

Hans J. Wulff

Phone-In-Shows / Hörertelefonate: Eine Grenzform zwischen intimer und öffentlicher Kommunikation

Eine erste Fassung dieses Artikels erschien in: *Die Veröffentlichung des Privaten - die Privatisierung des Öffentlichen*. Hrsg. v. Kurt Imhof u. Peter Schulz. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Vlg. 1998, S. 67-75 (=Mediensymposium Luzern. 4.).

Bibliographische Angabe der Online-Fassung: <http://www.derwulff.de/2-82>.

Ein Raum, eine Person im Spot, nichts geschieht: Eine spartanischere Ausstattung einer Fernsehsendung als die der *phone-in*-Sendungen 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 (das unterscheidet das Fernseh-*phone-in*-Genre von solchen Dramatisierungen wie TALK RADIO [1988] oder STADTGESPRÄCH [1995]). Und dennoch finden sich Zuschauer, bilden sich Fan-Clubs. Die eine Frage: Wie kommt es, daß Zuschauer sich binden können, was finden sie? Die andere: Wie kommt es, daß sich Anrufer einfinden?

Phone-in-Sendungen gibt es eine ganze Reihe. Sie basieren auf Gesprächstypen des Alltags, etablieren das Medium oder den Berater als einen Gesprächspartner, als einen Fachmann, als einen, der Hilfe und Rat zu geben weiß. Die Radio- und später Fernsehformen [1] adaptieren und kopieren situative Formate der unmittelbaren Interaktion, das ist nichts Besonderes und ist sogar eine Grundlage, daß die Institution mit den Akteuren umgehen kann. Die Talkshow erscheint auf den ersten Blick als eine Form, die dem Alltag der privaten Kommunikation zugerechnet wird.

Fernsehformen kopieren situative und kommunikative Formate der *face-to-face*-Interaktion. Allerdings: Die Situation ist komplizierter und reicher. 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 (ähnlich Wulff 1998).

Das ist unproblematisch, wenn man es mit einer Ratgebersendung zu tun hat. Ein Anrufer hat ein Rechtsproblem, er ruft einen Fachmann an, der ihm Rat erteilt - und dieses alles ist öffentlich, da können auch

andere etwas vom besonderen Fall lernen. Ein anderer will sich beschweren, ihm ist Unrecht geschehen, und da ist der öffentliche Ratgeber sogar eine Gelegenheit, den Gegner zu attackieren, wissend, daß Moderator und Zuschauer meist auf der Seite des Anklagenden sind. Das ist sogar dann unproblematisch, wenn einer 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. Doch das scheint problematisch, wenn der Anrufer Ehe- und Beziehungskrisen ausbreitet und der Experte im Studio Diagnosen stellt und Ratschläge gibt: weil das alles vor einem ebenso anonymen wie amorphen Publikum geschieht.

Intimität und Öffentlichkeit scheinen 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, und sie wissen auch, daß es eine Hörer- und Zuschauerschaft gibt, die dem Geschehen lauscht! Die Motive, die sowohl Anrufer wie Zuschauer an *Phone-in*-Sendungen binden, sind sehr unklar. Oft wird der Zuschauer als "Voyeur" bestimmt, der einen eigentlich verbotenen Blick auf fremdes Intimes werfen will (Faber 1992, 457); und entsprechend wird dem Anrufer ein exhibitionistischer Zug unterstellt, der ihn dazu treibe, sich in der Öffentlichkeit zu entblößen (Faber 1992, 457). Zwischen Voyeur und Exhibitionist liegt aber in der Beziehung des Höreranrufs ein eigenartiger Kontrakt vor: Und 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! Nichts passiert hier insgeheim, es geschieht nichts Verbotenes und Heimliches. Alle Beteiligten sind sich ihrer Rolle im

Geschehen bewußt, wissen über die Gegenwart der anderen, sind freiwillig versammelt.

Expertenrolle

Ursprünglich hatte das Hörertelefonat ein klar definiertes Setting: Der Moderator hatte einen Gast im Studio, der der eigentliche Gesprächspartner der Anrufer war (Leitner 1982; Burger 1991, 359). Heute ist das anders: Der Moderator selbst tritt als Experte auf.

