

Rezension zu: Ian Hutchby, Media talk. Conversation Analysis and the Study of Broadcasting. Maidenhead: Open University Press 2006

Frank Ernst Müller

Eine im ersten Kapitel des Buches von Ian Hutchby entwickelte Grundannahme liegt in der zentralen Rolle, die gesprochener Sprache bei der Konstitution einer größeren Zahl von interaktiven medialen Genres in Rundfunk und Fernsehen zugeordnet wird: Ob Interviews, Talk Shows, Ratgeber- und Quizsendungen, Diskussions-Runden, *phone-ins* – stets ist es der überwiegend nicht schriftlich vorfixierte und spontan im Gespräch entwickelte Sprachgebrauch der Teilnehmer, der eine interaktive Matrix hervorbringt, die für das jeweilige Genre distinktiv ist. Das Hervorbringen erfolgt im Vollzuge, d.h. durch einen genre-gerechten Modus des Ablaufs der sprachlichen Interaktion. Die dabei konstitutiv beteiligten Akteure sind auch keineswegs etwa nur die professionell tätigen Sendungsmacher, sondern gehören unterschiedlichen Kategorien an, sind Experten, Politiker, Vertreter öffentlicher Institutionen, Promis oder auch nichtprominente 'ordinary people'. Entscheidend ist die in gesprochener Sprache gestaltete Interaktion *live on the air* (S.2):

Starting point for an interest in media talk lies in one very central fact: the activity of talking is the key to each of the main genres of broadcast media output.

Die Gliederung des Buches, abgesehen von den einführenden Kapiteln, bestimmt sich nach dem je behandelten Genre. Ich folge in meiner Besprechung dieser Gliederung und übernehme die Kapitelüberschriften des Autors.

1. Discovering Media Talk

Traditionelle Untersuchungen zur medialen Kommunikation haben, so Hutchby in einem kritischen Rückblick auf Hauptströmungen der angelsächsischen Forschung, die konstitutive Rolle der sprachlichen Leistungen nicht nur nicht beachtet, sondern vielmehr unsichtbar gemacht. So etwa der einflussreiche, von Stuart Hall (1973) in den 80er Jahren am Centre for Contemporary Cultural Studies entwickelte *encoding/decoding*-Ansatz, der ein Text-Leser-Modell unterstellt, bei dem in einem Kreislauf auf der einen (Produzenten-)Seite ein Text enkodiert, auf der anderen (Publikums-)Seite dekodiert wird. Ein solcher Ansatz verdeckt jedoch die spezifischen, sprachlichen Praktiken, mit denen die Sendungen in ihrer interaktiven Entstehung und in ihrem Ablauf auf die Rezipienten hin zugeschnitten werden und mit denen die Rezipienten in gesprochener Sprache adressiert werden. Erst mit dem Aufkommen der Konversationsanalyse (KA) entstanden Untersuchungen, die die sprachliche Seite von Sendungen nicht lediglich als Träger von ideologischen 'Medien-Botschaften', sondern als Gegenstand eines eigenen medien-analytischen Interesses in ihren Fokus nahmen. Hutchby stützt sich hier insbesondere auf seinen wissenschaftlichen Lehrer und Mentor, den britischen Medienhistoriker Paddy Scannell (s.u.), der zu den Pionieren dieser neuen, zugleich konversations- wie medienanalytischen Orientierung zu rechnen ist, deren Fokus sich verlagert 'from *text* to *talk*'. Scannell hat in historischer Sicht den Wandel sendesprachlicher Phänomene in der Geschichte des BBC beschrieben und insbe-

sondere zwei Tendenzen in dieser Entwicklung herausgearbeitet: Zum einen die Tendenz zu wachsender Informalität und Alltagsnähe; zum anderen die 'Konversationalisierung', d. h. hier die Entwicklung, die von zunächst monologischen Formaten – man denke an den seinerzeit einsam im Studio einen Text vorlesenden Rundfunksprecher – zu einer zunehmend interaktiven Gestaltung von aktuellen Sende-Genres verläuft.

Hutchby sieht seinen Gegenstandsbereich – *media talk* oder *broadcast talk*¹ (das *broadcast* bezieht sich auf Rundfunk und Fernsehen) – gekennzeichnet durch drei wesentliche Bestimmungen. Diese stehen aber nicht einfach additiv nebeneinander, sondern sind in einem komplexen Spannungsverhältnis miteinander verknüpft und bilden so ein kleines Netzwerk von Annahmen:

- *Broadcast talk* ist gesprochene Sprache, die bestimmt ist für die Öffentlichkeit (*talk in public* und *talk for the public*). Zugleich nähert sich der interaktive Sprachgebrauch in Rundfunk und Fernsehen zunehmend den Formen informeller *natürlicher Konversation*, wie sie in alltäglichen face-to-face Situationen gebraucht wird.
- *Broadcast talk* unterscheidet sich aber zugleich systematisch von der alltags-sprachlichen, nicht durch institutionelle Zwecke vorgängig geregelten *natürlichen Konversation* und ist im Gegenteil als *institutioneller Sprachgebrauch* anzusehen.
- *Broadcast talk* ist eine spezifische Form institutionellen Sprachgebrauchs. Die (zu erforschende) Spezifik ergibt sich aus der besonderen Art des Rezipientenzuschnitts: *Broadcast talk* wird produziert und adressiert in erster Linie für ein am Produktionsort nicht anwesendes disperses Publikum (*overhearing audience*).²

2. Analysing media talk

Im Rahmen einer gut lesbaren Einführung in die KA geht Hutchby hier insbesondere auf die Bestimmung dessen ein, was im Rahmen dieser Schule – seit Heritage (1985) – als *institutioneller Sprachgebrauch* zu verstehen ist. KA-Studien haben sich etwa seit Mitte der achtziger Jahre mit der Redeorganisation in Institutionen (Gerichtsverhandlung, Schulunterricht, Arzt-Patienten-Kommunikation, Behörden-gespräche, Service-Interaktionen u.a.m.) befasst (Drew/Heritage 1992). Der methodische Ansatz ist dabei ein komparativer: Natürliche, alltagssprachliche Interaktion wird als grundlegend und als Basis-Repertoire angesehen, in dem alle

¹ *Broadcast talk* ist auch der Titel des ersten, von Scannell (1991a) herausgegebenen Sammelbandes mit KA-Arbeiten zur Analyse des Sprachgebrauchs in verschiedenen Medien-Genres. Es enthält Arbeiten u.a. von Scannell, Hutchby, Steve Clayman, Martin Montgomery, Sandra Harris, Andrew Tolson.

