

**Hans J. Wulff**

## **Phone-In-Shows und Therapie-Talks: Kommunikationstheoretische Überlegungen [1]**

Eine erste Fassung dieses Artikels erschien in: *Talk auf allen Kanälen. Angebote, Akteure und Nutzer von Fernsehgesprächssendungen*. Hrsg. v. Jens Tenscher u. Christian Schicha. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2002, S. 181-197. Bibliographische Angabe der Online-Fassung: <http://www.derwulff.de/2-115>.

### **1. Talkshows**

Nachdem Dietmar Schönherr und Vivi Bach am 4. März 1973 mit *JE SPÄTER DER ABEND...* das in Amerika schon verbreitete Talkshow-Format in Deutschland eingeführt hatten, ist eine nicht enden wollende Flut von Sendungen, Talkmastern, Themen und Gästen in Bewegung geraten, die unter der Dualisierung des Fernsehsystems sich noch weiter beschleunigte, heute als *daily talk* nennenswerte Teile des Fernsehprogramms erobert hat und eine Formenwelt ausentwickelte, deren Vielfalt 1973 noch nicht absehbar schien (vgl. Foltin 1990). Nur als Extrempunkte:

- die verschiedenen Vermissen-Shows,
- die Beziehungs- und Kennenlernshows [2],
- die Konfrontationsshow [3],
- die *Phone-In Shows*.

Eine Ordnung drängt sich nicht auf, ist höchst flüchtig und veränderlich. Terminologisch hat sich das englische *phone-in* auch in deutschsprachigen Untersuchungen als Bezeichnung von Sendungen, die telefonisch mit einzelnen aus dem Publikum verbunden sind, eingebürgert. Burger (1991: 358f) spricht vom *Hörertelefon* als "Oberbegriff für alle Formen des telefonischen Kontaktes mit Hörern"; entsprechend könnte man beim Fernsehen vom *Zuschauertelefon* sprechen. Burger differenziert zwischen "funktionalen Hörertelefonaten" (darunter fallen Verkaufsgespräche oder Glückwünsche), "Hörertelefonate mit eingebettetem Talk" (die eigentlich funktional an Spiele, Quizsendungen, Wunschkonzerte und dergleichen mehr gebunden sind, aber unabhängige Talkphasen enthalten) und "Hörertelefonate als Talk" (in denen es um offene Gespräche zwischen Hörern und Moderatoren geht; vgl. dazu Burger 1991: 360f, passim) [4]. Setzt man stärker noch die inhaltlichen Akzente der Phone-In-Shows ins Zentrum, werden die intimen Bezüge zwischen der Phone-In-Show und vor allem den Formen des *daily talk* noch deutlicher. Gleichwohl sind Sendungen wie Bettina Rusts schon fast historische Sendung 0137 *NIGHT TALK* (Premiere), die die Moderatorin in einem spartanisch eingerichteten Studio in

langen Steadycamfahrten zeigte, allein auf Grund der zentralen Ansprechfigur signifikant und unterscheiden sich vor allem auf Grund des Tonfalls, der Länge und Intensität der Gespräche und oft auch durch der Themenwahl von Sendungen der Nachbargattungen. Jürgen Domians *DOMIAN* (WDR3) markiert die wohl extremste ästhetische Position, die in Phone-In-Sendungen bezogen werden kann - die Sendung rechnet dem *television of poverty* zu, verfügt nur über eine einzige starre Kamera und illustriert eigentlich eine Anrufsendung des Radios (wie auch *LÄMMLE LIFE*). Während *DOMIAN* oder Brigitte Lämmles *LÄMMLE LIFE* (SWR3) thematisch offen sind und dem Gespräch über subjektive, private und intime Anlässe großen Raum geben, setzen *SCHIMPF 0221-19171* (ARD) oder die schon seit 1989 ausgestrahlte Sendung *ANRUFBEANTWORTER* (SFB) mit Klaus Strebe und Petra Schwarz für die jeweilige Ausstrahlung ein Thema fest, zu dem Meinungen eingeholt werden - und die einzelnen Telefonate sind dementsprechend sehr viel kürzer als in den beiden anderen Formaten.

Die Untersuchung des Feldes ist außerordentlich kompliziert, nicht nur, weil eine Historisierung schwer fällt und noch gar nicht geleistet ist, sondern auch, weil die Entwicklung des Fernsehtalks Geschmacksgrenzen und fundamentale Ansichten über die Struktur des Politischen berührt, so daß entsprechend intensive Reaktionen die viele Formen der Phone-In-Show eher als Thema einer diskursiven Auseinandersetzung denn als Gegenstand wissenschaftlicher Neugierde erscheinen lassen. Gerade darin aber ähneln sie wieder den Formen des *daily talk*.

Das Ziel der Analyse muß bis heute bleiben, die Vielfalt zu durchdringen. Vier produktive Fragen, die die kommunikationswissenschaftliche Untersuchung des *television talk* antreiben sollen:

(1) Fragen nach der Ableitung der Talk-Formate aus der privaten Kommunikation;

- (2) die Rollenbeziehungen der Kommunizierenden untereinander - in einer Reihenfrage: wer unterstellt wem was mit welchem Ziel und welchen Effekten;
- (3) Funktionen des Talk - *talk* als Klatsch-Kommunikation, *talk* als Form der moralischen Kommunikation etc.;
- (4) die Frage nach den Realisierungsformen, nach den Mustern der Adressierung und den Strategien der Kameraauflösung.

Am Ende wird die These stehen, daß Talkshows in die Formenwelt des Theaters rechnen und die Akteure *Darsteller* sind - alle wissen, daß es um einen Auftritt und nicht allein um das Gespräch geht, und alle wissen um das kommunikative Format der jeweiligen Show, haben die Präsenz des Publikums und die Öffentlichkeit des Gesprächs im Hinterkopf. Weil das Performative so ganz im Zentrum steht, entsteht eine *Banalitätenbühne* - eine Bezeichnung, die Joachim Westerbarkey (1997) geprägt hat und die genau jene Dramatisierung des Alltags und der Alltagserfahrung faßt, um die es hier auch geht.

## 2. Talkformen als Kommunikationsformen

Die *phone-in show* ist ein Extremfall und hat Minimalformen der medialen Kommunikation ausgebildet. Ein Raum, eine Person im Spot, nichts geschieht: Eine spartanischere Ausstattung einer Fernsehsendung als die der *phone-in shows* ist kaum noch denkbar. Man zeige jemanden, der telefoniert, sonst nichts. Keine dramatische Aktion, keine lebhaft Interaktion außerhalb des Gesprächs, selbst das Mienenspiel des Angerufenen ist ruhig und kontrolliert.

Fernsehformen kopierten situative und kommunikative Formate der *face-to-face*-Interaktion, könnte man behaupten. Allerdings ist die Situation komplizierter und reicher an Bestimmungsgrößen. Immerhin findet das Geschehen auf einer imaginären Bühne statt, es sind Zuschauer anwesend. Und alle Beteiligten wissen, daß sie sich in einem öffentlichen Raum bewegen. Gerade letztere Annahme steht einer Annahme, es käme in den Talk-Formaten des Fernsehens zu einer unübersehbaren Ausweitung des Öffentlichen, scharf entgegen: Öffentlichkeit ist nichts von sich Gegebenes und schon gar nichts Homogenes oder Immergleiches, sondern gehört zu den Registern des Redens, zu seinen Rahmen und Zwecken. Es gibt Formen des Öffentlichen, die höchst intim sind, höchst intimer Erfahrung Ausdruck geben können. Und es gibt andere, die mit

privater Erfahrung nur wenig oder gar nichts zu tun haben.