Ist der Experte aber 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.

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 einer "Fern-Therapie am Radio" (Faber 1992, 457) oder Fernsehen zu tun: Das Geschehen ist eingeklammert, markiert als etwas, das im medialen Raum stattfindet. Wir hätten es dann mit der *Aufführung* einer Fern-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.

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 eigener 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 und Anruf in einer *Phone-in*-Sendung 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? (Auch hier ist die Gegenposition denkbar: daß sich das Individuum gegen die Geschichte, die es präsentiert, immunisiert, sie als etwas Fremdes konstituiert und dadurch der Gefahr individueller Schädigung begegnet. Dann wäre das Individuum immer in Sicherheit.)

Ratgeberschaft?

Der Gast im Studio oder der Moderator selbst sind *Autoritäten*, die man 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 Hörertelefonate 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?

Intimität und Öffentlichkeit

Zu den Aufgaben des Moderators gehört es, den Anrufer dazu zu verleiten, Offenbarungen zu vollziehen, die er eigentlich vermeiden wollte (Keil 1991, Kap. 3.1). Das Gespräch zieht 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.

Die Privatsphäre der Mitspieler wird 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 "öf-

fentlichen" Austausch im Fernsehen mit den Formen nachbarschaftlichen Miteinanderredens verbindet. Denn die Gegenübersetzung von "privat" und "öffentlich", die für bürgerlichen Umgang mit der Intimität so wesentlich war, hat die Medien immer als "öffentlichen Raum" angesehen. Möglicherweise ist diese Trennung heute zumindest brüchig. 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. Wenn das Fernsehen als "nachbarschaftlicher Raum" konstituiert ist, wird es möglich, die Distanz zwischen Zuschauern und Medienpersonen herabzusetzen (Burger 1991, 360). Der Zugang ist mit Telefon sogar einer, der jederzeit zuhanden ist; neben gezielten und vorbereiteten Anrufen finden sich auch spontane Anrufe (Neumann-Braun 1993, 160). Wir wissen manches darüber, daß es eine Professionalisierung von Kandidaten in Shows gibt (Garaventa 1993, 49), einen Drang zur Wiederholung. Wer einmal angerufen hat, wird wieder anrufen (Neumann-Braun 1993, 159f); Burger (1991, 375) berichtet sogar von "Stammgästen". Die *Phone-in*-Sendung muß als Feld für eigene kommunikative Aktivität von jedem Anrufer-Zuschauer erst erobert werden - und je mehr Erfahrungen er gewonnen hat, desto mehr kann sich eine situative Kompetenz entwickeln, wie man mit dem Fernsehen in der besonderen Teilnehmerrolle als Anrufer denn umzugehen habe. Und es können ganz unterschiedliche Motive sein, die den Anrufer antreiben: Selbstdarstellung, thematische Betroffenheit oder Mutprobe.

Das Fernsehen als ein Ort des Austausches zwischen Zuschauern und Fernsehpersonen mindert die Fremdheit zwischen dem Medium und seinen Adressaten. Fernsehen ist ein öffentliches Medium, war die geltende Auffassung. Rath (1991, 110) hat durchaus in diesem Sinne die Reihe Telefon, Bildtelefon, Fernsehen als "abnehmende Intimität der Kommunikation" charakterisiert.

Aus Adressaten werden in den *Phone-in*-Sendungen Benutzer. 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 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, ähnlich 382). 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).

Schon diese Überlegungen zum Verhältnis der Macht der Kommunizierenden machen deutlich, daß ein Moment von "Öffentlichkeit" natürlich erhalten bleibt. Mir geht es hier um Rahmenbestimmungen der Kommunikation, die das Thema des Gesprächs, seinen Modus und seine funktionalen Aspekte einbetten oder genauer: rückbeziehen auf die Alltagswelt von Zuschauern und Anrufern. "Öffentlichkeit" hängt als kommunikative Vorgegebenheit unmittelbar mit dem kommunikativen Rahmen zusammen, der z.B. autobiographisches Erzählen umfaßt: 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. Ähnlich konstituiert auch das Gespräch über andere Themen den Zuschauer-Anrufer als eine Person, die einen Beitrag zu einem Alltagsdiskurs zu leisten hat, der im Fernsehen nur eine seiner Manifestationsweisen, nur einen seiner Orte hat.