² Das hier angeführte 'Netzwerk' macht Sinn auch aus einer sozio-historischen Perspektive, vgl. den folgenden Kommentar von Ilie (2001:15) zur Entstehung von Talk Shows: "Both British and American talk shows seem to have emerged as a public extension of the private sphere of casual conversation, thus bridging the gap between the public condition of the media and the private condition of the consumer. As a result, a 'public-colloquial' language (Leech 1966) has developed, which is modelled in varying ways upon the practices of conversational speech, through a process of 'conversationalization' of public discourse (Fairclough 1995b)".

konversationellen Praktiken unreduziert anzutreffen sind. Insbesondere ist hier das System des *turn taking* nicht vorgängig geregelt – Anordnung, Umfang und Typus der Redezüge, werden von den Teilnehmern selbst gewählt. Institutionelle Interaktion wählt aus diesem Repertoire spezifische Prozeduren aus, die den Zielen der Institution adaptiert werden. Die Konfiguration spezifischer Praktiken – darunter zumeist die besondere Ausgestaltung des *turn taking* – ergibt, in der Beschreibung, einen 'Fingerabdruck' (Heritage/Greatbatch 1991), der die beschriebene institutionelle Praxis sowohl von der Praxis anderer Institutionen wie von natürlicher Konversation unterscheidet.³ Während das *turn taking* in natürlicher Konversation 'lokal' geregelt und Zug-um-Zug neu koordiniert wird, ist die Redezugverteilung in institutionellen Gesprächen zumeist vorreguliert und zwar nicht nur in der sequenziellen Abfolge: Mit den Redezügen sind oft – wie etwa bei Lehrern, Richtern, Ärzten, Moderatoren – institutionelle, rollen-gebundene Aktivitäten verbunden, die auch in die interne Ausgestaltung der Redezüge eingehen und diese prägen. Über die Gesprächsorganisation, die in Institutionen normativen Charakter hat, werden so Eigenschaften und Charakteristika der Institution im sprachlich-interaktivem Handeln der Beteiligten immer wieder neu aufgerufen, bestätigt und fortgesetzt. Über ihre Gesprächsorganisation werden andererseits Institutionen auch in einer neuen, für die sprachorientierte Beobachtung und Analyse interessanten Weise zu Gegenständen der Untersuchung.

Wie orientieren sich nun die Akteure im *broadcast talk* am institutionellen Sprachgebrauch von Sende-Genres? Hutchby bezieht sich hier zum ersten Mal auf ein sehr formalisiertes, aber auch sehr gängiges Medien-Genre mit weltweiter Verbreitung, das Nachrichten-Interview. Die Einschränkung und Spezialisierung auf wenige Typen von Redezügen ist hier offensichtlich, mit denen die institutionellen Identitäten von Interviewer (IR) und Interviewtem (IT) verbunden sind. Ebenso offensichtlich ist die Orientierung an den Interessen des Publikums: Der IR fungiert als Elizitator, der von den ITs Darstellungen abrufte, die in erster Linie zur Information des Publikums bestimmt sind. Der IR vermeidet ferner – als Reaktion auf diese Darstellungen – Sprechhandlungen wie Bestätigungen, *continuer*, subjektive Bewertungen der erhaltenen Antworten u.a.m. mit denen im *common work* der Teilnehmer in natürlicher Konversation die Rezeption üblicherweise einhergeht. Er vermeidet so auch, die Rolle des primären Adressaten einzunehmen, die vielmehr 'umgeleitet' und dem Publikum zugewiesen wird. Der IR trägt mithin sowohl auf der Ebene des Fragestellens wie durch den besonderen Zuschnitt der Rezeption der erhaltenen Antworten dazu bei, ein solches, dem Publikum zugewandtes institutionelles *footing* der Interaktion herzustellen.⁴

Hutchby zitiert hier auch eine im vorliegenden Band ebenfalls mehrfach herangezogene Untersuchung von David Greatbatch (1992) zu komplexeren Nachrich-

³ Institutioneller Sprachgebrauch und natürliche Konversation müssen nicht notwendig in der von Hutchby in seinem Buch durchgängig vertretenen Weise kategorial voneinander geschieden werden. Andere, der KA nahestehende Medienanalytiker – vgl. z.B. Ilie (2001), Thornborrow (2002) – vertreten differenzierte Übergänge und Mischverhältnisse. So ist etwa aus der Sicht von Ilie (2001) ein mediales Genre wie das der Talk Show als *semi-institutionell* zu betrachten und gerade dadurch zu charakterisieren, dass sich hier Merkmale von beiden Kommunikationsformen nebeneinander finden bzw. die eine in die andere Form eingebettet sein kann.

⁴ Natürlich trägt zur Aufrechterhaltung des Interviewrahmens auch der IT bei, vgl. dazu unten den Abschnitt zu Kap. 7, wo das Genre des Nachrichten-Interviews von Hutchby noch einmal differenzierter aufgenommen wird.

teninterviews (*panel interviews*). Dabei steht dem IR und Moderator ein Podium mit mehreren Partnern als ITs zur Seite. Die Podiumsgäste sind im Allgemeinen so ausgewählt, dass sie kontrastiv unterschiedliche Positionen oder Parteien eines Spektrums von Meinungen vertreten. Der IR und Moderator kann nun, z.B. in der Form eines *serial interview arrangement*, mit Fragen an die einzelnen Antagonisten nacheinander die kontrastierenden Positionen elizitieren. Die kontrastierenden Positionen erscheinen dann, sequentiell gesehen, nicht adjazent und im direkten Kontrast, sondern sind voneinander jeweils durch eine intervenierende Frage des Moderators getrennt. Sie werden in diesem Fall ferner von ihren Sprechern nicht jeweils direkt auf einen antagonistischen Rezipienten hin zugeschnitten und adressiert, sondern an einen 'Dritten', den IR und Moderator. Und sie werden durch diese Filter 'automatisch' in ihrer kombattiven und konfrontativen Wirkung gemässigt: *mediation is mitigation* (Greatbatch).⁵ Es genügt hier jedoch bereits eine kleine Drehung an der Stellschraube des *turn taking*, um dies zu verändern: Im Interesse einer lebendigeren und dramatisch gesteigerten Diskussion kann der IR und Moderator dazu animieren oder zulassen, dass die Antagonisten ihre kontrastierenden Darstellungen unmittelbar aneinander richten und auf diesem Wege eine kämpferische Interaktion (*combative interaction*) auf den Weg bringen. Er kann diese, wenn Gefahr entsteht, die Kontrolle über die zwischen den Antagonisten entstehende Dynamik zu verlieren, dann auch wieder zurücknehmen. Prozesse eines solchen, zugleich institutionellen wie professionell-dramaturgischen *management of disagreement* durch Interviewer/Moderatoren sind nicht nur in politischen Nachrichtensendungen und Podiumsdiskussionen, sondern häufig z. B. auch in Talk Shows zu beobachten.

In einem letzten theoretischen Abschnitt dieses Kapitels bezieht sich Hutchby auf die seit Fairclough (1995a) als 'Critical Discourse Analysis' bekannte Schule und setzt sich auseinander mit den von dieser Seite vorgebrachten Argumente gegen den 'herrschaftsblinden' Ansatz der KA, der Machtbeziehungen, Ideologien und kulturelle Werte ausklammert. Ein solcher Anschluss gelingt jedoch m. E. (s.u.) nur an wenigen Stellen.

3. Audience participation television and public discourse

Von der Geschichte des Genres her gesehen, gehen Talk Shows mit Publikumsbeteiligung zurück auf die äußerst populären Tournee-Veranstaltungen, die von den Sendern zur Ansprache und Betreuung der britischen Soldaten während des Zweiten Weltkriegs veranstaltet wurden. Es ist ersichtlich genug, warum gerade hier unprominente und gewöhnliche *ordinary people* als Sprecher, Darsteller und Akteure das öffentliche Forum des *broadcasting* und des über die Sender hervorgerufenen *public discourse* betreten sollten.⁶ Um die Beteiligung der gewöhnli-

⁵ Der genannte 'Filter' schließt z.B. auch aus, dass die Antagonisten die jeweilige Turn-Konstruktions-Arbeit eines Kontrahenten in ihrer Entstehung und Entfaltung und noch vor ihrem Abschluss beeinflussen, unter Druck setzen, behindern etc. Vgl. zur 'kombattiven' Interaktion unter Politikern Müller (2007).