Es lohnt, verschiedene Formen der Fernsehunterhaltung durchzuspielen, weil dann die unterschiedlichen Rahmen des Handelns greifbarer werden. Das alles ist unproblematisch, wenn man es mit einer Ratgebersendung zu tun hat. Einer hat ein Rechtsproblem, er ruft einen Fachmann an, der ihm Rat erteilt - und dieses alles ist öffentlich, ein lehrhafter Fall, da können auch andere etwas vom besonderen Fall lernen, darum wird vor anderen über das Problem gesprochen. Denkbar ist ein zweiter Fall: Jemand will sich beschweren, ihm ist Unrecht geschehen - und er nutzt den Ansprechpartner im Medium, um Gerechtigkeit öffentlich nachzusuchen. Der öffentliche Ratgeber gibt meist sogar die Gelegenheit, den Gegner zu attackieren, wissend, daß Moderator und Zuschauer meist auf der Seite des Anklagenden sind, desjenigen, dem Unrecht zugefügt wurde. Andere - aber nicht wesentlich andere - Bedingungen liegen dann vor, wenn jemand via öffentliches Telefonat einen Partner sucht - er begibt sich nicht anders auf die Bühne des Lebens, als wenn er eine Kontaktanzeige aufgibt oder sich sogar in der Diskothek präsentiert. In allen diesen Fällen ist es legitim und nachvollziehbar, daß Privatpersonen Öffentlichkeit suchen - weil sie guten Grund haben.

Öffentliches Sprechen über private Erfahrung, über privates Zugestoßenes scheint uns aber problematisch zu sein, wenn der Anrufer Ehe- und Beziehungskrisen ausbreitet und der Experte im Studio Diagnosen stellt und Ratschläge gibt: Problematisch, weil die Verhandlung als privat angesehener Gegenstände vor einem ebenso anonymen wie amorphen Publikum geschieht.

Es gibt zumindest zwei Grundtypen der Talkshow: konfliktfreie und konfliktträchtige (konsentive und konfliktäre). Man denkt an zwei Typen des Gesprächs, die den Talkshows erkennbar zugrundeliegen - eine Form, die dem Alltag der privaten Kommunikation zugerechnet werden kann, die friedfertig ist, in der das "kleine Gespräch" im Vordergrund steht, in der das Banale ganz und gar dominiert. Und an eine Form aus der alltäglichen politischen Kommunikation, an Interessenkonflikte, die im Streit ausgetragen werden (und die sich allerdings oft ausnehmen wie eine der Verfallsformen der politischen Kommunikationskultur, in denen der Rationalitätsanspruch der politischen Person grundlegend unterlaufen wird). Wenn ich hier zwei Typen der Shows unterscheide, gilt es aber, nicht nur nach der Her-

kunft der Shows in der Alltagskommunikation Zuschauer zu halten, sondern auch, über die Tatsache nachzudenken, daß wir es mit *aufgeführten Gesprächen* zu tun haben und daß sich das, was Kommunizierende im Gespräch verfolgen, von dem unterscheiden kann, was jene im Sinn haben, die dem Gespräch zusehen und zuhören.

Konfliktträchtige Shows interessieren hier, weil sie Kontroversen produzieren, einen Widerstreit der Meinungen und Haltungen. Konfrontatives Fernsehen ist als ein eigener Typus von Fernsehen aufgefallen, der vom klassischen Informationsmedium Fernsehen absticht. Man spricht gelegentlich vom *confrontational TV* oder auch - analog zum *infotainment* - vom *confrontainment*. Konfrontative und konsentive Kommunikation in Shows unterscheiden sich grundsätzlich hinsichtlich der Motivation der Teilnehmer, der Inszenierung des Gesprächs und der Art von Öffentlichkeit, die hergestellt wird.

Hinsichtlich der *Motivation*. Im einen Falle erzählen Talk-Gäste, was sie können, welche kuriosen Hobbys sie haben, wie es gewesen ist (und vor allem Berühmtheiten erzählen von alten Zeiten). Wenn's gelingt, hören wir ihnen zu, weil sie etwas zu erzählen haben. Wir hören zu aus Neugierde, ähnlich, wie man biographischem Erzählen zuhört. Im anderen Fall exponieren Gäste extreme Meinungen, Positionen, Praxen, um Widerspruch zu erzeugen. In diesen Formen geht es darum, Reaktionen zu provozieren, Prozesse der Meinungsbildung in Gang zu bringen etc. Das ist etwas anderes, weil die Aktivierung der eigenen Meinung das Ziel und der Fluchtpunkt des dargestellten Geschehens sind.

Hinsichtlich der *Inszenierung*. Die beiden Showtypen sind vom kommunikativen Geschehen her grundsätzlich unterschiedlich. Worum es mir hier geht: den zweiten Typ und die Tatsache, daß hier *Prozesse der Meinungsbildung* angelegt werden und die Inszenierung darauf angelegt ist, diese anzustoßen, zu eröffnen oder sogar als Bühnengeschehen darzustellen.

Hinsichtlich des Grades an *Öffentlichkeit*. Gerade an den so intim scheinenden *phone-in*-Formen scheinen die klassischen Bestimmungen von Intimität und Öffentlichkeit in einen offenen Konflikt zu geraten. Immerhin breiten Anrufer Dinge aus ihrer Privat- oder gar Intimsphäre vor dem Moderator aus, den sie ja nur als Medienperson kennen können - sie wissen aber, daß es eine Hörer- und Zuschauerschaft gibt, die dem Geschehen lauscht!

Die Motive, die sowohl Anrufer wie Zuschauer an *Phone-in*-Sendungen binden, sind allerdings sehr unklar - ähnlich unklar und undurchdringlich wie die Motive von Zuschauern von Sendungen des *daily talk*. Oft wird der Heimzuschauer in der mir zugänglichen Literatur als "Voyeur" bestimmt, der einen eigentlich verbotenen Blick auf fremdes Intimes werfen will [5]; und entsprechend wird dem Anrufer resp. Talk-Gast ein exhibitionistischer Zug unterstellt, der ihn dazu treibe, sich in der Öffentlichkeit zu entblößen. Zwischen Voyeur und Exhibitionist liegt nun aber ein eigenartiger Kontrakt vor, wenn man die Redeweise überhaupt auf das Fernsehen übertragen will. Interessant ist dabei nicht der Exhibitionist, er ist ja existentiell auf Publikum angewiesen, der exhibitionistische Akt ohne Adressaten wäre absurd. Interessant ist die andere Seite der Beziehung: Denn der vorgebliche Voyeur weiß, daß der Exhibitionist weiß, daß der Voyeur zugegen ist! Hier entsteht ein offener Widerspruch, denn dann ist auch der Besucher einer Striptease-Show ein Voyeur. Das sagt dann nichts mehr, und mit der Bezeichnung "Voyeur" wird ausgegriffen auf eine Heimlichkeit und Anonymität, die dem Geschehen ganz und gar nicht angemessen sind. Das sollte bedacht sein, wenn man sich der Darstellung des Intimen im öffentlichen Ohr annähern will. Nichts passiert insgeheim, hier geschieht nichts Verbotenes und Heimliches.

