

# Phone-in-Sendungen

Terminologisch hat sich das englische *phone-in* auch in deutschsprachigen Untersuchungen zum Thema eingebürgert. Da die Sendeform sich im Radio entwickelt hat, spricht man im Deutschen manchmal vom *Hörertelefon* als Oberbegriff für alle Formen des telefonischen Kontaktes mit Hörern; entsprechend könnte man beim Fernsehen vom *Zuschauertelefon* sprechen. Es lassen sich drei Typen von medial übertragenen Telefonaten unterscheiden: (1) funktionale Hörertelefonate umfassen Verkaufsgespräche und Glückwünsche; (2) Hörertelefonate mit eingebettetem Talk sind im größeren Teil funktional an Spiele, Quizsendungen, Wunschkonzerte und dergleichen mehr gebunden; sie enthalten aber unabhängige Talkphasen; (3) Hörertelefonate als Talk sind um offene Gespräche zwischen Hörern und Moderatoren.

Phone-in-Sendungen basieren auf Gesprächstypen des Alltags, etablieren das Medium oder den Berater als simplen Gesprächspartner, als Fachmann oder als Ratgeber. Die Radio- und Fernsehformen adaptieren und kopieren so situative Formate der unmittelbaren Interaktion. Sie sind aber nicht identisch mit den Formen der unvermittelten Interaktion – das Geschehen findet auf einer imaginären Bühne statt, es sind Zuschauer anwesend. Und alle Beteiligten wissen, dass sie sich in einem öffentlichen Raum bewegen.

Literatur: Wulff, Hans J.: Phone-In-Shows und Therapie-Talks. Kommunikationstheoretische Überlegungen. 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.

From:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/p:phoneinsendungen-422>

Last update: **2012/10/13 17:37**