⁶ In einer weiter gespannten, hinter die elektronischen Medien zurückreichenden kulturhistorischen Betrachtung gesehen, geht die *audience participation* auf die in Salons, Kaffeehausdiskussionen, Lesezirkeln etc. entstehende Öffentlichkeit, aber auch auf die frühen Printmedien,

chen Leute geht es Hutchby wesentlich auch in den drei Arten von Talk Shows, die er in seinem Buch vorstellt und auch empirisch behandelt:

- themen-zentrierte Talk Shows, in denen – neben 'Experten' – auch ein größeres, zumeist co-präsentes Publikum in Diskussionen zu aktuellen Themen einbezogen wird. (Eine detaillierte empirische Analyse in diesem Bereich präsentiert er anhand einer Ausgabe der Oprah Winfrey-Show.)
- konfrontative Shows, in denen Konfrontation zwischen Freunden, Beziehungspartnern, Nachbarn etc. in Szene gesetzt, ausgespielt und oft durch 'Experten'-Kommentar am Ende aufgelöst wird. (Empirische Analyse hierzu anhand von 'Ricki Lake'.)
- politische Talk Shows, bei denen Politiker im Studio mit Teilnehmern aus dem Publikum zusammengeführt werden um über aktuelle politische Themen zu debattieren (Empirische Analyse anhand von 'Question time', in Kap. 8).

Für die Fallstudie zur Oprah Winfrey-Show⁷ hat Hutchby brisantes Material ausgewählt. In dem zur Analyse ausgewählten Exemplar geht es um eine Debatte in Chicago zwischen Teilnehmern aus dem Publikum auf der einen Seite, leitenden Vertretern der Polizei auf dem Podium auf der anderen. Thema ist das Verhältnis zur Polizei, ausgelöst durch vorausgehende Medienberichte zu rassistisch motivierten und brutalen Übergriffen der Polizei auf den Strassen wie in den Polizeiräumen. (Der Fall Rodney King liegt noch nicht allzulang zurück; ein genaues Datum des präsentierten Materials gibt Hutchby nicht an).

Hutchby dokumentiert die Debatte in längeren transkribierten Ausschnitten und analysiert sie in mehreren Phasen. Er geht insbesondere auf die Fragetechnik der Moderatorin und die eröffneten Beteiligungsmöglichkeiten ein, die für 'Laien' und 'Experten' unterschiedlich sind: Die Moderatorin wendet sich mit 'offenen Fragen' (*What do you think?*), die einen weiten Spielraum für die Beantwortung eröffnen, an Teilnehmer im Publikum und elizitiert so deren Beteiligung und Stellungnahmen. 'Offene Fragen' lassen das im Rahmen des eingeführten Themas von den Befragten ansprechbare Unterthema noch wählbar und schränken nicht ein. Die anwesenden Experten hingegen werden von ihr mit bi-polaren Ja/Nein-Fragen (*Are police racist?*) angesprochen, die ein engeres und verbindlicheres Format für die Beantwortung nach sich ziehen und eine freie Wahl des in der Antwort ansprechbaren Themas nicht zulassen. Über die Fragetechnik der Moderatorin werden so

Journalen, insbesondere Frauenjournalen des 19. Jahrhunderts zurück, vgl. z.B. Munson (1993), Schütte (1996), Semeria (2002), Burger (2005).

⁷ Die Oprah-Winfrey-Show ist noch immer der Marktführer unter den *daytime talk shows* in USA, vgl. z.B. die Beschreibungen in Shattuc (1997), Ilie (2001), Semeria (2002). Shattuc nennt als Begründungen für die Popularität der Show u.a. die vier folgenden: "It is issue-oriented - content derives from social problems or personal matters that have a social currency; [...] audience participation is central; [...] it is structured around the moral authority and educated knowledge of a host and an expert, who mediate between guests and audience; [...] it is constructed for a female audience (Shattuc 1997:3)". Ein für den deutschen Leser zugängliches Porträt der "schwarzen Übermutter des Unterhaltungsgeschäfts in Amerika" und inzwischen milliardenschweren Medienunternehmerin Oprah Winfrey zeichnet Nina Rehfeld (2008) in der FAZ.

Teilnehmerkategorie und Beteiligung im Raum eines öffentlichen Diskurses (*participatory space*) zueinander in Beziehung gesetzt.⁸

Die in den präsentierten Daten ansatzweise ebenfalls erkennbaren Vermittlungsleistungen der Moderatorin Oprah Winfrey, die hier einen Spagat zwischen verfeindeten Lagern vorführt – der stark vertretenen schwarzen Fraktion des Studiopublikums und den weißen Polizeioffizieren auf dem Podium – sowie, *last not least*, dem ethnisch gemischten Millionenpublikum lässt Hutchby aber unkommentiert. Ein Anschluss an die Critical Discourse Analysis kommt hier jedenfalls – trotz der politischen Brisanz des ausgewählten Materials – nicht zustande.

Ein deskriptiv-analytisches Interesse von Hutchby in diesem Abschnitt gilt auch den strukturellen Merkmalen, dem *turn design*, das die Beiträge der "Laien" aus dem Publikum zu einer laufenden öffentlichen Debatte kennzeichnet. Turns, mit denen Teilnehmer in einer laufenden öffentlichen Debatte Stellung nehmen und sich hier verorten, dienen dem *position taking*. Turns mit solcher Funktion können – wie Thornborrow (1997) gezeigt hat – äußerst variable Eigenschaften haben – und z.B. von einem kurzen Satzformat bis hin zu einer ausgebauten Erzählung reichen. Ein häufig nachgewiesenes formales Phänomen liegt darin, dass solche Turns, wenn sie länger sind, einen stark markierten 'Gestaltschluss' haben: Das Turn-Ende fällt dann zusammen mit dem Ende eines Argumentationsschritts und die argumentative Position des Sprechers wird am Turn-Ende in einer verstärkten und generalisierten Form rekapituliert/reformuliert/resümiert – z. B. in Form von Dreier-Listen oder kontrastiven Paaren. Dies wiederum führt, wie Hutchby mit Beispielen aus der präsentierten Debatte zeigen kann, zu Beifallsreaktionen des anwesenden Publikums.