Es geht um eine doppelte Verankerung des Telefonats. Zum ersten steht es - vom Thema abhängig - in einer Reihe anderer Orte des Austausches und der Auseinandersetzung. Erziehungsprobleme gehören zur thematisch-kommunikativen Umwelt von Eltern, sie werden in Lehrerzimmergesprächen, in Elternstreit, in Elternpflegschaften, bei Tischgesprächen behandelt. Privat: weil Erziehung etwas ist, das einzelnen geschieht. Öffentlich: weil wenig daran geheim ist. Zum anderen geht es darum, daß der Anrufer einer ist, der eine be-

sondere Überzeugung hat, besondere Standfestigkeit, besonders exponierte Meinung, und daß er sich darum unterscheidet. Der Anrufer wird allein durch die Tatsache, daß er anruft, in einen Horizont von Relevanz und Bedeutung einbezogen, die ihn zu einer *wichtigen Person* macht. Er wird oft genug zum Wortführer und Stellvertreter - dem Gespräch dadurch einen Impuls gebend, der es aus der Intimität des privaten Gesprächs herausstößt. Selbst die erotische Erfahrung ist davon nicht ausgenommen. Die Episoden, in denen sexuelle Tagträume sich erfüllen, die als "Briefe" markiert (oder maskiert) in Blättern wie 'Penthouse' oder 'Playboy' abgedruckt sind, stehen in einem ähnlichen intentionalen Bezugsfeld wie Erzählungen, die via Telefon im Fernsehen kundgetan werden. Burger (1991, 375f) siedelt ähnlich Zuschauertelefonate in einem Zwischenzustand zwischen 'öffentlich' und 'privat' an.

Rollenverhältnis

Hier entsteht ein Widerspruch, eine interessante dialektische Bewegung zwischen Besonderem und Allgemeinem, in der Subjektivität gerade dadurch zum Vorschein gebracht werden kann, indem sie in einem Raum exponiert wird, in dem das Subjektive nur funktionales Interesse genießt:

Die Personalisierung der Programme durch das Zu-Wort-kommen-Lassen von tendenziell identifizierbaren Hörern führt unter dem Diktat des sozialen Mediums 'Unterhaltung' dazu, daß die betroffenen Gesprächspartner am Telefon gerade an Identität und Eigenwert verlieren. Die Geschichte, die sie zum besten geben wollen bzw. - sollen, interessiert nur unter der dekontextualisierenden Perspektive, daß - öffentlicher - Witz und Unterhaltung entsteht, womit jedoch die besondere Leistung, die der Hörer mit dem Ereignis selbst verbindet, in den Hintergrund rückt bzw. gerückt wird. Der Hörer wird [...] darauf reduziert, nur dahingehend interessant zu sein, was er funktional an Witzigkeit zu bieten hat; dysfunktional erweist sich hingegen seine Subjektivität (Neumann-Braun 1994, 315).

Die Frage ist, ob diese Überlegung nur akademischen Wert hat oder ob sie ein internes kommunikatives Problem des Zuschaueranrufs erfaßt. Denn natürlich weiß

der Hörer/Zuschauer vorher, daß er vor ein Publikum tritt und daß er sich so artikulieren hat, daß er vor diesem bestehen kann! Welchen Rang hat denn die Kundgabe von Subjektivität für den Anrufer, möchte man nachfragen? Und man könnte gegenhalten, daß der Auftritt im öffentlichen Medium das eigentliche Fasziösum für den Zuschauer sei und die subjektiven Anteile seines Auftritts (gleichermaßen thematischer und stilistischer Art) *von ihm selbst funktionalisiert* würden, um den Zugang zum Gespräch überhaupt zu erlangen einerseits, um den Auftritt "über die Bühne zu bringen" andererseits.