Zwei Implikationen scheinen sich aufzudrängen, wenn man den Gedanken aufnimmt, das Fernsehgespräch sei eine Gattung des Theaters: Die Diskussion über das Öffentlichwerden des Privaten ist müßig, weil es transformiert wird in eine theatralische Form. Was geschieht aber in der Transformation, wie sieht das kommunikative Format aus, in das hinein transformiert wird? Welche personenrelevanten Dinge sind zu beachten?

### 3. Rollen

Ursprünglich hatte die Talkshow ein klar definiertes Setting: Der Moderator hatte einen Gast im Studio, der als Experte für Fragen des Publikums der eigentliche Gesprächspartner war (vor allem in *phone-in shows* entwickelt) [6]. Heute ist das anders: Der Moderator selbst tritt als Experte auf.

Die Veränderung, die geschieht, ist ganz wesentlich - denn die Nachfrage ist natürlich: Ist der Experte ein wirklicher Experte? "Fragen an Frau Irene" heißt

eine uralte Rubrik in der "Hörzu" - wer ist Frau Irene? Es ist eigentlich egal, wer sie ist: Sie ist Expertin qua Textsorte! Weil sie als Expertin auftritt, ist sie auch eine. Das ist bei den Fernsehmoderatoren nicht anders: Sie treten als Ratgeber auf und sind es gerade dadurch. Ihre Kompetenz steht nicht zur Debatte, sie erfüllt sich allein in der Tatsache, daß es die Sendung gibt. Ihre Kompetenz anzugreifen, würde die Sendung zu Fall bringen. Und für den Anrufer ist es allemal nötig, ihn als Fach-Adressaten ernst zu nehmen. So würde zumindest eine einfache kommunikationsethische Beschreibung behaupten. (Und harsche Kritik ansetzen: weil Moderatoren oft nur populistische, oberflächliche oder gar irreführende Zugänge zum Problem haben können. [7])

Aber ist das Verhältnis nicht doch komplizierter? Immerhin könnte man ja auch das folgende als Ausgangspunkt wählen: Daß der Anrufer sein Gegenüber konstituiert als einen, der die Rolle des Fachmanns nur spielt, so daß unwichtig ist, ob er ein wirklicher Experte ist. Der Anrufer wäre sich der Öffentlichkeit des Geschehens also bewußt, und keinesfalls hat man es dann mit so etwas wie einer "Fern-Therapie am Radio" (Faber 1992: 457) oder Fernsehen zu tun: Das Geschehen ist eingeklammert, markiert als etwas, das grundsätzlich im medialen Raum stattfindet. Wir haben es mit der *Aufführung* einer Therapie zu tun, und das ist ganz etwas anderes als ein ernstes, einem wirklich bedrängenden Problem gewidmetes therapeutisches Gespräch. Auch das, wovon die Rede ist, das Problem, ist schon modifiziert, ausgerichtet darauf, es im Gespräch vorzutragen. Es macht einen Unterschied, ob einer unter dem Zerbrechen einer Beziehung selbst zu zerbrechen droht und Hilfe in der ärztlich-therapeutischen Begegnung sucht, oder ob er darüber in der Kneipe oder am Fernseh-Telefon redet. Es geht um Markierungen und Transformationen.

Das alltägliche Gespräch über Lebenskrisen, über Erziehungsprobleme, über Erfahrungen, die man macht, ist etwas, das im nachbarschaftlichen Kreise geschieht. Das Individuelle, auch das Brüchige und Problematische läßt sich unter gewissen Bedingungen äußern, zu den anderen hin öffnen. Das Vertrauen, das man einander entgegenbringen muß, ist nicht gering, und es macht einen Unterschied, ob der, mit dem man spricht, jemand ist, den man seit vielen Jahren kennt, oder jemand, den man erst vor wenigen Minuten kennenlernte. Manches kann man dem zweiten nicht erzählen; und anderes muß vorsichtiger gefaßt werden, daß die Gefährdung, der man sich aussetzt, wenn man Problematisches aus eige-

ner Erfahrung preisgibt, nicht zu groß wird. Das Erzählen ist eine Anpassung dessen, das erzählt werden soll, an die Situation, in der erzählt wird; man könnte auch sagen: eine Vermittlung zwischen individuellem Gehalt und kollektivem Rahmen der Erzählung. Das erzählende Subjekt begibt sich allemal in den sozialen Raum interpersonellen Austausches, das unterscheidet Alltagserzählung, Alltagsgespräch, Anruf in einer *Phone-in*-Sendung oder Auftritt in einer *talk show* sowieso nicht. Wie sich das erzählende Subjekt absichert, ist das Interessante. Wieviel Vertrauen ist in die kommunikative Konstellation einer solchen Sendung zu investieren? Und was muß man tun, um die individuelle Erzählung abzusichern, sie zu immunisieren gegen allzu drängende Nachfrage?

Dazu helfen die institutionellen Rollen, die das Geschehen in den Talkshows zugrundelegen und die eng mit den Funktionen des Gesprächs zusammenhängen. Sie lassen sich in zwei Rollenklassen gliedern: die *institutionellen Rollen*: Moderator; *agent provocateur*; Repräsentant des Fernsehens als Institution; Experte und Vertreter der Autorität; Ratgeber; die *kommunikativen Rollen* und die mit ihnen verbundenen *kommunikativen Akte*, die im Kommunikationshandeln auftreten: Provozieren; Insistieren; Klärungen verlangen; Vertiefen; Zurechtweisen; Evaluieren; etc. [8]

Den Rollen gegenüber stehen *kommunikative und künstlerisch-theatrale Funktionen und Zwecke* derartiger Formen, die sowohl in die Funktionsbezüge des *Klatsches* wie aber auch in die Funktionsrollen des Publikums im Theater hineinweisen. Da sprechen manche von *therapeutischen Aspekten* oder gar von der "Couch der Armen" (ein Ausdruck von Guattari [9]) und deuten darauf hin, daß Fern=Sehen eine Art von kollektiver Psychoanalyse sei; Barbara Sichtermann (1996) wies darauf hin, daß viele dieser Formen als eine Art elektronischer *Kummerkasten* zu betrachten seien, was bedeuten würde, daß Talkshows Reste von Intimität bewahrten [10]. Wieder andere weisen allerdings darauf hin, daß Kandidaten-Akteure wie *Prediger an einer Straßenecke* aufführen, die Talkshow also als eine Öffentlichkeit für eigene propagandistische Zwecke instrumentalisieren.

Das Fernsehen hat nach solchen funktionalistisch argumentierenden Ansätzen die Funktion, Formen des Affektmanagements als Aneignungsmuster einzuüben, die den Tendenzen der Globalisierung, der Anonymisierung der Institutionen, aber auch der Ver-

änderung und Destabilisierung der Regulationen des privaten Lebens gewachsen sind [11]. Das Melodrama z.B. „attempts to manage the anxiety endemic to the postmodern age by giving affect priority over politics and collapsing socio-political issues into the home“ (Torres 1989: 101). Im Zuge dieser Aufgaben werden soziale, ökonomische und politische Gegenstände in affektiven Kategorien gefaßt. Auch die Präsenz privater Gegenstände im *talk* kann als Versuch gelesen werden, Bereiche sozialer Erfahrung wie insbesondere die sich verändernden Geschlechterrollen oder die unsicheren Beziehungen der Fürsorge in den Bereich des Sprechbaren und des Symbolischen anzuheben, sie affektiv aufzuladen und dadurch behandelbar (oder erduldbar) zu machen [12].