4. The spectacle of confrontation

Mit Ricki Lake und Jerry Springer behandelt Hutchby im nächsten Kapitel einen Mitte der 90er Jahre entstandenen, der 'zweiten Generation' (Shattuc 1997) amerikanischer Talk Shows entstammenden Typ von Streit-Show. Waren Konflikte zuvor – wie in Oprah Winfrey – eine wichtige, dramaturgisch notwendige Triebfeder für die medial effektvolle Behandlung öffentlich relevanter Themen, so ver selbstständigt sich der Konflikt hier zu einem Spektakel eigener Art. Wie Hutchby in einem der eher seltenen Abschnitte zur Entwicklungsgeschichte medialer Genres hier ausführt, entstanden die Streit-Shows aus dem Wettrennen der Genres *to up the ante*, d. h. aus dem Versuch, vorausgehende erfolgreiche Genres wie die Oprah Winfrey-Show zu übertrumpfen durch erhöhte Konflikthaltigkeit, kalkulierte Anstößigkeit, gesteigerte Emotionalität u.a.m. Thematischer Gegenstand ist hier auch nicht mehr eine Problematik von allgemeinem und öffentlichem Interesse, sondern *everyday life dilemmas*, Streithändel zwischen Familienangehörigen, Nachbarn, früheren Liebes-, Ehe- und Geschäftspartnern. Dabei geht es häufig schrill zur Sache, etwa wenn Drogenabhängigkeiten, abweichende sexuelle Praktiken, Übergriffe und Gewalt gegen Frauen behandelt werden.

⁸ Eine ausführliche Analyse der Fragetechnik von Interviewern und der durch das *question design* von Frageformen nahegelegten Agenda in den Antworten findet sich in Clayman/Heritage (2002).

Verändert sind hier auch die Rollen des Moderators, der eingeladenen Gäste bzw. Protagonisten des Streitgeschehens und des Publikums. Die Moderatorin ist nicht mehr nur die über den Streitparteien stehende Vermittlerin, sondern agiert fluktuierend in verschiedenen Rollen auch als Parteigängerin, die die Konfrontation unter den Gästen befördert und Koalitionen mit dem Publikum sucht, gegebenenfalls auch über bloßstellende oder anschwärzende Kommentare von Aktionen der "Antihelden" unter den Gästen. Nicht selten werden diese auch gezielt dem Gelächter des Publikums ausgesetzt. Das anwesende Studiopublikum ist nicht mehr nur lebende Kulisse und Zuhörerschaft, *vor* der gespielt wird. Es wird von der Moderatorin häufig direkt angesprochen, zu plakativen und lautstarken Reaktionen animiert und ist als aktiver Mitspieler und Anheizer in das Kampfgeschehen der Show mit eingebaut.

Shows wie Jerry Springer oder Ricki Lake sind zumeist personenreich inszenierte *multi-party confrontation*, in der sich ein komplexes Geflecht des Aufeinander-Bezugnehmens und Sich-Adressierens ergibt. Hutchby zeigt in seiner Analyse – neben den konfliktsteigernden und melodramatisierenden Aktivitäten der Moderatorin – wie verschiedene Aspekte von *participation framework*, *turn taking* und sequentieller Struktur zusammenwirken, um der Inszenierung von Konfrontation zu dienen.

Bei den Streit-Shows wird aber auch eine allgemeinere Problematik des Ansatzes von Hutchby augenfällig, die in der Beschränkung auf eine phänomenologische Betrachtungsweise liegt: Die Konfrontation wird als ein *planes*, nur von den Teilnehmern selbst getragenes und spontan improvisiertes Geschehen betrachtet. Gerade bei den Streit-Shows und insbesondere über die Aktionen der Moderatorin, die als *agent provocateur* zu Werke geht, wird jedoch der prä-inszenierte und theaterhaft anmutende Charakter der manifesten Interaktion besonders deutlich. Theaterhaft – oder doch jedenfalls an fiktionale Genres erinnernd – mutet auch der von Hutchby nicht weiter kommentierte *trash*-Aspekt an, die Zuspitzung, Verdichtung und Überzeichnung der in Szene gesetzten *everyday dilemmas*, die sicherlich auch zum *audience design* dieses Sende-Genres zu rechnen sind. Man vergleiche zur Illustration das *imbroglio* in der folgenden Werbeansage einer Jerry Springer-Show zum Thema "My wife is sleeping with my aunt". Der Moderator Jerry Springer spricht diesen *trailer* in die Kamera, während er in seinem Büro sitzt und in einem Photoalbum mit Schnappschüssen der eingeladenen Gäste blättert (Haarman 2001:55):

Hi and welcome. Today's show we're gonna meet a family whose story has more twists and turns than a soap opera. Let's begin with Beckey. You see she's married to Dale, but having an affair with Chris. But what Dale and Chris don't know is that she's also sleeping with Sharon, Dale's aunt. Meanwhile Aunt Sharon's fifteen year old daughter Jessica is dating Richard, but claims she is bisexual and is longing to be with Kathleen, the woman she babysits for. Well this seems like one happy wild family. Okay let's see what happens. Come on.

5. Language, interaction and power on talk radio

Höreranrufsendungen erlauben im Prinzip jene Umkehr der Einbahnstrasse, die immer nur vom Sender zum Hörer führt und die Brecht (1932) in seinem bekann-

ten Rundfunkmodell aus den 30er Jahren evoziert hat. Der 'anonyme' Hörer von heute kann in *talk radio shows* selbst das Wort ergreifen und *in his own voice* zu Ereignissen und Themen seiner Wahl Stellung nehmen (S.81):

Although often castigated for its triviality, and for the intentionally controversial behaviour of some hosts, talk radio – along with its close relative television talk show – offers one of the few media environments in which ordinary members of the public are given the opportunity to speak on issues and events in their own voices, as opposed to having their viewpoints represented either in the neutralistic register of broadcast news, or the 'probing' register of current affairs documentary.

Mit Daten aus einem Londoner *phone-in*, das bekannt ist für seinen streitbaren Moderator, bearbeitet Hutchby hier zwei Fragestellungen: a) Wie präsentieren und rechtfertigen Anrufer die Agenda ihres Anrufs? Mit welchen Mitteln 'authentifizieren' sie, als Laien, die nicht als autorisierte *abstract experts of professionalized news discourse* auftreten und sprechen können, ihre Standpunkte angesichts eines kritischen Moderators? b) Wie gelingt es dem Moderator gleichwohl im Gespräch eine Machtposition einzunehmen, obwohl der thematische Gegenstandsbereich jeweils vom Anrufer stammt und vom Anrufer eingeführt wird?

In der ersten Frage stützt sich Hutchby auf einschlägige analytische Ideen von Sacks (1992a) und beschreibt eine Reihe von *witnessing devices*: *Witnessing devices* sind Formulierungen, mit denen Anrufer den Modus des Zugangs zu einem Ereignis formulieren, das Bezeugen-Können, Selbst-Gesehen-Haben, Dabei-Sein oder Dabei-Gewesen-Sein als Protagonist oder Betroffener. Sie authentifizieren so die im Anruf berichtete Erfahrung als *first-hand knowledge* und rechtfertigen sich als legitime Sprecher/Subjekte/Berichterstatter einer solchen Erfahrung. Auch wenn Anrufer argumentativ in die Defensive geraten – wenn z.B. der Moderator die Agenda einer Anruferin, die über Belästigung durch Hundekot vor ihrem Haus reden will, mit Ironie quittiert ("Oh jetzt kommt aber was Wichtiges") – thematisieren sie den unabweisbaren *first-hand knowledge*-Status der zu berichtenden Erfahrung.