Ein Widerspruch bleibt über alle diese Überlegungen hinweg bestehen: Für die Wahl der Register des Sprechens ist der Moderator im Bild viel bedeutsamer als die Präsenz des Publikums im (strukturellen) Hintergrund der medialen Situation. Er ist der primäre Adressat des Anrufers, auf seine Kompetenz kann er bauen, sich darauf verlassen, daß er sich als Mittler und Übersetzer dafür einsetzt, daß der Anrufer nicht "durchfällt". Der Vertrauensvorschuß, den der Mediator genießt, ist rein strukturell; persönliche Sympathie kommt nur unterstützend dazu. Dieses Vertrauen muß etabliert sein, bevor der Anrufer die erste Nummer eingegeben hat. Und es ist so stark, eine so fundamentale Sicherung der Situation, daß es selbst dann nicht aufgekündigt wird, wenn der Moderator sich ambivalent verhält (sei es, daß er ironisiert, nicht ernst nimmt, den Anrufer gar als Kuriosität vorführt).

Denn natürlich beutet er (als Vertreter des Apparates und der Institution) den Anrufer aus. Böse Absicht steckt da gar nicht hinter, das resultiert allein aus der sozioökonomischen Verfaßtheit der Situation. Und das muß beileibe nicht in persönliche Schädigung einmünden. Bei aller Intimität und Vertraulichkeit, die sich einstellen mag, wird das Gespräch immer transformiert in öffentliche Unterhaltung, weil das Hörertelefon eine Theaterform ist, eine Ausprägung der *Banalitätenbühnen* (ein treffender Ausdruck Joachim Westerbarkes, 1997). Der Anrufer wird zum Darsteller auf dieser Bühne, sein Anruf ist ein Auftritt und ein Akt. Allein darin besteht das Ausbeutungsverhältnis. Wird nun die Umwandlung des Gesprächs in öffentliche Beilustigung auf Kosten des Anrufers vorgenommen: Dann ist das Vertrauensverhältnis, das in die Situation eingegangen ist, unter Umständen so stark, daß der

Schaden abgeblendet werden kann, daß der Geschädigte also gar nicht bemerkt, daß ihm Unhöfliches angetan wird - weil nicht sein kann, was nicht sein darf. Doch die Beispiele sind selten, daß das Telefonat auf Kosten des Anrufers geht. Es entsteht eher der Eindruck einer hohen Kooperativität, eines gegenseitigen Wissens über das Spiel und die Anliegen des anderen.

Viele Deutungen auch für die Zuschauer. Was dem einen als ironisches Spiel vorkommt, ist für den anderen eine harte Bewährungsprobe und für den dritten schlichte Beleidigung. Das hängt an Voreinstellungen, an den Stilen, die man jeweils selbst pflegt. Zuschauer-telefonate sind durchaus exklusiv. Sie zeigen Gesprächsstile, sie erproben sie, sie bieten sie an. Und so, wie der Zuschauer im praktischen Leben Stile annehmen oder ablehnen kann, steht er manchen Zuschauer-telefonaten fremd, anderen vertraut gegenüber. Bei Bettina Rusts Sendung 0137 NIGHT TALK trat das Thema ganz in den Hintergrund (da ging es um Wiedergeburt oder um wassersüchtige Katzen), der Tonfall des Gesprächs dominierte alles: Wachheit, Tendenz zur Blödelei, Ironie, reflexive Bezugnahmen auf das Gespräch selbst - es waren Strategien des *Szene-Talk*, die eigentlich exponiert wurden. Wer diesen Tonfall nicht fand - sofern er überhaupt bis zum Gespräch mit Rust durchdrang -, kam nicht in das Gespräch hinein, der Austausch brach unter gelegentlichen Mißtönen zusammen.

