

**Das Starinterview. Eine vergleichende Textanalyse von Presse-, Hörfunk-,
Fernseh- und Chatinterview.**

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der Doktorwürde der

Philosophischen Fakultät II

der

Julius-Maximilians-Universität Würzburg

Vorgelegt von

Kristina Binder

aus Würzburg

Würzburg

2004

Erstgutachter: Professor Dr. Dr. h.c. mult. Norbert Richard Wolf

Zweitgutachter: Professor Dr. Johannes Schwitalla

Tag des Kolloquiums: 1. Februar 2005

Für Helga und Volker Binder

1	EINLEITUNG	9
2	GRUNDLEGENDES ZUM MEDIENINTERVIEW	13
2.1	Über die Medien	13
2.2	Sprachwissenschaftlicher Blickwinkel auf die Medien	15
2.2.1	Terminologische Problematik: „Medientext“ und „Mediengespräch“	15
2.2.2	Methodische Fragen	17
2.2.3	Die Bedeutung des Mediums für den Text	18
2.3	Das Medieninterview in der Analyse	19
2.3.1	Die Anfänge des journalistischen Interviews	19
2.3.2	Chronologischer Forschungsüberblick: „Mediengespräch“ und „Interview“	20
2.3.3	Beschreibung der Textsorte „Interview“ und Interviewtypologie	24
3	DAS PRESSEINTERVIEW	29
3.1	Hintergrundwissen zum Presseinterview	29
3.2	Textmaterial „Presseinterviews“	31
3.3	Die Textproduzenten und ihr Einflussbereich	34
3.3.1	Die Medien „Zeitung“ und „Zeitschrift“	34
3.3.1.1	Schriftlichkeit und die Verschriftlichung von Mündlichem	36
3.3.1.2	Die Grenzen des Raums	37
3.3.1.3	Kontext und Kotext	37
3.3.1.4	Linearität	39
3.3.1.5	Die Grenzenlosigkeit der Rezeption	40
3.3.2	Der Herausgeber/(Chef-) Redakteur	40
3.3.2.1	Auswahl der Interviewpartner und der Veröffentlichungsumstände	41
3.3.2.2	Textumfang und Textposition	41
3.3.2.3	Sprachliche Paratexte	42
3.3.2.4	Bildliche Paratexte	47
3.3.2.5	Der Zusammenhang von Bild, Bildunterschrift und Fließtext	53
3.3.2.6	Verschriftlichung gesprochensprachlicher Elemente	55
3.3.2.7	Interviewanfang und -ende	58
3.3.3	Der Interviewer	60
3.3.3.1	Aufbau der Interviewerbeiträge	60
3.3.3.2	Gesprächsverhalten des Interviewers auf Ebene der Gesprächsorganisation	63
3.3.3.3	Gesprächsverhalten des Interviewers auf der Handlungsebene	64
3.3.3.4	Themensteuerung	73
3.3.4	Der Interviewte	75
3.3.4.1	Aufbau der Interviewtenbeiträge	76
3.3.4.2	Gesprächsverhalten des Interviewten auf Ebene der Gesprächsorganisation	77
3.3.4.3	Gesprächsverhalten des Interviewten auf der Handlungsebene	77
3.3.4.4	Themensteuerung	86
3.3.5	Der Leser	86
3.3.5.1	Der Einfluss des Lesers im Vorfeld	87
3.3.5.2	Die indirekte Textpräsenz des Lesers	87
3.3.5.3	Der Einfluss des Lesers im Nachhinein	88
3.4	Zusammenfassung „Presseinterviews“	90