In der zweiten Frage gibt Hutchby überraschenderweise eine sequentielle Antwort. Es erscheint auf den ersten Blick als interaktiver und argumentativer Vorteil für die Anrufer, dass sie im üblichen sequentiellen Ablaufschema des Hörer-Anrufs eine erste Position einnehmen, in der sie die thematische Agenda ihres Anrufs einführen können und die Reaktion des Moderators hierauf erst an zweiter Position folgt. Genaue empirische Beobachtung von Hörer-Anrufen zeigt jedoch, dass gerade aus den interaktiven und argumentativen Ressourcen der zweiten Position heraus eine institutionelle Machtposition des Moderators im Gespräch mit den Hörern sich ergibt: Aus dieser zweiten Position heraus kann der Moderator nämlich – gewissermaßen als *gatekeeper*, der den Zugang zum 'Äther' kontrolliert – die vorgeschlagene Agenda des Anrufers akzeptieren, aber auch in Frage stellen, ihre Voraussetzungen und Relevanz anzweifeln, sie ironisieren, zerpfücken etc. und hat so leichtes Spiel, den Anrufer samt seiner Agenda in die Defensive zu bringen und/oder auch dort zu halten. Die sequentiell eröffnete Rolle des Türwächters und Diskurskontrolleurs ist jedoch keine unabänderliche und unumgehbare Instanz, sondern kann, wie Hutchby an Beispielen darlegt, von Anrufern durchaus auch gekippt werden, die dann ihrerseits den Moderator unter Legitimationsdruck bringen können.

6. Distributed expertise: The discourse of advice-giving shows

Auch bei den Ratgebersendungen, die es allerdings in einer nur schwer zu überschauenden Vielzahl von Varianten gibt, bleibt die Fragestellung von Hutchby strukturell die nämliche wie sie z.T. bereits bei vorausgehend genannten Genres zur Anwendung kam: Wie wird – eingeschrieben in das *design* des Ratgeberdiskurses – das disperse Publikum der Radiohörer adressiert und als Rezipient der Ratgebersendung vorkonstruiert?

Ein solches *design* findet Hutchby in der nach zwei Seiten hin ausgerichteten Orientierung des Ratgebens im Radio: Es orientiert sich zum einen auf das spezifische Problem, wie es von einem einzelnen Anrufer vorgetragen wird; zum anderen auf verallgemeinerte Versionen dieses Problems, wie sie virtuell für einen *generalisierten Anderen* von Interesse sein sollten. Die zweiseitige Orientierung schlägt sich auch in einem zweiteiligen Format des Ratgeber-Diskurses nieder mit dem der Experte auf die Fragen des ratsuchenden Anrufers reagiert. Der Experte beantwortet zunächst, in einem ersten Teil, in direkter Form, die spezifische Frage des Hörers, die zur Lösung ansteht. Jedoch beantwortet der Experte 'mehr als die Frage': In einem anschließenden zweiten Teil geht er über die gestellte Frage und den gegebenen Einzelfall hinaus und liefert zusätzliche (*auxiliary*) Information, die sich an ein größeres Publikum wendet und die Relevanz der Frage für ein abstrakteres Publikum aufzeigt. Hutchby nennt dies das AAI-Format (*answer plus auxiliary information*). Es dient als Ressource, mit der die Spannung zwischen der personalen und der öffentlichen Dimension des Ratgebens im Radio gehandhabt werden kann.

Hutchby erörtert auch einige typischerweise mit dem Format verbundene interaktive Probleme. Anrufer können z.B. den Wechsel im *footing* des Experten verkennen, wenn dieser die Domäne der spezifischen Interessen ihrer personalen Agenda verlässt und, darüber hinausgehend, sich an das größere Publikum der Hörer wendet. Was für das größere Publikum von Interesse sein mag, kann jedoch für das spezifische Interesse des Anrufers irrelevant oder 'daneben' erscheinen, wenn dieser den vom Experten vollzogenen Wechsel in der Adressierung nicht entsprechend nachvollzieht und sich auch dann noch als der angesprochene Rezipient fühlt, wenn der Experte mit seinen Ausführungen bereits die generalisierte Hörerschaft anvisiert.

In vielen Anrufen wird der Wechsel von der personalen Domäne des (auditiv) anwesenden Hörers zur überpersonalen und verallgemeinernden Domäne des nichtanwesenden dispersen Publikums mehrfach vollzogen. Insbesondere am Schluss der Interaktion erfolgt in der Regel eine Bewegung hin bzw. zurück zu den spezifischen Interessen des anwesenden bzw. zu verabschiedenden einzelnen Hörers.

7. News interviews: Journalists and politicians on the air

Das Nachrichten-Interview ist – seit Clayman/Heritage (2002) – das aus KA-Perspektive gegenwärtig am umfassendsten und detailliertesten untersuchte Medien-Genre. Hutchby gibt in diesem Kapitel eine zusammenhängende und mit ausgewählten Daten gestützte Übersicht über die seit Mitte der 80er Jahre von John Heritage, Steve Clayman und David Greatbatch entwickelten Ansätze zur Beschrei-

bung der interaktiven Strukturen, in denen – und mit denen – dieses Genre hervorgebracht wird.

Als *institutioneller* Sprachgebrauch wird das Genre analytisch erkennbar u. a. durch seine spezifischen Reduktionismen: So fehlen z.B. hier die in natürlicher Konversation häufigen und erwartbaren *third turn acknowledgements*: In natürlicher Konversation, aber auch in bestimmten institutionellen Umgebungen – wie z.B. in der Lehrer-Schüler Interaktion im Klassenzimmer – entsteht im Anschluss an die Beantwortung von Fragen eine Strukturstelle der 'dritten Position', wo der oder die Fragesteller(in) die erhaltene Antwort kommentiert oder qualifiziert. Die Interviewer im Nachrichteninterview enthalten sich hingegen zumeist einer solchen kommentierenden und bewertenden Stellungnahme, in der die erhaltene Antwort z. B. als nachvollziehbar, neu, überraschend, erfreulich o. ä. markiert würde. Die Interviewer gehen vielmehr nach Erhalt einer Antwort unvermittelt zur nächsten Frage weiter. Diese Enthaltensamkeit der interviewenden Journalisten hat vor allem zwei Gründe:

- Sie vermeiden auf diese Weise, ihre Pflicht zu journalistischer Neutralität und Ausgewogenheit durch Beurteilungen und Bewertungen in Gefahr zu bringen
- Sie vermeiden durch eine solche Rezeption, sich als die primären Rezipienten der elizitierten Information zu situieren. Die Rolle als primärer Rezipient dieser Information wird damit dem dispersen Publikum zugewiesen

Interviewer können ihre journalistische Pflicht zur Dokumentation einer neutralen Haltung aufrechterhalten, gleichwohl aber kritische und herausfordernde Fragen an den oder die Interviewten richten.⁹ Ein probates Mittel für einen solchen Spagat bietet z. B. der Wechsel im *footing* des Fragestellens, wie von Clayman (1992) beschrieben: Der Interviewer wechselt das *footing* – vgl. unten in Zeile 3 – und äußert die potentiell herausfordernde Frage nicht 'auktorial', also in eigener Verantwortung für die Wahl der Formulierung, sondern ordnet die Verantwortung anderen Autoren zu und bringt so die Herausforderung ins Spiel als vorhandene Nachricht oder als 'on-dit', wie im folgenden Beispiel (Clayman (1992:169), zitiert nach Hutchby, S.126):

1 IR: senator, (0.5) uh: President Reagan's elected
 2 thirteen months ago: an enormous landslide.(0.8)
 3→ It is sa::id that his programs are in trouble,
 4 though he seems to be terribly popular with
 5 the American people. (0.6)
 6→ It is said by some people at thuh White House
 7 we could get those programs through if only we
 8 had perhaps more:..hh effective leadership
 9 on on thuh hill an' I suppose indirectly=
 10 IE: hhhheh
 11 IR: =that might (0.5) relate t'you as well:. (0.6)
 12 Uh what d'you think thuh problem is really
 13→ is=it (0.2) thuh leadership as it might be
 14 claimed up on thuh hill, er is it thuh
 15 programs themselves.