#### 4. Privatheit und Öffentlichkeit

Eine ganz allgemeine, ebenso diffuse wie akzeptabel erscheinende Behauptung besagt, es gehe in den *talk shows* - von Ausnahmen abgesehen - um Privates. Die Teilnahme ist nicht erzwungen. Die Privatsphäre der Mitspieler wird also nicht unter Vortäuschung falscher Tatsachen angezapft, eine solche Hypothese würde ganz der Freiwilligkeit der Teilnahme widersprechen. Es ist also nötig, einen anderen Ansatzpunkt für die Beschreibung zu finden. In der Alltagskonversation über problematische biographische Erfahrung finden wir ein Brückenglied, das den "öffentlichen" Austausch im Fernsehen mit den Formen nachbarschaftlichen Miteinanderredens verbindet. Denn die Gegenübersetzung von "privat" und "öffentlich", die für den bürgerlichen Umgang mit der Intimität so wesentlich war, hat die Medien immer als "öffentlichen Raum" angesehen [13]. Möglicherweise ist diese Trennung heute zumindest brüchig. Allerdings legen manche Befunde der Medienlinguistik nahe, daß die *Laien* im Fernsehen unter funktionalen Merkmalen auftreten, die durch den Moderator kontrolliert werden. Sie "fungieren beispielsweise als Repräsentanten der außermedialen Welt, sie dürfen und sollen Gefühle zeigen, in ihrer emanzipiertesten Ausprägung sind sie gleichberechtigte, aber unberechenbare Akteure, die es unter Kontrolle zu halten gilt. Ihre Sprache zeigt eine große Bandbreite von Erscheinungsformen zwischen Spontaneität und Vorbereitetheit, zwischen 'Echtheit' und Klischiertheit, zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit" (Burger 1996: 41). Alle diese Beobachtungen stützen die Annahme, daß Sprechen und Agieren im *daily talk* sich der Tatsache, daß man sich im Medium befindet, immer bewußt blei-

ben. Weder *phone talk* noch *daily talk* sind die Alltagswelt selbst.

Es mehren sich Formen, in denen scheinbar Privates öffentlich verhandelt wird - es ist einiges geschrieben worden über die Heirats- und Verzeihshows, über Wiedersehensfeiern und thematische Tendenzen in Talk-Shows [14]. Angesichts der Wanderung von Themen, die aus der Nahkommunikation in die öffentliche Kommunikation eindringen, liegt es nahe anzunehmen, daß sich die Kategorie des Öffentlichen selbst wandelt und daß das Fernsehen nicht in jenem Diskurshorizont gesehen werden darf, den es früher einmal gehabt hat. Dem Öffentlichen steht nicht nur das Intime, sondern auch das Nachbarschaftliche zur Seite. Wenn das Fernsehen nun als "nachbarschaftlicher Raum" konstituiert ist, wird es möglich, die Distanz zwischen Zuschauern und Medienpersonen herabzusetzen (Burger 1991: 360). Fernsehen ist ein nachbarschaftlicher und zugleich zugänglicher Raum: Der Zugang ist mit Telefon sogar einer, der jederzeit zuhanden ist (neben gezielten und vorbereiteten Anrufen finden sich auch spontane Gespräche; vgl. Neumann-Braun 1993: 160). Wir wissen manches darüber, daß es eine Professionalisierung von Kandidaten in Shows gibt (Garaventa 1993: 49) sowie einen Drang zur Wiederholung. Wer einmal angerufen hat, wird wieder anrufen [15], wer einmal als Gast in einer Talk-Sendung war, wird sich wieder um Einladung bemühen. Die *Phone-in*-Sendung muß ebenso wie die *daily talk show* als Feld für eigene kommunikative Aktivität erst erobert werden - und je mehr Erfahrungen man hat, desto mehr kann sich eine situative Kompetenz entwickeln, wie man mit dem Fernsehen als Anrufer oder als Gast denn umzugehen habe. Selbstdarstellung, thematische Betroffenheit, Mutprobe: Es können ganz unterschiedliche Motive sein, die den Anrufer antreiben.

Fernsehen verliert seinen Charakter als öffentliches Medium, es tritt in Nutzungsmuster ein, die es anders klassifizieren und die Nutzungsdistanzen verkleinern. Fernsehen verliert dabei an Macht. Aus *Adressaten* werden nun aber in den *Phone-in*-Sendungen und zunehmend auch in *talk shows* Format-Benutzer. Der Unterschied ist eklatant: weil sich im einen Fall der Zuschauer außerhalb des Mediums befindet und im anderen Falle darinnen; weil im zweiten Fall der Zuschauer sehr eigene Interessen haben kann, die er mittels des Fernsehens zu verwirklichen sucht; weil sich Zuschauer ohne Mühe und Aufwand zu abgebildeten Akteuren des Geschehens wandeln können. Die manchmal eisige Entfer-

nung zwischen der Wirklichkeit der Fernseh-Kommunikatoren und ihren Zuschauern ist zusammengeschrumpft - und die Formen des *talk* zeigen nur die viel globalere Tendenz an, das Fernsehen zu den Kommunikationsformen zu gesellen, auf die Einfluß ausgeübt werden kann und die als Mittel des eigenen Ausdrucks genutzt werden können und ihm zugleich Gewicht, Anspruch und soziale und politische Bedeutung entziehen, es banalisieren.

*Affektfernsehen* wird neuerdings als eigener Typus von Fernsehsendungen charakterisiert [16] - es sei zentriert auf Einzelschicksale, gebunden an authentische Fälle, fokussiere emotionale Befindlichkeiten und überschreite tradierte Grenzen zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit. Eine der Formen: *daily talk*. Die Arbeitsdefinition spricht dafür, *daily talk* und andere Formen des *Reality TV* als eine eigene und neue semiotische Qualität des Fernsehens anzusehen - sie ist dem Einzelschicksal gewidmet, ihr Zentrum ist individuelle Erfahrung, sie ist radikal subjektzentriert. So plausibel die Definition ist, eröffnet sie aber mehrere Probleme. Eine erste Frage stellt sich nach der Eigenart der *Affekte*. Bente und Mitarbeiter lokalisieren sie eher auf der Seite der Fernsehtexte, sprechen letztlich also über dargestellte Affekte und nicht über die Affektivität von Zuschauerverhalten. Affektivität ist nun aber eine Eigenschaft menschlichen Handelns, nicht seiner Produkte. Es bezeichnet die Art und die Intensität der Zuwendung zu einem Objekt und bedarf innerer Differenzierung, auch läßt es sich kaum vom Kognitiven abtrennen. Bente weicht dem Problem mit seinen Mitarbeitern gelegentlich aus, wenn er darauf hinweist, daß das sogenannte Affektfernsehen auf traditionelle Formen des kommunikativen und gesellschaftlichen Verkehrs zurückweise wie die Beichte [17], das persönliche oder therapeutische Gespräch, die öffentliche Botschaft und dergleichen mehr. Nun ist die Erklärung von "Affektfernsehen" aus religionsäquivalenten Kommunikationsformen eine Extremposition, die die Frage nach der Rolle der Affekte nur mittelbar beantwortet. Mindest vier Auffassungen lassen sich benennen, die die Affektivität der Sendeformen (zwischen Reality-TV und *daily talk*, Vermissen- und Beziehungsshow) als kommunikative und soziale Phänomene zu lesen versuchen:

(1) Affektfernsehen ist ein öffentlicher Ort, an dem "Betroffensein" ("Affiziertsein") artikuliert wird. Die Frage bleibt allerdings, wann und unter welchen Bedingungen ein Zuschauer so affiziert sein kann, daß ihm das Thema "Seitensprung im Urlaub" als

affektiv besetztes Thema einleuchtet? Ist Affekt in einer Mehrzahl der Fälle übersetzbar als "Haltung" oder "Meinung", als wertende Beziehung zu einem Thema?

