

Tanjev Schultz

# Geschwätz oder Diskurs?

Die Rationalität politischer Talkshows  
im Fernsehen

Herbert von Halem Verlag

**Bibliographische Information der Deutschen Bibliothek**

Die deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte  
bibliographische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Tanjev Schultz  
*Geschwätz oder Diskurs?*  
*Die Rationalität politischer Talkshows*  
*im Fernsehen*  
Köln : Halem, 2006

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung  
und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.  
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch  
Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)  
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert  
oder unter Verwendung elektronischer Systeme  
(inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet,  
vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2006 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 3-938258-24-1  
ISBN 978-3-938258-24-8

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im  
Internet unter <http://www.halem-verlag.de>  
E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag  
DRUCK: FINDR, s.r.o. (Tschechische Republik)  
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf  
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.  
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

# Inhalt

VORWORT	11
EINLEITUNG	13
<b>I. KAPAZITÄTEN POLITISCHER TALKSHOWS FÜR DIE ÖFFENTLICHKEIT IN DER DEMOKRATIE – NORMATIVE ANSPRÜCHE UND KRITISCHE DIAGNOSEN</b>	<b>23</b>
1. Das Unbehagen an den Polit-Talks	23
2. Deliberative Öffentlichkeit und die Rationalität realer Diskurse – eine realistische Perspektive	31
2.1 <i>Diskursive (deliberative) Öffentlichkeit nach Habermas</i>	39
2.2 <i>Bedingungen und Merkmale realer öffentlicher Diskurse – Herausforderungen und Einschränkungen des deliberativen Modells</i>	48
2.3 <i>Kompetitive Öffentlichkeit und die Rationalität realer Diskurse</i>	77
3. Das Setting der Polit-Talks – allgemeine Merkmale und diskursives Potenzial	89
3.1 <i>Direkte Kommunikation unter Anwesenden</i>	93
3.2 <i>Moderation</i>	100
3.3 <i>Professionelle Institutionalisierung und kommerzielle Serialität</i>	103
3.4 <i>Öffentliche Inszenierung und Trialogizität</i>	106
3.5 <i>Technisch-visuelle Vermittlung</i>	111
3.6 <i>Resümee und Potenziale im Vergleich zu anderen Settings</i>	114
4. Zwischenfazit	123

II.	SENDUNGEN, THEMEN, TEILNEHMER – DAS ANGEBOT POLITISCHER TALKSHOWS	128
1.	Typen und Formate – Entwicklung und Differenzierung des Angebots	128
1.1	<i>Geschichte und Entwicklung politischer Gesprächssendungen</i>	129
1.2	<i>Formate</i>	137
1.2.1	<i>Personality-Shows (Prominenten-Talkshows)</i>	142
1.2.2	<i>Interviewreihen</i>	147
1.2.3	<i>Wahlsendungen</i>	149
1.2.4	<i>Gesprächsrunden</i>	150
1.3	<i>Vier Sendereihen im Kurzporträt</i>	152
2.	Themenhaushalt – die Agenda der Polit-Talks	156
2.1	<i>Top-Themen</i>	158
2.2	<i>Stellenwert der Sachpolitik (policy vs. politics)</i>	162
2.3	<i>Boulevardesker Themenzuschnitt und Krisen-Rhetorik</i>	166
2.4	<i>Geographischer Fokus</i>	168
3.	Teilnehmerstruktur – das Personal der Sendungen	171
3.1	<i>Ensemble der Gäste (Teilnehmerkategorien)</i>	173
3.2	<i>Politiker und Interessenvertreter</i>	177
	Exkurs: Die Suche nach dem ›diskursiven Subjekt‹ und die Rolle der Zivilgesellschaft	182
3.3	<i>Wissenschaftler</i>	185
3.4	<i>Journalisten</i>	187
3.5	<i>Talk-Prominenz und hybride Kommunikationsrollen</i>	191

III. GESPRÄCHS- UND		
ARGUMENTATIONSSTRUKTUREN – EINE		
INHALTSANALYSE VON SABINE CHRISTIANSEN,		
BERLIN MITTE, 19:ZEHN UND PRESSECLUB		195
1.	Anlage und Methode der Inhaltsanalyse	195
1.1	<i>Untersuchungsmaterial (Sample)</i>	196
1.2	<i>Untersuchungsdimensionen</i>	199
1.3	<i>Analyseeinheiten, Codierung und Reliabilität</i>	203
2.	Allgemeine und formale Gesprächsstrukturen	205
2.1	<i>Gesprächsablauf und Themenorganisation</i>	206
2.2	<i>Redezeit, Gesprächsanteile und Sprecherwechsel</i>	209
3.	Moderation –	
	Gesprächssteuerung und Diskursimpulse	215
3.1	<i>Moderatoren in der Kritik</i>	216
3.2	<i>Dimensionen der Moderation</i>	218
3.3	<i>Moderatorenaktivität</i>	223
3.4	<i>Kritischer Journalismus und argumentative Stimulanz</i>	227
3.5	<i>Inhaltliche Substanz</i>	231
3.6	<i>Responsivität der Adressaten</i>	236
4.	Argumentative Anstrengungen und Diskursmuster	240
4.1	<i>Argumentationsflitter und der Eintritt in den Diskurs</i>	241
4.2	<i>Übernahme von Argumentationslasten</i>	245
4.3	<i>Kommunikationsrollen, Muster der Themenentfaltung und Argumentation</i>	252
4.4	<i>Abwägende Argumentation</i>	258
	Exkurs: Boulevardisierung, Personalisierung und visuelle Inszenierung	261
5.	Dialogizität, Polarisierung und Zivilität	265
5.1	<i>Bezüge auf andere Teilnehmer und auf das Publikum</i>	267
5.2	<i>Polarisierung (Konsens- und Dissensmarker)</i>	272
5.3	<i>Unzivile Muster und Eskalationen (Argumentationsintegrität)</i>	274

IV.	DIE RATIONALITÄT DER POLIT-TALKS	281
1.	Profile der Öffentlichkeit und Strukturen realer Diskurse in den Fernsehrunden – empirische Befunde	281
1.1	<i>Ergebnisse der Struktur- und Inhaltsanalysen</i>	281
1.2	<i>Dimensionen der Rezeption und Wirkung</i>	290
2.	Talkshow-Demokratie – Ansätze und Probleme einer kritischen Diagnose	298
2.1	<i>Symbolische Politik und das Verschwinden der Sachdiskussion</i>	299
2.2	<i>Talk-Prominenz – teledemokratische Fürstenherrschaft und punditocracy</i>	303
2.3	<i>Inszenierung von Propaganda als Diskussion</i>	305
2.4	<i>Personalisierung und theatralische Selbstdarstellung politischer Akteure</i>	308
2.5	<i>Politainment und das Abdanken eines kritischen Journalismus</i>	312
2.6	<i>Inflationierung und Entleerung politischer Kommunikation</i>	314
3.	Die Rationalität der Polit-Talks	315
	ANHANG: CODEBUCH UND LEITFADEN	323
	LITERATURVERZEICHNIS	363