⁹ Die für journalistische Interviewer sich eröffnende Spannung zwischen einer investigativen, kritisch-attackierenden, u. U. auch feindlichen Einstellung gegenüber dem Interviewten einerseits, der Verpflichtung auf Unparteilichkeit und Ausgewogenheit andererseits wird ausführlicher erörtert in Clayman/Heritage (2002).

Ausführlich dargestellt werden in diesem Abschnitt auch die vor allem von Heritage/Watson (1979) und Heritage (1985) beschriebenen Formen des Reformulierens und Resümierens, wie sie von Interviewern in Medien-Interviews gebraucht werden. Reformulierung und Resümierung haben im medialen Kontext, als diskursive Praktiken, die sehr effektiv der Publikumsorientierung dienen können, einen besonderen Stellenwert. Der Bezug auf Interessen des Publikums ist häufig Veranlassung für Reformulierungen und häufig sind die Interviewer zugleich auch die Moderatoren von Sendungen und als Medienprofessionelle sind sie *ex officio* gehalten, die Interessen des Publikums ihrer Sendung wahrzunehmen. Der Interviewer kann in Resümees und Reformulierungen Aussagen der Interviewten publikumswirksam neu 'verpacken', um sie verständlicher oder präziser zu machen, aber auch um sie in der einen oder anderen Dimension zu modifizieren, nuancieren, sie einem politischen Lager zuzuordnen, sie zu ver- oder entschärfen u.a.m.

Am Beispiel von Politikerinterviews und der Selektivität mit der Politiker in brenzligen Situationen ihre Worte zu wählen wissen, vermittelt Hutchby eine anschauliche Vorstellung von dem, was es heißen kann *to talk 'on the record'*. Angesichts eines dispersen Massenpublikums sowie darüber hinaus sich anschließender weiterer Medien, die z.B. den öffentlich praktizierten Sprachgebrauch eines Politikers wiederum registrieren, weiter verbreiten und kommentieren, hat der mündliche Sprachgebrauch im Medium seine in vorelektronischen Zeiten gegebene Flüchtigkeit und Unverbindlichkeit definitiv eingebüsst.

Zum Abschluss des Kapitels erörtert Hutchby einige in der angelsächsischen Öffentlichkeit viel diskutierte Fälle von gescheiterten Interviews mit Politikern, in denen interaktive und für das Genre 'Interview' konstitutive Regeln in spektakulärer Weise verletzt und außer Kraft gesetzt wurden. Als der vielleicht bekannteste Fall wird hier ein neunminütiges 'Gespräch' zwischen dem streitbaren CBS-News-Interviewer und Moderator Dan Rather auf der einen, George Bush senior, seinerzeit (1988) Vize-Präsident der USA, auf der anderen Seite behandelt. Das Gespräch beginnt als Interview, verlässt aber bald diesen Rahmen, kippt um und entwickelt sich zu einem erbitterten verbalen Schlagabtausch (*shouting match*) zwischen den Kontrahenten.¹⁰

Das Gespräch ist methodisch von Interesse im Rahmen einer Devianz-Analyse. Gerade in der Verletzung von genre-konformen Praktiken tritt die für das reibungslose Zustandekommen eines interaktiven Genres konstitutive Rolle dieser Praktiken mit besonderer Deutlichkeit hervor. Im Bush/Rather-Fall wird z.B. deutlich, dass die für Nachrichten-Interviews konstitutive Frageform gebrochen wird. Zur genre-gerechten Interviewer-Frage gehört überwiegend auch eine vorgeschaltete Komponente, die Rahmen oder Hintergrundmaterial für den Horizont der anschließenden Frage liefert. Die vorgeschaltete Komponente hat selbst aber noch keine explizite Fragemarkierung.¹¹ Damit eine solche Interviewerfrage zustande kommen kann, muss sich der Interviewte während der frage-vorbereiten-

¹⁰ Zu diesem Interview gibt es ein nach KA-Konventionen erstelltes Transkript, das u.a. den immens hohen Anteil an Simultansprechen zeigt sowie ein *set* von Analysen (u. a. von Schegloff (1988/89), Clayman/Whalen (1988/89), Pomerantz (1988/89), die sich detailliert mit dem 'Umkippen' des Gesprächs befassen.

¹¹ Vgl. als Beispiel für die mit 'Vorwort' ausgestattete Frageform die oben wiedergegebene Interviewerfrage aus Clayman (1992). Die vorgeschaltete Komponente, die den Rahmen setzt für die Frage, geht bis Zeile 11; erst dann folgt der grammatisch-explizit als Frage markierte Teil. Eine ausführliche Erörterung dieses Frageformats geben Clayman/Heritage (2002).

den Phase des Interviewers mit eigenen Reaktionen zurückhalten. Wird nun der frage-aufbauende Charakter des vorgeschalteten Materials vom Interviewten nicht respektiert, sondern dieses Material, noch emergent und vor Erreichen der Frage im engeren Sinne, bereits als eigenständiges und kontroverses Streitmaterial attackiert, so bricht das Interview-Format schnell zusammen. Es kommt dann – wie im Bush/Rather-Fall – häufig zu einer kleinräumigen Punkt für Punkt Konfrontation, in der die Teilnehmer – vom *turn-type* wie vom *turn-space* her gesehen, den sie sich wechselseitig zugestehen bzw. bestreiten – ihre Redezüge nicht mehr in das Format von Interviewfragen bzw. Interviewantworten bringen.¹²

8. Political rhetoric and televised debate

Hier geht es Hutchby noch einmal um ein bereits oben angesprochenes politisches Medien-Genre, die Podiumsdiskussion (*panel debate show*), die vor bzw. mit einem im Studio anwesenden Publikum geführt wird. Ein unparteiischer Moderator – der zugleich professioneller *broadcaster* und Gestalter der Sendung ist – moderiert eine Debatte zwischen TeilnehmerInnen auf dem Podium, die ein kontrastreiches Spektrum parteilicher Standpunkte repräsentieren. Sie sind im Allgemeinen so ausgewählt, dass eine lebhafteste Debatte zustande kommen kann mit gegensätzlichen Standpunkten, die miteinander konkurrieren und um Anerkennung streiten müssen. Fragen an das Podium kommen aus dem Publikum. Das Publikum ist darüber hinaus ein aktiver Mitspieler der Show. Es reagiert – jedenfalls in der von Hutchby vorgestellten Sendung "Question time", einer renommierten politischen Talk Show der BBC – lebhaft auf die vom Podium artikulierten Standpunkte. Es ordnet sich durch Beifall, Lachen, Zwischenrufe etc. in Fraktionen den Sprechern und ihren emergierenden politischen Standpunkten zu.

Im Zuge des Kampfes um öffentliche, durch Beifall dokumentierte Anerkennung werden in diesem Kapitel auch die von Maxwell Atkinson (1984) beschriebenen rhetorischen Strategien relevant und noch einmal dargestellt, mit denen Redner durch die Verwendung von gestalthaft markierten sprachlichen Formen – besonders dreigliedrig vollständige Listen und kontrastive Paar-Strukturen – Beifall elizitieren können.

Aus den skizzierten pragmatischen Bedingungen der *panel debate show* entsteht eine Situation – Hutchby nennt sie *alignment-saturated* –, in der die Politiker persuasiv reagieren und versuchen müssen, in der Debatte mit gegnerischen Standpunkten vor allem auch das anwesende Publikum auf ihre Seite zu ziehen. Hutchby zeigt an einem längeren Ausschnitt aus der Debatte, wie dies einem Politiker gelingt. Bedrängt von gegnerischen Podiumsmitgliedern, wird er in einer Szene zunächst Gegenstand einer allgemeinen ironischen Erheiterung im Saal, kann dann aber, in einem längeren argumentativen Redezug, eloquent und mithilfe rhetorischer Strategien ein *alignment* mit dem Publikum herstellen und dort

¹² Wie die Rather/Bush-Daten zeigen, werden von beiden Teilnehmern jedoch nicht nur die Interviewregeln verletzt. Auch unterhalb dieser Ebene respektieren die Streithähne dann elementare Regeln des *turn taking*, wie das Recht auf Fortführung eines bereits initiierten Redezuges bis zur Vollständigkeit – das *completion right* – *de facto* nicht mehr. Hätten Sacks, Schegloff und Jefferson seinerzeit ihre Forschung vorwiegend auf der Basis solcher Daten begonnen, die Regeln des *turn taking* hätten nicht entdeckt werden können. Zur kleinschrittig ausgetragenen Konfrontation zwischen Politikern vgl. auch F. Müller (2007).

(s)eine Anhängerschaft mobilisieren. Das Publikum nimmt nun, in der Auseinandersetzung mit gegnerischen Standpunkten auf dem Podium mit Beifall auf seiner Seite und zu seinen Gunsten Stellung. Aus der Sicht von Hutchby sind solche *alignments* keine statischen, vorgegebenen Koalitionszwänge, die den Verlauf der Debatte vorgängig determinieren würden, sondern werden (inter-) aktiv hervorgebracht, *talked into being* (S.159):

Politicians agreeing to enter the broadcast arena of the show cannot rely on automatic audience affiliation; neither can they predict how other panellists might respond to what they say on any given issue.

9. Abschließende Kommentierung

Der Autor beschränkt sich konsequent auf Darstellung und Analyse des interaktiven Substrats der einzelnen Sende-Genres und klammert vieles von dem aus, was in traditionellen medien-analytischen Beschreibungen zentraler Gegenstandsbe- reich ist. Bei den Ausklammerungen bleiben aber Fragen offen. Kein Spezifikum für Hutchby, sondern – jedenfalls vorläufig – nahezu branchenüblich ist die Ausklammerung der televisuellen Bildlichkeit. Auch wenn man diese Bildlichkeit sehr eng fasst, ist evident, dass zentrale KA-bezogene Begriffe, die im Buch tra- gende Rollen spielen – wie z.B. *turn taking*, *recipient design*, *footing*, *alignment*, *audience design* – beobachtbare, visuell und televisuell sichtbare Ausprägungen haben, die in einer Beschreibung von TV-Genres von Bedeutung sein müssten. Beim bisherigen Stand der Dinge werden sie eher vom sprachlichen Text her ex- trapoliert als tatsächlich in die empirische Beobachtung miteinbezogen, ähnlich wie dies in KA-Beschreibungen von Radiosendungen oder Telefongesprächen üblicherweise erfolgte und erfolgen musste, da die Teilnehmer hier ja auch keine visuellen Ressourcen zur Verfügung haben, die Interaktion zu gestalten. Anders ist es im televisuellen Medium, wenn diese verfügbar sind. Der Präzision und em- pirischen Kontrolle in der Sprachbeschreibung wie sie die KA erreicht hat, steht hier vorläufig eine größere *terra incognita* gegenüber: Die multimodale, mimo- dramatische, in Proxemik, Choreographie, Blickführung, Körperzuwendung, Gestik und Mimik realisierte Gestaltung televisueller Interaktionen und das dar- über hergestellte, dem dispersen Publikum zugewandte *audience design* kommen vorläufig nicht in den Blick.

Hutchby gliedert seine Beschreibung nach Genres und wird, wie in der voraus- gehenden Besprechung angedeutet, nicht allen Genres in gleicher Weise gerecht. Offen bleibt bei ihm auch die Frage nach Konzept und theoretischer Bestimmung eines Begriffs von Medien-Genres, wie sie z. B. in filmwissenschaftlichen und re- zeptions-ästhetischen Ansätzen, aber auch in KA-orientierten neueren Arbeiten – vgl. z.B. Keppler (2006) – in Angriff genommen worden ist. So analysiert Hutchby seine Materialien häufig so, als ob es sich um einmalig emergente inter- aktive Abläufe handle. Mediale Genres sind jedoch durch hohe Rekurrenz -"ver- festigte Arten der Inszenierung" (Keppler 2006:312) - geprägt und die Frage, wel- che Rolle die aus häufiger Wahrnehmung gleicher oder ähnlicher Strukturmuster gewonnene Genre-Kenntnis des Publikums spielt und nach den dementsprechenden, eingespielten Fortsetzungserwartungen, wird nicht gestellt. In diesem Zu- sammenhang bedarf auch der Begriff des *audience design*, der einerseits einen

empirisch bereits sehr ergiebigen Impuls für das vorliegende Buch darstellt, noch einer weiteren und genaueren theoretischen Bestimmung.

Es wäre indes unangebracht, von dem vorliegenden Buch "Theorie mit großem T" (Stuart Hall) zu erwarten – Hutchby verbleibt in der empirie-nahen Tradition der KA, wirtschaftet zielgerichtet, aber sparsam mit Theorie und präsentiert eine gut lesbare Zusammenfassung und Übersicht von instrumentell anwendbarem konversationsanalytischen Beschreibungswissen in den jeweiligen Domänen. Abgesehen von eigenen Forschungsbeiträgen – der Leser sei hier insbesondere verwiesen auf die beiden vorzüglichen Radiokapitel – geht Hutchby dabei selten über bereits verfügbares Wissen hinaus. Medien-analytisch verwendbares Wissen ist allerdings bis dato in der KA-Landschaft nur verstreut verfügbar gewesen. Die Zusammenfassung, Bündelung, Refokussierung dieses Wissens, wie sie in seinem Buch erscheint, ist daher kein geringer Verdienst – aus den vielen kleinen Bächen bildet sich ein größerer Strom. Dies gilt vor allem dann, wenn man diese Entwicklung komplementär zu dem Hintergrund des in der KA derzeit am weitesten entwickelten medien-analytischen Paradigmas betrachtet – den Interview-Analysen von Clayman/Heritage (2002). Die KA ist hier bei allen Unzulänglichkeiten auf gutem Wege sich einen neuen Gegenstandsbereich zu erschließen, aus dem weitere einschlägige und interessante Arbeiten erwartet werden können. Dabei wird insbesondere der bereits oben genannte Aspekt von Interesse sein, wie sich die in größerer Breite jetzt vorliegenden interaktiven Beschreibungen entwickeln, wenn mit dem Einbezug der bildlichen Ebene Ernst gemacht wird.

10. Literatur

- Atkinson, Maxwell (1984): *Our masters' voices. The language and body language of politics*. London: Methuen.
- Brecht, Bertold (1932): *The radio as an apparatus of communication*. In: Willet, John (ed.): *Brecht on theatre: The development of an aesthetic*. London: Methuen.
- Burger, Harald (2005): *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin: de Gruyter.
- Clayman, Steve (1992): *Footing in the achievement of neutrality. The case of news-interview discourse*. In: Drew, Paul / Heritage, John (eds.): *Talk at work. Interaction in institutional settings*. Cambridge: Cambridge University Press, 163-198.
- Clayman, Steve / Heritage, John (2002): *The news interview*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Clayman, Steve / Whalen, Jack (1988): *When the medium becomes the message: The case of the Rather-Bush encounter*. In: *Research on Language and Social Interaction* 22, 241-72.
- Drew, Paul / Heritage, John (eds.) (1992): *Talk at work. Interaction in institutional settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fairclough, Norman (1995a): *Critical Discourse Analysis*. London: Longman.
- Fairclough, Norman (1995b): *Media discourse*. London: Edward Arnold.
- Garcia, A. (1991): *Dispute resolution without disputing: How the interactional organization of mediation hearings minimizes argumentative talk*. In: *American Sociological Review* 56, 818-835.

- Greatbatch, David (1992): On the management of disagreement between news interviewees. In: Drew, Paul / Heritage, John (eds.): Talk at work. Interaction in institutional settings. Cambridge: Cambridge University Press, 268-301.
- Haarman, Louann (ed.)(1999): Talk about shows: La parola e lo spettacolo. Bologna: CLUEB.
- Haarman, Louann (2001): Performing talk. In: Tolson, Andrew (ed.): Television talk shows. Discourse, performance, spectacle. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 31-64.
- Habermas, Jürgen (1984): The public sphere: An encyclopedia article (1964). In: New German Critique 3, 49-55.
- Hall, Stuart (1973): Encoding and Decoding in the Television Discourse. Birmingham: University Press.
- Heritage, John (1985): Analysing news interviews: Aspects of the production of talk for an overhearing audience. In: van Dijk, Teun (ed.): Handbook of discourse analysis, volume III: Discourse and dialogue. London: Academic Press, 95-119.
- Heritage, John / Greatbatch, David (1991): On the institutional character of institutional talk: the case of news interviews. In: Boden, Deirdre / Zimmermann, Don H. (eds.): Talk and social structure. Cambridge: Polity Press, 93-137.
- Heritage, John / Watson, Rod (1979): Formulations as conversational objects. In: Psathas, George (ed.): Everyday language: Studies in ethnomethodology. New York: Irvington, 123-162.
- Ilie, Cornelia (2001): Semi-institutional discourse: The case of talk shows. In: Journal of Pragmatics 33, 209-254.
- Keppler, Angela (2006): Konversations- und Gattungsanalyse. In: Ayaß, Ruth / Bergmann, Jörg (Hg.): Qualitative Methoden der Medienforschung. Hamburg: Rowohlt, 293-323.
- Leech, Geoffrey (1966): English in advertising. London: Longman.
- Myers, Greg (2001): "I'm out of it; you guys argue". The Jerry Springer Show. In: Tolson, Andrew (ed.): Television talk shows. Discourse, performance, spectacle. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 173-195.
- Munson, Wayne (1993): All talk. The talkshow in media culture. Philadelphia: Temple University Press.
- Müller, Frank Ernst (1996): Trilogie et *double articulation* de la conversation radiophonique. In: Kerbrat-Orecchioni, Catherine / Plantin, Christian (eds.): Le trilogie. Lyon: Presses Universitaires, 201-224.
- Müller, Frank Ernst (1997): Sequential structure and rhetorics in an Italian phone-in. In: Marcarino, Aurelia (ed.): Analisi della conversazione e prospettive di ricerca in etnometodologia. Urbino: Quattroventi, 77-97.
- Müller, Frank Ernst (2008): Tours de force – 'Forcing moves' in political disputation – Examples from a TV debate between Nicolas Sarkozy and Jean-Marie Le Pen. In: Weigand, Edda (Hg.): Dialogue Analysis XI. Proceedings of the IADA 11th Conference on 'Dialogue Analysis and Rhetoric', University of Münster, March 26-30, 2007 <<http://www.uni-muenster.de/Ling/iada/>>.
- Pomerantz, Anita (1988): Constructing skepticism: four devices to engender the audience's skepticism. In: Research on Language and Social Interaction 22, 293-313.

- Rehfeld, Nina (2008): Tue Gutes, und mach eine Show draus. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 4. 3. 2008, 41.
- Sacks, Harvey (1992a): Lectures on conversation. 2 vols. Oxford: Basil Blackwell.
- Sacks, Harvey (1992b): Storyteller as witness/Entitlement to experience. (=Lecture 4), in: Sacks, Harvey (1992a): Lectures on conversation. Vol. 2. Oxford: Basil Blackwell, 242-248.
- Sacks, Harvey / Schegloff, Emmanuel / Jefferson, Gail (1974): A simplest systematics for the organisation of turn-taking for conversation. In: Language 50, 696-735.
- Scannell, Paddy (ed.)(1991a): Broadcast talk. London: Sage.
- Scannell, Paddy (1991b): Introduction: The relevance of talk. In: Scannell, Paddy (ed.)(1991a): Broadcast talk. London: Sage, 1-12.
- Schegloff, Emanuel (1988): From interview to confrontation: Observations on the Bush/Rather encounter. In: Research on Language and Social Interaction 22, 215-240.
- Schütte, Wilfried (1996), 'Boulevardisierung von Information' – Streitgespräch und Streitkultur im Fernsehen. In: Biere, Bernd Ulrich / Hoberg, Rudolf (Hg.), Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Fernsehen. Tübingen: Narr, 100-133.
- Semeria, Stefano (2002): Talk als Show – Show als Talk. Die Erfindung der Talkshow in den USA. In: Gerhards, Claudia / Möhrmann, Renate (Hg.), Daily Talkshows. Untersuchungen zu einem umstrittenen Format. Frankfurt/Main: Peter Lang, 27-42.
- Shattuc, Jane (1997): The talking cure. TV talk shows and women. London: Routledge.
- Thornborrow, Joanna (1997): Having their say: The function of stories in talk show discourse. In: Text 17, 241-262.
- Thornborrow, Joanna (2002): Power talk. London: Pearson.
- Tolson, Andrew (ed.)(2001a): Television talk shows. Discourse, performance, spectacle. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Tolson, Andrew (2001b): Talking about talk: The academic debates. In: Tolson, Andrew (ed.) (2001a): Television talk shows. Discourse, performance, spectacle. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 7-30.

Prof. Dr. Frank Ernst Müller
Markgrafenstr. 3
60487 Frankfurt/Main
Frank.E.Mueller@em.uni-frankfurt.de

Veröffentlicht am 29.7.2008

© Copyright by GESPRÄCHSFORSCHUNG. Alle Rechte vorbehalten.