4	DAS HÖRFUNKINTERVIEW.....	92
4.1	Hintergrundwissen zum Hörfunkinterview.....	92
4.2	Textmaterial „Hörfunkinterviews“.....	94
4.3	Die Textproduzenten und ihr Einflussbereich.....	95
4.3.1	Das Medium „Hörfunk“.....	95
4.3.1.1	Die (ausschließlich) auditive Vermittlung.....	97
4.3.1.2	Die technischen Möglichkeiten des Textaufbaus beim Hörfunkinterview.....	99
4.3.1.3	Redundanzen.....	100
4.3.1.4	Vermittlung der Situation.....	101
4.3.1.5	Zeitliche Fixierung.....	103
4.3.2	Der Intendant/Programmleiter/Redakteur.....	103
4.3.2.1	Auswahl des Sendeplatzes.....	104
4.3.2.2	Der Aufbau des Gesamttextes.....	104
4.3.2.3	Paratexte.....	106
4.3.2.4	Die Art der Darstellung des Gesprächsgeschehens.....	109
4.3.2.5	Veränderungen des Primärtextes.....	110
4.3.3	Der Interviewer.....	111
4.3.3.1	Aufbau der Interviewerbeiträge.....	112
4.3.3.2	Gesprächsverhalten des Interviewers auf Ebene der Gesprächsorganisation.....	117
4.3.3.3	Gesprächsverhalten des Interviewers auf der Handlungsebene.....	119
4.3.3.4	Themensteuerung.....	126
4.3.4	Der Interviewte.....	128
4.3.4.1	Aufbau der Interviewtenbeiträge.....	128
4.3.4.2	Gesprächsverhalten des Interviewten auf Ebene der Gesprächsorganisation.....	131
4.3.4.3	Gesprächsverhalten des Interviewten auf der Handlungsebene.....	132
4.3.4.4	Themensteuerung.....	139
4.3.5	Der Hörer.....	140
4.3.5.1	Die Textpräsenz des Hörers.....	140
4.3.5.2	Der Einfluss des Hörers im Nachhinein.....	142
4.3.5.3	Der Hörer als Imageerzeuger des Stars.....	143
4.4	Zusammenfassung Hörfunkinterviews.....	144
5	DAS FERNSEHINTERVIEW.....	146
5.1	Hintergrundwissen zum Fernsehinterview.....	146
5.2	Textmaterial „Fernsehinterviews“.....	148
5.3	Die Textproduzenten und ihr Einflussbereich.....	149
5.3.1	Das Medium „Fernsehen“.....	149
5.3.1.1	Die technischen Möglichkeiten des Textaufbaus beim Fernsehinterview.....	150
5.3.1.2	Die auditive und visuelle Vermittlung.....	151
5.3.1.3	Die Ausschnittdarstellung.....	153
5.3.2	Der Intendant/Programmleiter/Redakteur.....	154
5.3.2.1	Auswahl der Interviewer und des Sendeplatzes.....	154
5.3.2.2	Der Aufbau des Gesamttextes.....	155
5.3.2.3	Paratexte.....	155
5.3.2.4	Die Art der Darstellung des Gesprächsgeschehens.....	160
5.3.2.5	Veränderungen des Primärtextes.....	161
5.3.2.6	Die Kameraeinstellung.....	162
5.3.3	Der Interviewer.....	165
5.3.3.1	Aufbau der Interviewerbeiträge.....	166
5.3.3.2	Gesprächsverhalten des Interviewers auf Ebene der Gesprächsorganisation.....	168
5.3.3.3	Gesprächsverhalten des Interviewers auf der Handlungsebene.....	172
5.3.3.4	Themensteuerung.....	181
5.3.3.5	Die optische Präsentation der eigenen Persönlichkeit.....	184

