschulabschluss sind nicht eindeutig interpretierbar.

4. „Was mögen Sie oder was mögen Sie an diesem Typ von Sendungen (politische Talkshow) nicht?“

Die politische Talkshow ruft starke, und zwar vor allem negative Emotionen hervor. Positives Feedback bezieht sich insbesondere auf die Möglichkeit, interessante Informationen zu bekommen, dies betont jedoch nur ein kleiner Teil der Beteiligten. Die meisten Beteiligten haben nämlich ihre negative Ansicht über diese Talkshows klar zum Ausdruck gebracht. Auch hierbei spielt die Persönlichkeit des Moderators eine wichtige Rolle.

5. „Außerdem gibt es Talkshows, wo als Gäste sowohl Politiker wie auch Nicht-Prominente auftreten, und deren Stil sehr konfrontativ ist (im

tschechischen Fernesehen zur Zeit wahrscheinlich nur noch „Máte slovo“). Wie ist Ihre Einstellung zu Sendungen dieser Art?“

	G	Geschlecht		Alter			Ausbildung	
		M	W	15-24	25-39	40+	MS	FHS/Uni
Ich suche sie aus	6,5%	4,4%	7,1%	6,6%	7,1%	4,2%	6,3%	1,9%
Ich suche sie nicht aus	24,2%	22,2%	24,8%	18,9%	30,4%	33,3%	26,0%	21,2%
Ich suche etwas anderes	27,4%	26,7%	27,7%	26,4%	28,6%	29,2%	22,9%	34,6%
Verfolge sie prinzipiell nicht	35,5%	35,6%	35,5%	38,7%	32,1%	29,2%	35,4%	38,5%
Andere Antwort	6,5%	11,1%	5,0%	9,4%	1,8%	4,2%	9,4%	3,8%
Zahl der Antworten	186	45	141	106	56	24	96	52

Tabelle 4 – Einstellung zu der Talkshow mit Politikern und Nicht-Prominenten

Auch bei dieser Frage wurden die gleichen Antworten wie bei den Fragen Nr.1 und Nr.3 angeboten. Sendungen dieser Art finden bei den Respondenten noch weniger Unterstützung als die klassische politische Talkshow, vor allem gibt es weniger Beteiligte, die diese Talkshow aktiv aussuchen, einige behaupten sogar, sie kennen diese Art von Talkshow nicht (die meisten in der Zeile „Andere Antwort“ angeführten Antworten). Etwas mehr Interesse für diese Sendungen zeigen Frauen, bei Männern kommt häufiger die Antwort vor, sie kennen diese Sendung nicht. Die Unterstützung dieser Sendungen steigt scheinbar mit dem Alter, hier sind die Ergebnisse nicht ganz beweiskräftig. Mehr als Beteiligte mit Hochschuldiplom verfolgen diese Sendungen Beteiligte mit Abitur.

	Prominente	Politiker	Nicht-Prominente
Ich suche sie aus	28,5%	10,8%	6,5%
Ich suche sie nicht aus	47,3%	22,0%	24,2%
Ich suche etwas Anderes	18,8%	30,1%	27,4%
Folge sie prinzipiell nicht	3,8%	33,3%	35,5%
Andere Antwort	1,6%	3,8%	6,5%

Tabelle 5 – Vergleich der Einstellung zu einzelnen Talkshow-Typen

Die Tabelle 5 bietet eine Zusammenfassung der oben präsentierten Auswertung der einzelnen Talkshow-Typen: mit Prominenten, mit Politikern und mit Politikern und Nicht-Prominenten. Wie bereits erwähnt wurde, finden die größte Unterstützung Talksows mit prominenten Gästen, die Beliebtheit der anderen zwei Typen ist vergleichbar, wobei der letztere Typ die Beteiligten relativ am wenigsten interessiert.

6. „Was mögen Sie oder was mögen Sie an diesem Typ von Sendungen (Talkshow mit Politikern und mit Nicht-Prominenten) nicht?“

Die Bewertung der Politiker entspricht der oben genannten Bewertungen der politischen Talkshow. Die Respondenten erwähnen, dass die Politiker gerne vom Thema abweichen, nicht konkret antworten oder populistische Ansichten präsentieren. Im Kontext dieser Dissertation kann die Einstellung auf die Rolle der „Menschen wie du und ich“ in dieser Talkshow interessant sein, die meistens eher eine negative Bewertung erhält. Ein Teil der Reaktionen weist direkt auf die Sendung „Máte slovo“ und ihre Moderatorin hin. Die Bewertungen sind sehr unterschiedlich, von sehr positiven bis zu stark ablehnenden.

7. „Besonders bei deutschen TV-Sendern ist seit langem ein Typ von Talkshow sehr verbreitet, der bei uns praktisch nicht existiert – die Gäste sind nicht-prominente Menschen, und der Stil der Talkshow ist konfrontativ. Es treten z.B. Eheleute auf, die vor der Kamera Probleme wie Untreue oder Alkoholismus in lebhaften Diskussionen behandeln, es treten Eltern und Kinder auf, Kinder, die von zu Hause geflohen sind, oder Probleme mit Drogen haben u.ä. Würden Sie es begrüßen wenn eine solche Talkshow auch tschechische TV-Sender anbieten würden?“

Als Antworten auf diese Frage wurden vier Varianten angeboten: „Ja, ich würde sie sicherlich verfolgen“ (Ich würde sie verfolgen), „Vielleicht würde ich sie mir ansehen, aber ich glaube, ich wäre kein treuer Zuschauer“ (Nicht sehr oft), „So eine Sendung finde ich nicht besonders interessant, aber ab und zu würde ich sie mir vielleicht ansehen“ (Ab und zu vielleicht) und „So etwas würde ich sicherlich nicht verfolgen“ (Sicherlich nicht), es gab auch Raum für eine eigene Antwort. Eine Zusammenfassung der Antworten bietet die Tabelle 6.

	Geschlecht			Alter			Ausbildung	
	G	M	W	15-24	25-39	40+	MS	FHS/Uni
Ich würde sie verfolgen	12,4%	6,7%	14,2%	17,0%	5,4%	8,3%	8,3%	9,6%
Nicht sehr oft	30,1%	15,6%	34,8%	34,0%	25,0%	25,0%	32,3%	28,8%

Ab und zu vielleicht	21,5%	28,9%	19,1%	17,0%	30,4%	20,8%	22,9%	19,2%
Sicherlich nicht	33,3%	42,2%	30,5%	28,3%	37,5%	45,8%	32,3%	42,3%
Andere Antwort	2,7%	6,7%	1,4%	3,8%	1,8%	0,0%	4,2%	0,0%
Zahl der Antworten	186	45	141	106	56	24	96	52

Tabelle 6 – Interesse für eine Konfro-Talkshow mit Nicht-Prominenten

Es lässt sich sagen, es überwiegen negative Bewertungen. Die Unterstützung für diesen Typ von Talkshow ist nicht größer als die Unterstützung für die oben genannten politischen Talkshows, jedenfalls ist sie niedriger als die Unterstützung der politischen Talkshow mit Nicht-Prominenten. Ein direkter Vergleich ist jedoch nicht möglich, denn die Varianten der Antworten wurden anders formuliert und außerdem handelte es sich um einen hypothetischen Zustand. Die Antworten bedeuten also nicht unbedingt, dass eine solche Sendung letztendlich doch nicht ihre Zuschauer finden würde. Bei näherem Beobachten der einzelnen Gruppen ist festzustellen, dass diese Art von Sendung eher von Frauen und Menschen in der Altersgruppe 15-24 Jahre begrüßt werden würde, die Antworten der Menschen mit Abitur und mit Hochschulabschluss sind sehr ähnlich.

8. Tschechische Fernsehsender sendeten früher Talkshows, deren Gäste statt Prominenten „Menschen wie du und ich“ waren – es handelte sich z.B. um die Sendungen „Áčko“, „Sauna“ oder „Trní“. Stört Sie, dass diese Sendungen eingestellt wurden?

Den Respondenten wurden vier Varianten von Antworten angeboten: „Ja, ich mochte sie und es ist schade, dass sie eingestellt wurden.“ (Ich mochte sie), „Ab und zu habe ich sie mir angesehen, aber sie fehlen mir nicht.“ (Sie fehlen mir nicht), „Die Sendungen waren uninteressant und ich bin froh, dass sie nicht mehr gesendet werden.“ (Ich fand sie uninteressant), „Diese Sendungen kenne ich nicht, aber sie konnten interessant sein.“ (Kenne nicht, interessant) und „Diese Sendungen kenne ich nicht und möchte sie auch nicht sehen.“ (Kenne nicht, uninteressant), es gab auch Raum für eigenen Kommentar. Die Antworten auf diese Frage fasst die Tabelle 7 zusammen.

	G	Geschlecht		Alter			Ausbildung	
		M	W	15-24	25-39	40+	MS	FHS/Uni
Ich mochte sie	23,1%	17,8%	24,8%	20,8%	30,4%	16,7%	25,0%	19,2%

Sie fehlen mir nicht	47,3%	33,3%	51,8%	52,8%	39,3%	41,7%	47,9%	50,0%
Ich fand sie uninteressant	15,6%	33,3%	9,9%	13,2%	19,6%	16,7%	16,7%	13,5%
Kenne nicht, interessant	5,4%	2,2%	6,4%	6,6%	1,8%	8,3%	3,1%	5,8%
Kenne nicht, uninteressant	7,5%	8,9%	7,1%	6,6%	8,9%	8,3%	7,3%	7,7%
Andere Antwort	1,1%	4,4%	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%	0,0%	3,8%
Zahl der Antworten	186	45	141	106	56	24	96	52

Tabelle 7 - Interesse für eine Konfro-Talkshow mit Nicht-Prominenten

Die Beteiligten empfinden offensichtlich keine starke Sehnsucht nach den genannten Sendungen. Etwa eine Hälfte von ihnen hat diese Sendungen verfolgt, aber sie fehlen ihr nicht. Dass diese Talkshows eingestellt wurden, bereut etwa ein Viertel der Beteiligten und etwa ein Sechstel der Respondenten freut sich über die Einstellung. An diese Sendungen erinnern sich gerne eher Frauen als Männer und Menschen unter 40 Jahre, überdurchschnittlich auch Menschen mit Abiturabschluss, in diesem Falle ist jedoch der Unterschied praktisch unerheblich.

9. Wie die vorigen Fragen andeuten, fehlt in Tschechien (im Gegensatz zu dem bereits erwähnten Deutschland z.B.) praktisch völlig der Typ einer konnotativ aufgebauten Talkshow, in der als Gäste nicht-prominente Menschen auftreten würden. (Es gibt zwar die Sendung „Pošta pro tebe/Post für dich“, diese Talkshow ist jedoch sehr spezifisch). Warum bieten Ihrer Meinung nach tschechische Sender keine solchen Sendungen an, in denen Nicht-Prominente Ihre entgegengesetzten Meinungen oder Probleme vor der Kamera eskalieren lassen würden?

Eine derartige, rein subjektive Bewertung dessen, warum die Beteiligten meinen, dass die Fernsehsender gewisse Sendungen nicht anbieten, muss natürlich nicht der Realität entsprechen. Gehen wir aber von der These aus, dass die Fernsehsender ihre Zuschauer gut kennen und dementsprechend ihr Programm gestalten, sollten wir die Bewertung eines potentiellen Zuschauers nicht außer Acht lassen. Die Beteiligten bekamen bei dieser Frage sechs verschiedene Antworten zur Wahl: „Die Zuschauer würde so etwas wohl nicht interessieren“ (Zuschauer), „Die Dramaturgen hätten damit zu viel Arbeit, sie müssten dauernd neue Themen und Gäste suchen.“ (Dramaturgie), „Es fehlen Moderatoren, die imstande wären, eine solche Auseinandersetzung zu leiten.“ (Moderatoren), „Niemand würde in so einer Sendung als Gast auftreten.“ (Gäste), „Die Leitung der Fernsehsender

ist wohl der Meinung, so eine Sendung würde die Zuschauer nicht interessieren, ich bin aber anderer Meinung.“ (Leitung) a „Die Inserenten hätten kein Interesse, während so einer Sendung ihre Werbezeit zu bezahlen.“ (Inserenten). Es bestand die Möglichkeit, mehrere Varianten zu wählen.

Wie die Tabelle 8 zeigt, sehen die Beteiligten die möglichen Gründe vor allem an der Seite der Fernsehsender, die zu viel zu tun mit der Suche neuer Themen und passender Gäste hätten, über fähige Moderatoren nicht verfügen oder einfach an das Interesse von Seiten der Zuschauer nicht glauben. Die letzte Ansicht, wie auch die Ansicht, dass niemand als Gast in so einer Sendung auftreten möchte, teilen jedoch weniger Beteiligte. Die kleinste Gruppe der Respondenten sieht die Gründe in den Interessen der Inserenten. Was die Unterschiede in den Antworten der einzelnen Gruppen angeht, ist an dieser Stelle auf die Personen im Alter 25-39 und auf die Personen mit Hochschulabschluss hinzuweisen, die weniger glauben, dass eine solche Sendung kein Interesse bei den Zuschauern wecken würden.

	Geschlecht			Alter			Ausbildung	
	G	M	W	15-24	25-39	40+	MS	FHS/Uni
Zuschauer	22,6 %	17,8 %	24,1 %	26,4 %	12,5 %	29,2 %	29,2 %	11,5%
Dramaturgie	35,5 %	37,8 %	34,8 %	35,8 %	41,1 %	20,8 %	34,4 %	38,5%
Moderatoren	29,6 %	31,1 %	29,1 %	29,2 %	35,7 %	16,7 %	30,2 %	30,8%
Gäste	21,5 %	20,0 %	22,0 %	17,0 %	25,0 %	33,3 %	16,7 %	26,9%
Leitung	30,6 %	33,3 %	29,8 %	26,4 %	37,5 %	33,3 %	28,1 %	36,5%
Inserenten	6,5%	8,9%	5,7%	3,8%	8,9%	12,5 %	5,2%	9,6%
Zahl der Antworten	186	45	141	106	56	24	96	52

Tabelle 8 – Einstellung zu den Gründen für das nicht vorhandene Angebot an Talkshows mit Nicht-Prominenten

10. Fällt Ihnen zu der vorigen Frage noch eine weitere Variante ein?

In eigenem Kommentar zu der vorigen Frage erwähnte ein Teil der Beteiligten, dass ein solcher Typ von Sendungen unserer Kultur entfernt ist. Ein anderer Teil der Gefragten ist der Meinung, dass eine solche Sendung nicht langfristig interessant sein kann, bzw. ist in dieser Zeit bereits

überwunden. Andere Respondenten erwähnten die ethischen Fragen und Probleme solcher Sendungen.

Fazit

Die Ergebnisse dieses Einblicks zeigen, dass für die Teilnehmer an der Umfrage eine Talkshow mit prominenten Gästen interessanter ist als z.B. eine politische Talkshow oder eine Talkshow, wo Nicht-Prominente als Gäste auftreten. Die Daten weisen weiterhin nicht darauf hin, dass potenzielle Fernsehzuschauer eine Konfrontations-Talkshow vermissen, in der „Menschen wie du und ich“ erscheinen. Es ist zwar relativ sicher, dass sich die Anfrage durch geeignete Mittel stimulieren ließe, sodass eine Sendung dieser Art in Tschechien nicht unbedingt zum Scheitern verurteilt sein müsste, andererseits unterstreichen die bereits vorgelegten Daten ganz genau den jetzigen Zustand der „sicheren Wette“ der tschechischen Fernsehsender, die sich eindeutig dessen bewusst sind, dass sie ihren Zuschauern eher als durch ausgespitzte Experimente größere Freude durch eine „reguläre Dosis von Prominenten“ bereiten.

Literaturverzeichnis

- BACHTIN, Michail M. (1934/1979): Die Ästhetik des Wortes. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- BAČUVČÍKOVÁ, Petra (2008): Der Sprecherwechsel als Zeichen von Kompetitivität und Kooperativität. In: Spáčilová, Libuše– Gunsenheimer, Birgit (eds.). Deutsche Sprache im Wandel der Jahrhunderte. (Olmützer Schriften zur deutschen Sprach- und Literaturgeschichte, Bd. 3). Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého v Olomouci, 39-50.
- BURGER, Harald (2005): Mediensprache. 3., bearb. Aufl. Berlin, New York: de Gruyter.
- ČMEJRKOVÁ, S. – HOFFMANNOVÁ, J. (eds.) (2003): Jazyk, média, politika. Praha: Academia.
- FROMM, Bettina (1999): Privatgespräche vor Millionen. Fernsehauftritte aus psychologischer und soziologischer Perspektive. Konstanz: Uvk.
- GUMPERZ, John (1982): Discourse Strategies. Cambridge.
- HAVLÍK, Martin (2007): "Slušný" Bursík a "neslušný" Železný v Otázkách Václava Moravce. *Biograf*, 43-44: 33-68. URL: <http://www.biograf.org/clanky/clanek.php?clanek=v4302> [Zit. 2016-2-11]
- HAVLÍK, Martin (2008): Poznámky k práci moderátorů televizních politických debat a rozhlasových interview. *Jazykovědné aktuality*, XLV (1-2): 4-32.

- JONAS, Caroline (2006): Das sprachliche Verhalten von Moderatoren in Talk- und Quizshows. Eine diskursanalytische Untersuchung zu Frageverhalten und Wortwahl. Frankfurt/Main u.a.: Peter Lang.
- KLEMM, Michael (1995): Streiten im Fernsehen: "Explosiv - Der heiße Stuhl". Zur Inszenierung von Authentizität in Confrontation-Sendungen. In: Bernd Spillner (Ed.). Verstehen und Verständlichkeit. Kongreßband zur 25. Jahrestagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik in Trier. Frankfurt am Main: Lang, 266-267.
- LÖFFLER, H (2002): Entwicklung, Funktion, Präsentationsformen und Texttypen der Talkshows. In: Leonhardt, J.-F. – Ludwig, H.-W. – Schwarze, D. – Straßner, E. (eds.). Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 3. Teilband. Berlin, New York, 2321-2330.
- MÜHLEN, Ulrike (1985): Talk als Show. Frankfurt/M., Bern, New York.
- SPIEGEL, Carmen (1995): Streit. Eine linguistische Untersuchung verbaler Interaktion in alltäglichen Zusammenhängen. Tübingen: Narr. Bearbeitete Neuauflage 2011: (www.gespraechsforschung-ozs.de) URL:<
<http://www.verlag-gespraechsforschung.de/2011/pdf/streit.pdf>> [Zit. 2011-06-18]
- TIITTULA, Liisa (1997): Stile der Konfliktbearbeitung in Fernsehdiskussionen. Stile der Konfliktbearbeitung in Fernsehdiskussionen. In: Margret Selting – Barbara Sandig (ed.). Sprech- und Gesprächsstile. Berlin, New York: de Gruyter, 371-399.