Wer das Vertrauensverhältnis, das der Show zugrundeliegt und das sie überhaupt erst ermöglicht, akzeptiert, kann möglicherweise auch die "Innensicht" der Situation für sich gewinnen. Aber das Binnenvverständnis ist immer fragil, es stellt sich nicht notwendig ein, man kann es nicht fixieren. Das Zuschauen/Zuhören umfaßt so nicht nur die Aktivitäten des baren Zuhörens, sondern auch solche der Evaluation der Situation, der Akzeptabilität dessen, was geschieht, der Zugänglichkeit von Thema und Problem. Der Zuschauer steht so in systematischer *Distanz* zum Abgebildeten. Dies ist Teil der rezeptionsästhetischen Verfaßtheit des Zuschauer-telefons und ein Indiz dafür, daß die Annahme, das Hörertelefon sei eine theatralische Gattung, fruchtbar ist.

Anmerkung

[1] Terminologisch hat sich das englische *phone-in* auch in deutschsprachigen Untersuchungen zum Thema 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. Burger 1991, 360f, passim.

Die meisten Untersuchungen, die bislang vorliegen, sind *phone-ins* im Radio gewidmet (Burger 1991; Günther 1992, 1993; Keil 1991; Leitner 1983; Neumann-Braun 1993, 1994; Nowak 1994; Verwey 1990). Tatsächlich ist die Gattungsgeschichte der *Phone-in*-Sendung 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).

Literatur

Burger, Harald (1991), *Das Gespräch in den Massenmedien*, Berlin: de Gruyter.

Faber, Marlene (1992), Rez. zu Keil 1991, *Medienwissenschaft: Rezensionen*, 4, 457-459.

Garaventa, Andreas (1993), *Showmaster, Gäste und Publikum. Über das Dialogische in Unterhaltungsshows*, Bern [...]: Lang (Zürcher germanistische Studien. 35.).

Günther, Ulla (1993), Bedeutungskonstitution im Gespräch: Phone-In-Sendungen mit tabuisierten Themen, in: *Dialoganalyse 4. Teil 2. Referate der 4. Arbeitstagung*, Basel 1992. Unter Mitarb. v. Christoph Grolimund & Mathilde Gyger hrsg. v. Heinrich Löffler. Tübingen: Niemeyer (Beiträge zur Dialogforschung. 5.).

Keil, Erika (1991), *Hörerbeteiligung am Radio. Vom sprachlosen Ich zum eloquenten Du*, Bern [...]: Peter Lang.

Leitner, Gerhard (1983), *Gesprächsanalyse und Rundfunkkommunikation. Die Struktur englischer phone-ins*. Hildesheim (...): Olms.

Neumann-Braun, Klaus (1993), *Rundfunkunterhaltung. Zur Inszenierung publikumsnaher Kommunikationsereignisse*, Tübingen: Narr (ScriptOra. 48.).

--- (1994), Radikalisierte Rundfunkunterhaltung - fingierte Publikumsnähe in der Inszenierung Hörengespräch, in: *Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation*. Hrsg. v. Louis Bosshart & Wolfgang Hoffmann-Riem. München: Ölschläger, 310-319 (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 20.).

Nowak, Horst (1994), *Gesprächssteuerung und Imagearbeit in Hörerkontaktsendungen des französischen Rundfunks. Eine exemplarische Untersuchung der Sendereihe "Les Auditeurs Ont la Parole" (RTL)*, Frankfurt [...]: Peter Lang 1994.

Rath, Claus-Dieter (1991), Ich sehe Sie jetzt - können Sie mich hören? Notizen zum Telefon in Fernsehinformationssendungen. In: *Telefon und Kultur: Das Telefon im Spielfilm*. Hrsg. v. Bernhard Debatin & Hans J. Wulff, Berlin: Spiess, 107-119 (Telefon und Gesellschaft. 4.).

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

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, 303-310 (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 24.).

Wulff, Hans J. (1998), Intime Plauderei als Politikum? Die Bedeutung der Talkshows im Medienalltag, in: *Talkshows. Tabuverletzung oder Therapie?* Hrsg. v. Petra Grimm. Kiel: Malik Regional Verlagsges. [i.Dr.] (Themen, Thesen, Theorien.).