5.3.4	Der Interviewte	185
5.3.4.1	Aufbau der Interviewtenbeiträge	185
5.3.4.2	Gesprächsverhalten des Interviewten auf der Ebene der Gesprächsorganisation.....	186
5.3.4.3	Gesprächsverhalten des Interviewten auf der Handlungsebene	189
5.3.4.4	Themensteuerung	200
5.3.4.5	Die optische Präsentation der eigenen Persönlichkeit	201
5.3.5	Das Studiopublikum.....	203
5.3.5.1	Das Publikum als aktiver Textgestalter.....	204
5.3.5.2	Einfluss des Publikums auf die Gesprächsbeiträge	206
5.3.6	Der Fernsehzuschauer	209
5.3.6.1	Der Monolog „mit“ dem Fernsehzuschauer.....	209
5.3.6.2	Der Einfluss des Zuschauers im Nachhinein	212
5.4	Zusammenfassung „Fernsehinterviews“	212
6	DAS CHATINTERVIEW (INTERNET)	215
6.1	Hintergrundwissen zum Chatinterview	215
6.2	Textmaterial “Chatinterviews”	218
6.3	Die Textproduzenten und ihr Einflussbereich	219
6.3.1	Das Medium „Internet“	219
6.3.1.1	Die schriftliche Vermittlung durch Tippen.....	221
6.3.1.2	Die Primärkommunikation in festen zeitlichen Rahmen.....	222
6.3.1.3	Die Multimedialität.....	223
6.3.1.4	Die Grenzen und die Grenzenlosigkeit des Raums.....	223
6.3.1.5	Die Primärsituation als öffentlicher Raum.....	224
6.3.1.6	Anonymität und Adressierung.....	225
6.3.1.7	Der schriftliche Ausdruck von Modalität und Stimmungen	226
6.3.2	Der Herausgeber/Channel-Manager.....	227
6.3.2.1	Der Einfluss auf Raum, Zeit und Interviewer.....	228
6.3.2.2	Textumfang und Textposition.....	228
6.3.2.3	Paratexte	229
6.3.2.4	Erreichbarkeit des Chatinterviews	232
6.3.2.5	Die Festlegung technischer Rahmenbedingungen	233
6.3.2.6	Veränderungen des Primärtextes	234
6.3.3	Der Moderator/Administrator/Community-Manager	236
6.3.3.1	Technische Überwachung und Organisation des Chatinterviews.....	237
6.3.3.2	Gesprächssteuerung, Begrüßung und Verabschiedung.....	238
6.3.3.3	Antwort auf Sach- und Senderfragen.....	239
6.3.3.4	Fragen des Moderators	240
6.3.4	Die Interviewer.....	240
6.3.4.1	Aufbau der Interviewerbeiträge.....	241
6.3.4.2	Gesprächsverhalten der Interviewer auf Ebene der Gesprächsorganisation	246
6.3.4.3	Gesprächsverhalten der Interviewer auf der Handlungsebene.....	247
6.3.4.4	Themensteuerung	256
6.3.5	Der Interviewte	259
6.3.5.1	Aufbau der Interviewtenbeiträge	260
6.3.5.2	Gesprächsverhalten des Interviewten auf Ebene der Gesprächsorganisation.....	263
6.3.5.3	Gesprächsverhalten des Interviewten auf der Handlungsebene	264
6.3.5.4	Themensteuerung	269
6.3.5.5	Die Darstellung der eigenen Persönlichkeit durch schriftsprachliche Mittel.....	270
6.3.6	Das Chatpublikum.....	272
6.3.6.1	Die indirekte Textpräsenz des Chatpublikums.....	272
6.3.6.2	Die direkte Resonanz des Publikums.....	273
6.3.7	Der Leser.....	275
6.3.7.1	Die indirekte Textpräsenz des Lesers	275
6.4	Zusammenfassung „Chatinterviews“	276

7	ZUSAMMENFASSENDE ÜBERSICHT ÜBER DAS INTERVIEW IN DEN VERSCHIEDENEN MEDIEN	279
7.1	Rezeptionssteuerung der Medienmacher im Vergleich.....	279
7.2	Über die Authentizität der Texte	280
7.3	Über die Beteiligten innerhalb des Dialoggeschehens.....	283
7.4	Ausblick	286
8	ANHANG	288
8.1	Das Textkorpus im Überblick	288
8.2	Hinweise zur Transkription.....	290
8.3	Literaturverzeichnis	291

Vorwort

Die vorliegende Arbeit wäre ohne die Unterstützung mehrerer Personen gar nicht oder nur schwer zustande gekommen. An erster Stelle sei meinem Doktorvater und Lehrmeister Prof. Dr. Norbert Richard Wolf gedankt, dessen fachliche, didaktische und menschliche Kompetenz mich mein ganzes Studium über begleitet haben und der meine Doktorarbeit betreut und unterstützt hat. Dank gebührt auch meinem Zweitgutachter Prof. Dr. Johannes Schwitalla für die fachlich-konstruktive Auseinandersetzung mit meiner Arbeit.

Wertvoll waren außerdem die Gespräche mit meinen KommilitonInnen des Linguistischen Kolloquiums, die dazu beitrugen, keinen Einzelkämpfer aus mir zu machen. Nicht unerwähnt will ich hier die Korrekturarbeiten von Katrin Menzner, Veronika Kotulková und Hyun Kyoung Shin lassen, die sich trotz eigener Belastungen als eifrige Leserinnen erwiesen. Den MitarbeiterInnen und KollegInnen des Sprachenzentrums der Universität Würzburg, insbesondere Brigitte Graeber und Ingeborg Florescu, sei Dank für ihr Verständnis und ihre Unterstützung in allen Lebenslagen.

Bedanken möchte ich mich überdies bei all jenen Freunden, die die Entstehung meiner Doktorarbeit nicht argwöhnisch beäugten, sondern neugierig und interessiert verfolgten. Meinem Bruder Karsten Binder danke ich für jegliche technische Hilfe und seine Geduld beim Lösen von Computerproblemen.

Nicht zuletzt gebührt meinem Lebensgefährten Boris Baumgartner dafür Dank, dass er mich davor bewahrte, in fachlichen Sümpfen zu versinken, mir meinen lähmenden Perfektionismus abgewöhnte und in Momenten des Zweifels nie zweifelte.

Nicht zustande gekommen wäre diese Arbeit sicherlich ohne meine Eltern, für die die finanzielle und moralische Unterstützung meiner Doktorandinnenzeit immer eine Selbstverständlichkeit war. Ihnen will ich diese Arbeit widmen.

Würzburg, im Mai 2005

Kristina Binder

1 Einleitung

Vorbemerkung: Wer will was im Medieninterview?

In einer Ausgabe der Wochenzeitung *Die Zeit* besteht das Ressort „Leben“ ausschließlich aus Interviews. Als Einleitungstext dient ein Interview mit der Überschrift: „Wir fragen, wir antworten.“ Hierbei handelt es sich um einen von der *Zeit*-Redaktion verfassten Artikel über das Pro und Contra von Interviews, der der Form nach dialogisch ist. Auf Seiten des Interviewers steht DIE ZEIT, Interviewter ist ebenfalls DIE ZEIT. Das Fazit dieses fiktiven Zwiegesprächs lautet:

DIE ZEIT: „Was immer Interviews sonst leisten, unterhalten können sie allemal. (*lacht*) Oder glauben Sie irgendjemand hätte einen Einleitungstext in der Länge unseres Gesprächs sonst bis zum Ende gelesen?“ (*Die Zeit* 1/2003, 51)

Interviews haben als Textform also offenbar großen Unterhaltungswert. Es handelt sich um eine weit verbreitete Textsorte, die in allen Medien vertreten ist, egal ob im Fernsehen oder Hörfunk, im Internet oder der Zeitung. Man trifft Interviews in Fachmagazinen genauso wie in der Boulevardpresse an, in Tageszeitungen ebenso wie in Monatsschriften. Sogar reine Interviewzeitschriften¹ sind auf dem Markt vertreten. Ein grundlegendes Charakteristikum des Medieninterviews in Abgrenzung zu anderen Textsorten ist die dialogische Textgestalt. Bleibt man beim Beispiel der Presse, stellt sich die Frage, welche Vorteile die Darstellung eines Gesprächs hat. Das Medieninterview scheint den Rezipienten in erster Linie näher an das Gesprächsgeschehen der Primärsituation, also die Befragung des Interviewten durch den Interviewer, zu rücken. Dem Medienkonsumenten wird der Eindruck vermittelt, Einblick in eine „natürliche“ Unterhaltung mit einer bekannten Persönlichkeit zu bekommen. Er setzt ein hohes Maß an Authentizität und Aktualität voraus, wenn er ein Medieninterview rezipiert. Doch wie authentisch sind Medieninterviews?

Nähert man sich dem Medieninterview aus sprachwissenschaftlicher Perspektive, so fällt schnell auf, dass es ein beliebtes Untersuchungsobjekt ist. Dies ist hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass es leicht zugänglich ist und nicht den Beschaffungsaufwand eigener Gesprächsaufnahmen mit sich bringt. Gerade in textlinguistischen Abhandlungen kann man sich jedoch oft des Eindrucks nicht erwehren, dass Interviews als natürliche und spontane Gesprächsgeschehen betrachtet werden. Tatsächlich ist es nur insofern „natürlich“, als es nicht

¹ Sowohl das Musik-Magazin „alert“ besteht ausschließlich aus Interviews als auch die Zeitschrift „Galore“, die sich selbst als „Das Interview-Magazin“ bezeichnet.

für das „Labor“ des Sprachwissenschaftlers produziert wurde, sondern für ein öffentliches Publikum. Selbst von Spontaneität kann nur bedingt die Rede sein, da die Fragen vorbereitet und abgelesen sein können. Dass diese Herangehensweise an Medieninterviews demnach problematisch ist, erläutert Peter Kühn mit Verweis auf Dieckmann, wenn er bemängelt, dass die Kommunikation im Interview oft so beschrieben werde, „als sei [...] das Gespräch zwischen Interviewer und Interviewtem zunächst einmal etwas, was von sich aus stattfindet und was zusätzlich ‚übertragen‘ wird oder auch nicht.“ (Kühn 1995, 40).

Ein anderer Blickwinkel eröffnet sich, wenn man das Medieninterview aus der Sicht des Rezipienten als „komplexe Medienscheinung“ ansieht, die durch mehrere Beteiligte, nicht zuletzt durch den Rezipienten selbst, konstituiert wird. Einfluss auf den Text nehmen dann nicht nur Interviewer und Interviewter, sondern darüber hinaus der Textrezipient, also der Leser oder Zuschauer, die Medienverantwortlichen und gegebenenfalls das Studiopublikum. Festzuhalten bleibt schon jetzt, dass das Interview in erster Linie für den Konsumenten produziert wird und zwar nicht vom Interviewer, sondern von den „Medienmachern“, also Herausgebern und Produzenten.

In Anbetracht dieser Erkenntnisse erscheint es mir interessant, genau zu untersuchen, welche Komponenten auf welche Art und Weise an der Textkonstitution beteiligt sind und wie sich dies an verschiedenen Texten zeigt. Eine Auswahl an Interviews soll demnach in erster Linie in der Funktion als „Medientexte“ analysiert werden. Es stellt sich die Frage, inwieweit unterschiedliche Mediensysteme² jeweils andere Einflussbereiche implizieren und welche Auswirkungen dies schließlich auf den Text hat, der dem Rezipienten präsentiert wird. Dies schließt gleichzeitig eine grobe Analyse der Intention der Beteiligten mit ein. Dass darüber durchaus Unklarheit herrschen kann, beweist das folgende Zitat aus meinem Interviewkorpus:

„Schauen Sie doch in die Zeitungen. Da frage ich Sie: Will ich das, oder wollen das die Medien?“ (Boris Becker im *Spiegel*)

Fokus der Arbeit und Gegenstandsabgrenzung

Der Schwerpunkt dieser Analyse liegt auf der Untersuchung der Textkonstitution von Interviews. