

Klaus Plake

Talkshows

Die Industrialisierung der Kommunikation

Wissenschaftliche Buchgesellschaft
Darmstadt

Inhalt

1. Zur Einleitung: Ein TV-Gespräch unter Beteiligung altgriechischer Philosophen.	7
2. Zur Struktur der Talkshow.	12
Traumziele der Fernsehforschung.	12
<i>Small Talk</i> und <i>Big Business</i>	16
Die Talkshow und das Fernsehen.	23
Talk als Serie und Show.	28
3. Die Vielfalt der Arten.	32
Kleine Typologie der Talkshow.	32
Zur „Archäologie“ der Talkshow.	38
4. Aktuelle Tendenzen.	49
Die Veralltäglicung des Talks.	49
Talk als direkte Ansprache des Publikums.	50
Die Talkshow als Ersatz für die Wirklichkeit.	53
5. Versprechungen - und was davon zu halten ist.	58
Die falsche Elite.	58
Der falsche Therapeut.	65
Freak-Show oder Schule der Toleranz?.	77
Das falsche Plebiszit.	85
Beletage und Souterrain - Personality-Show und Bekenntnis-Show im Vergleich.	96
6. Aspekte der Erfahrungswissenschaften.	102
Wer hat das Wort?.	102
Männer und Frauen im Gespräch.	106
Die Talkshow und ihr Publikum.	110
7. Biographien: Nachfrage und Angebot.	118
Das Interesse an der Biographie des anderen.	118
Exkurs zur Theorie des Romans.	126
Verdopplung des Alltags?.	130
Kolonialisierung der Lebens weit.	135

8. Die Industrialisierung der Kommunikation.138
Die Rationalität der Unterhaltung.138
Die Fragmentierung des Bewußtseins.141
Mensch - Maschine - Kommunikation.145
Gesellschaft als Gemeinschaft?.152
9. Weitere Entwicklungen: TV-Talk und <i>Chat</i> im Internet	155
Vom Vorredner zum Sprecher.155
Die Talkshow in der Nachbarschaft158
Talk und <i>Chat</i>161
Literaturverzeichnis.173