(2) Affektfernsehen ist eine Gruppe von Genres oder Gattungen der Fernsehunterhaltung, die Betroffensein indizieren sollen. Zugehörigkeit zum Affektfernsehen wäre dann ein inhaltlicher Filter, der - intensiv-affektives - Rezeptionsverhalten steuert, Kontrollbereitschaften anspricht und die Identifikation mit dem Thema vorbereitet. Das würde allerdings bedeuten, daß Affektfernsehen nur als rezeptiver Typus von Fernsehen bestimmt werden könnte.

(3) Affektfernsehen ist ein Typus von Sendungen, in denen der "affektive Wert" von Gegenständen überhaupt erst verhandelt wird.

(4) Globaler noch, läßt sich Affektfernsehen als Indikator für die Öffentlichkeitsfähigkeit gewisser Themen überhaupt ansehen - die Depolitisierung und Dekontextualisierung von Themen ließe sich in diesem Horizont ebenso lesen wie die Veränderung der relativen Bestimmung der Intimität und der Privatheit.

## 5. Kontrolle

Mit der Verminderung der Distanz zum Medium verliert es auch seinen Herrschaftscharakter (bzw. dieser wird maskiert und tritt in einen strukturellen Hintergrund). Mittels des Telefons oder auch mittels des Auftritts als Kandidat oder Gesprächspartner wird die Demokratisierung des Mediums befördert - und gleichzeitig entsteht natürlich die Frage nach der Kontrollierbarkeit derartiger Formen. Die kommunikative Macht des Moderators (oder des Mediums) ist ebenso gefährdet wie das Diktat des guten Geschmacks. Es steht zu befürchten, "daß die Gestaltung der Sendung der Verantwortlichkeit des Journalisten entgleite und daß nicht mehr kontrollierbar sei, ob der Anrufer sich an die Spielregeln des öffentlichen Mediums halte und die Grenzen des Sagbaren akzeptiere" (Burger 1991: 359). Die Machtverhältnisse kehren sich sogar um: Der Anrufer kann sich auf das Telefonat vorbereiten, der Moderator dagegen nicht, er ist dem Telefonat zunächst einmal ausgeliefert (so auch Burger 1991: 374). Auch in den Sendungen des *daily talk* ist die Kontrolle über Themen und Geschehen fragil und gefährdet - so daß die Verfahren der redaktionellen Vorbereitung, das *casting* der Sendung, die Instruk-

tion der Teilnehmer, das *briefing*, dem sie ausgesetzt werden, verstehbar werden als Strategien, die Sendungen unter Kontrolle zu behalten und so der Gefahr auszuweichen, daß Sendungen die Grenzen des guten Geschmacks überschreiten (Goldner 1996: 24). Auch das *phone-in* ist durch ein Kontrollproblem gekennzeichnet: Das Gespräch zieht hier manchen Reiz aus der Tatsache, daß das Individuum sich mit einem intimen Gegenstand in eine öffentliche Situation begibt: Die Immunisierung und Maskierung des Intimen steht zur Disposition, dieses ist der verdeckte Gegenstand der Interaktion zwischen Moderator und Anrufer. Insofern ist das situative Gefüge selbst immer ein Gegenstand, über den zu verhandeln ist. Das Argument, daß sich die Telefonierenden nicht sehen können und es darum möglich sei, Privates und Intimes in einem öffentlichen Medium zu äußern (Neumann-Braun 1994: 312), zieht im Falle des Zuschaueranrufs nicht. Vielmehr gehe man davon aus, daß der Anrufer sich bewußt in das kommunikative Risiko des Telefonats hineinbegibt, wissend, daß er seine Fähigkeit, einen intimen Gegenstand gegen den Moderator zu verteidigen, einer Probe aussetzt.

Ein Moment von "Öffentlichkeit" bleibt natürlich sowohl in den *Phone-in*-Sendungen wie aber auch in den Gesprächsrunden des *daily talk* erhalten, nicht allein deshalb, weil das Gespräch in einem technischen Massenmedium stattfindet. Tatsächlich lassen sich nicht alle Themen in der Talkshow abhandeln - manche Themen der Auseinandersetzung bleiben dem therapeutischen, ethischen oder politischen Diskurs außerhalb des Fernsehens vorbehalten. CLUB 2 (ORF) hatte am 18.7.1989 "Ein Recht auf Leben oder kein Recht auf Leben - Über den Umgang mit schwerstbehinderten Neugeborenen" als Thema verhandelt - und es war schnell greifbar, daß hier ein Thema gestellt war, das in den normalen Formaten des *talk* kaum angemessen zu verhandeln war (Wittek 1989). Und es dürfte deutlich sein, daß es nur gewisse Strategien der Themenentfaltung und gewisse thematische Dimensionen sind, die im *daily talk* auftreten und zugelassen sind, anderes dagegen konsequent unterdrückt wird oder schlicht nicht auftritt. Wenn man den Schritt akzeptiert, die Formen des *daily talk* als eine Bühne anzusehen, auf der die Themen des gesellschaftlichen Diskurses ausgestellt und verhandelt werden, so zeigte sich das Genre der Talkshow als ein *diskursives Format* und sehr viel enger an den gesellschaftlichen Prozeß angebunden, als man meinen möchte (ähnlich Morse 1985); und es zeigt sich, daß die Talkshow unter *thematischer und diskursiver Kontrolle* steht und

eben nicht jene allgemeine thematische Entgrenzung bedient, die ihr oft vorgeworfen wird.

Die besondere Art der "Öffentlichkeit" der *daily talk*-Sendungen erweist sich bei genauerem Hinsehen als verwandt mit manchen Formen des vorbildhaften Sprechens, das ebenfalls in der Öffentlichkeit stattfindet und auf ein Publikum angewiesen ist. Höchst auffällig ist der Sinnrahmen und die kommunikative Vorgegebenheit, um die es mir hier geht, in jedem autobiographischen Erzählen: Jemand erzählt sein Leben oder relevante Stücke daraus, weil er der Meinung ist, daß es ein beispielhaftes Leben ist. Wer von sich selbst erzählt, exponiert sich als Figur, an der andere sich ausrichten können. Wer von sich selbst erzählt, ist angewiesen darauf, daß es das Gegenüber der anderen gibt, die erst den Sinnhorizont dafür abgeben, daß er zu erzählen beginnt.

*Daily talk* fußt auf einer *Wichtigkeit* des einzelnen, die jeden einzelnen Beitrag aufwertet und die jeden einzelnen Gast als Mitglied einer bedeutenden Subkultur der Gesellschaft ausweist. Eggo Müller wie kürzlich darauf hin, daß die Sendung HERZBLATT die symbolische Erscheinung der Kandidaten als deren besonderes Kapital nähme. Schon im *casting* werde darauf geachtet, daß die Erscheinungsformen der Kandidaten in einem *Differential der Lebensstile* (Müller 1999: 65) aufgefächert würden - eine Beobachtung, die sich ohne weiteres auf die Politik der Figuren übertragen läßt, die wir in den Sendungen des *daily talk* beobachten. "Hinter" den Personen steht so nicht allein ein jeweiliger Lebensstil oder ein Ensemble der Stile, sondern eine - sich verändernde und beständig im Prozeß befindliche - Typologie sozialer Typen und Erscheinungsweisen, eine (mythologische) Gliederung der Lebensweisen und ihrer Kategorien - von subkulturellen Besonderheiten bis hin zu globalen Kontrasten wie zwischen Stadt und Land oder zwischen exklusiven sozialen Milieus. Die soziale Bindung der Themen und der Ausdrucksmittel, die die Gesprächs-Gäste benutzen, läßt sich an allen Ebenen der Kommunikation im Studio ablesen - an den Globalcharakteristika der dialektalen oder soziolektalen Einfärbung ebenso wie am Umgang mit Tabu oder an der Wahl sprachlicher Register.

Die Fernsehformate sind zum Teil natürlich komplizierter als unmittelbare Gespräche, der Horizont von Sinn ist nicht so unvermittelt, sondern nur in theatisierter Form greifbar. Und auch die Funktionen der Sendungen geraten in den Blick, weil sie in Konkurrenz zu zahlreichen anderen Sendungen stehen (das tut das Alltagsgespräch nicht) - sie spiegeln

in der Summe nicht nur eine Differenzierung von Lebensstilen und -haltungen, sondern stellen sie offensiv zur Disposition. Manchmal ist die Darstellung von Themen als Element unterschiedlicher Ansicht sogar in der Dramaturgie von Sendungen reflektiert: Die Show BÄRBEL SCHÄFER z.B. - die eine der entschiedensten Dramaturgien überhaupt hat - ist eine Versammlung der Eingeladenen, die vor dem Studiopublikum Platz nehmen; der Ort der Gäste ist eine kleine Bühne vor dem Publikum. Die Moderatorin steht während der ganzen Show nicht etwa bei den Gästen, sondern im Publikum. Es erhält die Rolle des Antwortenden und der eigentlichen, der zentralen und nicht zu ersetzenden Hauptperson, einer *dramatis persona* in einem wirklich radikalen Sinne: Die Kandidaten exponieren sich und ihre Lebensweise, das Publikum stellt sie auf die Probe und signalisiert Zustimmung oder Ablehnung. Beide sind sorgfältig ausgewählt worden, das *casting* des Personals ist umfassend (Schmitt 1996: 27). Das ist *in nuce* die Dramaturgie. Es ist deutlich, daß Fernseh-Talk ein Aufführungsformat ist, in dem es nicht um die Authentizität von Erfahrung geht, sondern um deren Akzeptabilität, Zulässigkeit und "Normalität".

In einem solchen Arrangement geht es nicht mehr darum, daß eine Erfahrung tatsächlich gemacht worden ist. Sondern sie muß glaubwürdig und möglich sein, und sie muß die Gelegenheit zur Kontroverse enthalten. Man muß eine Erfahrung, die bei BÄRBEL SCHÄFER artikuliert wird, *ablehnen* können: das qualifiziert sie dazu, in die Sendung eintreten zu können. Eine Identität, eine Person, die diese Erfahrung trägt, kann erfunden sein wie eine Person in einem Theaterstück - darum geht es nicht, sondern nur darum, daß sie im populären *Diskurs des Publikums* bestehen kann [18]. Darum liegt es auch nahe, die Biographien von Gesprächsgästen zu türken. Der Berliner Gesellschafts- und Wirtschaftswissenschaftsstudent Thomas Brunk hat z.B. die Agentur *Interfrosch* gegründet, die Fernsehauftritte von HdK-Studenten vermittelt (die als Besitzerin eines Öko-Bordells, als Schatzsucher, Alleswisser, Sternendeuter u.ä. aufgetreten sind) [19].

## 6. Zusammenfassung

*Talk* im Fernsehen ist weder private noch therapeutische Kommunikation. Er ist Kommunikationsauf-führung in einem öffentlichen kommunikativen Dispositiv. Das grenzt ihn von allen Alltagsformen ab.

*Talk* ist aber reflexiv mit dem Alltagsleben verbunden. Er ist eine Form von Theater, das mit seinen Zugangsbedingungen spielt. Nicht jede Art von *Talk* ist für alle. *Talk* ist so exklusiv wie das Gespräch auch. Wer die allgemeine Zugänglichkeit des Gesprächs behauptete, würde übersehen, daß manche eingeschlossen, andere ausgeschlossen sind. Würde übersehen, daß manche beitragen können, andere nicht. *Talk* stellt nicht allein die Themen, sondern vor allem auch die Stile des Gesprächs zur Disposition. Die *phatische Ebene der Kommunikation* - das Gesamt der Mittel, mit dem wir uns gegenseitig über die alleinige Tatsache *Wir kommunizieren* instruieren und uns darüber verständigen, was zulässig ist und was nicht - ist im *Talk* ganz im Vordergrund [20]. Manchmal so stark, daß die Themen bis zur Unkenntlichkeit verblassen. Wiederum läßt sich der Befund rückbeziehen auf die Differenzierungsschübe in unserer Gesellschaft, in denen die Frage, wer zu welcher Kommunikations- und Interpretationsgemeinschaft zählt, immer zentraler wird. Im Klatsch wird Distanz hergestellt, indem man über fremdes Privates spricht. Wer das fremde Private preisgibt, erhöht seine eigene Person, lokalisiert sie im Gefüge von Themen und Regelwidrigkeiten, das "Gemeinschaft" zugrundeliegt. Im *daily talk* und in der *phone-in show* schafft man Distanz, indem man das Eigene im halb-öffentlichen Raum des Fernsehens exponiert - wissend, daß es keine normative Instanz gibt, die diese Tatsache sanktionieren könnte. Die Dominanz des Phatischen sichert die Verallgemeinerbarkeit des exponierten Eigenen ab. Und in dieser Tendenz des *talk* zum Phatischen ist ein Politikum ersten Ranges enthalten.

## Anmerkungen

[1] In diesen Artikel sind Überlegungen aus Wulff 1998a, 1998b eingegangen.

[2] Vgl. Reichertz 1994; Müller 1999.

[3] Vgl. Böhm 1996; Foltin 1991; Holly 1994.

[4] Die meisten Untersuchungen, die bislang vorliegen, sind *phone-ins* im Radio gewidmet (z.B. Burger 1991; Neumann-Braun 1993; Verwey 1990). Tatsächlich ist die Gattungsgeschichte der *Phone-in show* über lange Phasen fast ausschließlich eine Domäne des Radios gewesen; ähnlich, wie auch zahlreiche andere Genres der Radio-Unterhaltung vom Fernsehen übernommen worden sind, wandern die Formen inzwischen aber ins Fernsehen hinüber (damit der allgemeineren Medien-Genealogie von Radio und Fernsehen folgend).

[5] Die Voyeurismus-These findet sich z.B. bei Faber 1992: 457; Westerbarkey 1997: 306f; Weiss 1999. Zur Zurückweisung der Behauptung tragen auch die Kandidaten-Interviews bei, aus denen Fromm (1999) eine ganze Vielzahl von Motiven herausarbeitet, die alle darauf hindeuten, daß der Fernsehauftritt in engem Zusammenhang mit dem Wandel der symbolischen Orientierungshorizonte der Gesellschaft zu sehen ist. Zu den tatsächlichen Zuschauerdaten, zu Dauer und Formen der Nutzung vgl. Paus-Haase et alii 1999.

[6] Vgl. Leitner 1982; Burger 1991: 359.

[7] Die Konstellation selbst ist aus autoritatives Verhältnis formiert. Der Gast im Studio oder der Moderator selbst sind *Autoritäten*, die man als Kandidat um Rat angehen kann. Modernisierungsprozesse wie Individualisierung, Übergänge in den Konsumismus etc. machen sehr viel mehr und sehr viel intensivere Orientierungsaktivitäten des einzelnen nötig, als es in einer formierten Gesellschaft nötig wäre. Rat ist gesucht, und Rat findet man bei einem, der eine besondere Kenntnis oder eine besondere Autorität und Rolle innehat. Fachleute (die qua Ausbildung und Fachkenntnis Weisung geben können - wie Architekten oder Juristen) und Funktionspersonen (die qua Ausbildung und Amt als zuständige Spezialisten ausgewiesen sind - wie Lehrer oder Priester): beim Einholen von Rat trifft man auf diese Gestalten. Zwei Fragen eröffnen sich, denkt man *phone-in shows* als Ratsuchersendungen: Ist der Moderator als Autorität gesetzt, bildet er eine Figur, die wirklich Rat erteilen kann - und wenn ja, warum und mit welcher Begründung? Zählt er zu den Amtsträgern, ist das Fernsehen also als solches gesellschaftliche Institution und Instanz geworden? Das zweite: Ist die Suche nach Orientierung und Hilfe auch in privaten Dingen so prominent geworden, so bedeutsam und so vielfältig geübte Praxis, daß auch das Private in öffentlicher Anhörung verhandelt werden kann?

[8] Vgl. die Liste von Rollen bei Fromm 2001: 182ff - sie unterscheidet Fernsehstar, Patient, Verehrer/Kontaktbahner, Rächer, Anwalt in eigener Sache, Ideologe, Propagandist und Zaungast.

[9] Vgl. Guattari 1975. Heute wird der therapeutische Aspekt des Fernsehens meist aus dem kommunikativen Interessen- oder Funktionsverhältnis der Therapie abgeleitet. Vgl. dazu z.B. das Titelthema "Meise, Fliege & Co.: Ersatztherapeuten ohne Ethik" der *Psychologie heute*, 23,6, Juni 1996, S. 20-27; Nachdruck: *Journalist*, 7, 1996, S. 47-54. Zum therapeutischen Fernsehen bzw. zur Talkshow als Therapie vgl. Livingstone/Lunt (1994: 62-68) sowie Hoffmann (1998: 76ff).

[10] Sichtermann weist ausdrücklich darauf hin, daß es nicht einzusehen sei, daß Rubriken wie "Fragen Sie Frau Irene" im Fernsehen keine Entsprechung haben dürften. Vgl. dazu auch die etwas schwächere (und schwächer ausgeführte) These, *daily talk* gehöre zu den Formen der "Lebensberatung"; vgl. dazu Gangloff 1996. Vgl. Zur *Hör-zu*-Rubrik 'Fragen Sie Frau Irene' Seegers 1999.

[11] Vgl. dazu immer noch White 1992.

[12] Vgl. dazu Müllers Studie (1999) über die Diskursivierung der Geschlechterrollen in neueren Showformaten. In eine solche Richtung scheint auch Plake (1999: 145ff) zu argumentieren, wenn er der talk-induzierten Folgekommunikation die Funktion der Sinnerschließung und Integration mit Alltagsweltlichem zuschreibt.

[13] Neben einem politologischen Verständnis dessen, was als „öffentlich“ anzusehen ist, steht eine soziologische Auffassung. Klaus (2001: 20) spricht sogar vom „Prozess Öffentlichkeit“ und versteht darunter die Thematisierung, Verallgemeinerung und Bewertung von Erfahrungen. Es dürfte evident sein, daß dieses Öffentlichkeitskonzept auch dem vorliegenden Artikel zugrundeliegt.

[14] Vgl. dazu Priest 1995; Müller 1999.

[15] Neumann-Braun 1993; Burger (1991) berichtet sogar von "Stammgästen".

[16] Vgl. Bente/Fromm 1997; zur Talkshow vgl. Scheidt 2000.

[17] Vgl. Hiddemann 1996. Global vgl. Reichertz 2000, der das Fernsehen insgesamt als Quasi-Religion auszu-deuten versucht.

[18] Diese Auffassung steht in striktem Kontrast zu der verbreiteteren These, daß dem Auftritt im Medium Bekennnischarakter zukomme; vgl. dazu z.B. Fromm 2001: 193f. Vgl. differenzierter dazu Fromm 1999.

[19] Vgl. dazu Thymian Bussemer: Alles Lüge. Wie eine Berliner Casting-Agentur Talkmaster leimt. In: *Tip* (Berlin), 16, 1996, S. 34-35. Vgl. dazu auch den Talkshow-Schwindler Meyer, der in diversen Identitäten aufgetreten ist ("Neuer Talkshow-Schwindel!", in: *Bild am Sonntag*, 7.5.1997).

[20] Auf dieser formalen Ebene sind die Talk-Formen des Fernsehens tatsächlich dem *Klatsch* zuzuordnen, der ja auch im primären Funktionskreis des Phatischen steht. Zum Klatsch vgl. Bergmann 1987; Knoblauch 1996. Bergmann schreibt gelegentlich, dem Wissen über Privates sei strukturell die Tendenz zum Klatsch überhaupt eigen (1987: 207) - insofern implizierten schon die Gegenstände des Gesprächs das kommunikative Format, in dem sie dargestellt werden. Wenn das Gebot der Diskretion und der Scham zeitweise aufgehoben werden kann, wie es unter der Bedingung von *phone-in shows* offenbar geschieht, so geschieht das möglicherweise auch unter der Vorbedingung der "indiskreten Diskretion", die Bergmann als essentielle Vertraulichkeitsformel des Klatsches ansah. Zur Bedeutung des Phatischen in der Fernsehcommunication vgl. Wulff 1993.

## Literatur

Bente, Gary / Fromm, Bettina (1997) *Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen*. Leverkusen: Leske + Budrich (Schriftenreihe Medienforschung der LfR. 23.).

- Bergmann, Jörg R. (1987) *Klatsch. Zur Sozialform der diskreten Indiskretion*. Berlin: de Gruyter.
- Böhm, Andrea (1996) Täter, Opfer, Prediger. "Kulturkrieg": Daytime Talkshows im US-Fernsehen. In: *Jahrbuch Fernsehen 1995/96*, 1996, S. 67-73.
- Burger, Harald (1991) *Das Gespräch in den Massenmedien*. Berlin: de Gruyter.
- (1996) Laien im Fernsehen. Was sie leisten - wie sie sprechen - wie man mit ihnen spricht. In: Biere, Bernd Ulrich / Hoberg, Rudolf (Hrsg.): *Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Fernsehen*. Tübingen: Narr 1996, S. 41-80 (Studien zur deutschen Sprache. 5.).
- Faber, Marlene (1992) Rez. zu Erika Keil: Hörerbeteiligung am Radio. Bern usw. 1991. In: *Medienwissenschaft: Rezensionen*, 4, S. 457-459.
- Foltin, Hans-Friedrich (1990) Zur Entwicklung der Talkshow in den USA. In: *Media Perspektiven*, 8, 1990, pp. 477-487.
- (1991) Confrontainment in Talkshows: Streit als Unterhaltung in amerikanischen und deutschen Produktionen. In: *Arbeitshefte Bildschirmmedien* 30, 1991, pp. 51-54.
- Fromm, Bettina (1999) *Privatgespräche vor Millionen. Fernsehauftritte aus psychologischer und soziologischer Perspektive*. Konstanz: UVK Medien.
- (2001) Der Auftritt in der Talkshow: Allgemeine Motive und geschlechtsspezifische Lebensentwürfe. In: *Tabubruch als Programm. Privates und Intimes in den Medien*. Hrsg. v. Friederike Herrmann u. Margret Lünenborg. Opladen: Leske + Budrich, S. 181-196.
- Gangloff, Tilman (1996) Tyrannei der Intimität. Lebensberatung via Bildschirm: die nachmittäglichen Talkshows. In: *Medien praktisch*, 4, S. 32-35.
- Garaventa, Andreas (1993) *Showmaster, Gäste und Publikum. Über das Dialogische in Unterhaltungsshows*. Bern [...]: Lang (Zürcher germanistische Studien. 35.).
- Goldner, Colin (1996) Ersatztherapeuten ohne Ethik. In: *Psychologie heute* 23,6, S. 20-27.
- Guattari, Felix (1975) Le divan du pauvre. In: *Communications* (Paris), 23, 1975, pp. 96-103.
- Hiddemann, Frank (1996) Talk als säkulare Beichte. Jürgen Domian mit 'Eins Live Talk Radio' in WDR3. In: *Medien praktisch*, 4, S. 29-32.
- Hoffmann, Andrea Claudia (1998) *Öffentlichkeit als Therapie? Zur Motivation von Daytime-Talk-Gästen*. München: KoPäd (KoPäd Hochschulschriften.).
- Holly, Werner (1994) Confrontainment. Politik als Schaukampf im Fernsehen. In: Bosshart, Louis / Hoffmann-Riem, Wolfgang (Hrsg.): *Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation*. München: Ölschläger, S. 422-434 (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 20.).
- Klaus, Elisabeth (2001) Das Öffentliche im Privaten - Das Private im Öffentlichen. Ein kommunikationstheoretischer Ansatz. In: *Tabubruch als Programm. Privates und Intimes in den Medien*. Hrsg. v. Friederike Herrmann u. Margret Lünenborg. Opladen: Leske + Budrich, S. 15-35.
- Knoblauch, Hubert (Hrsg.) (1996) *Kommunikative Lebenswelten. Zur Ethnographie einer geschwätzigen Gesellschaft*. Konstanz: UVK Medien.
- Leitner, Gerhard (1983) *Gesprächsanalyse und Rundfunkkommunikation. Die Struktur englischer phone-ins*. Hildesheim (...): Olms.
- Livingstone, Sonia M. / Lunt, Peter (1994) *Talk on television. Audience participation and public debate*. London: Routledge, pp. 62-68.
- Morse, Margaret (1985) Talk, talk, talk: The space of discourse in television. In: *Screen* 26,2, 1985, pp. 2-17.
- Müller, Eggo (1999) *Paarungsspiele. Beziehungsshows in der Wirklichkeit des neuen Fernsehens*. Berlin: sigma (Medienwissenschaft. 25.).
- Neumann-Braun, Klaus (1993) *Rundfunkunterhaltung. Zur Inszenierung publikumsnaher Kommunikationsereignisse*. Tübingen: Narr (ScriptOralia. 48.).
- (1994) Radikalisierte Rundfunkunterhaltung - fingierte Publikumsnähe in der Inszenierung Hörergespräch. In: *Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation*. Hrsg. v. Louis Bosshart & Wolfgang Hoffmann-Riem. München: Ölschläger, S. 310-319 (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 20.).
- Paus-Haase Ingrid [...] (1999) *Talkshows im Alltag von Jugendlichen. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amüsement und Ablehnung*. Opladen/Wiesbaden: Leske + Budrich (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen. 32.).
- Plake, Klaus (1999) *Talkshows. Die Industrialisierung der Kommunikation*. Darmstadt: Primus.
- Priest, Patricia Joyner (1995) *Public Intimacies: Talk Show Participants and Tel All TV*. New York: Hampton Press.
- Reichertz, Jo (1994) "Ich liebe, liebe, liebe Dich". Zum Gebrauch der Fernsehsendung TRAUMHOCHZEIT durch die Kandidaten. In: *Soziale Welt* 45,1, S. 98-119.
- (2000) *Die Frohe Botschaft des Fernsehens. Kulturwissenschaftliche Untersuchung medialer Diesseitsreligi-*

on. Konstanz: UVK Medien (Passagen und Transzendenzen. 10.).

Scheidt, Wolfgang (2000) *Affekt-Talks. Rezeptionsmotive und affektive Bewertung eines TV-Genres*. Berlin: Vistas (Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft. 56.).

Schmitt, Elfriede (1996) Der Reiz des Medienzirkus: Reflexionen über eine Talkshow. In: *Funk-Korrespondenz*, 3, 19.1.1996, S. 27-28.

Seegers, Lu (1999) *Fragen Sie Frau Irene: Die Rundfunk- und Familienzeitschrift HÖR ZU! Als Ratgeber bei Geschlechterproblemen in den fünfziger Jahren*. In: *Maschinen und Zeitgeschichte*. Hrsg. v. Jürgen Wilke. Konstanz: UVK Medien, pp. 363-380 (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 26.).

Sichtermann, Barbara (1996) Die Barfrau hetzt die Mutti auf. Ist die Talk-Show nicht doch besser als ihr Ruf? In: *Die Zeit*, 42, Ausg. v. 11.10.1996, S. 47-48.

Torres, Sasha (1989) Melodrama, masculinity and the family: THIRTYSOMETHING as therapy. In: *Camera Obscura* 19, S. 86-107.

Verwey, Norma Ellen (1990) *Radio call-ins and covert politics: A verbal unit and role analysis approach*. Aldershot: Avebury.

Weiss, Andreas (1999) *Wer sieht sich das nur an? Den Zuschauern von Daily-Talkshows auf der Spur. Eine Rezipientenbefragung*. München: Reinhard Fischer (Ange-

wandte Medienforschung. Schriftenreihe des Medien Instituts Ludwigshafen. 10.).

Westerbarkey, Joachim (1997) Banalitätenbühne: Zur Publizität des Privaten. In: *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure - Strukturen - Veränderungen*. Hrsg. v. Günter Bentele u. Michael Haller. Konstanz: UVK Medien, S. 303-310 (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 24.).

White, Mimi (1992) *Tele-Advising. Therapeutic discourse in american television*. Chapel Hill [...]: University of North Carolina Press.

Wittek, Bernhard (1989) Die "strukturierte Diskussion". In: *Kirche und Rundfunk*, 57, 22.7.1989, S. 3-5.

Wulff, Hans J. (1993) Phatische Gemeinschaft / Phatische Funktion: Leitkonzepte einer pragmatischen Theorie des Fernsehens. In: *Montage/AV* 2,1, 1993, S. 142-163.

--- (1998a) Phone-In-Shows / Hörertelefonate: Eine Grenzform zwischen intimer und öffentlicher Kommunikation. In: *Die Veröffentlichung des Privaten - die Privatisierung des Öffentlichen*. Hrsg. v. Kurt Imhof u. Peter Schulz. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Vlg., S. 67-75 (Mediensymposium Luzern. 4.).

--- (1998b) Intime Plauderei als Politikum? Die Bedeutung der Talkshows im Medienalltag. In: *Talkshows. Tabuverletzung oder Therapie?* Kiel: Offener Kanal, S. 7-27.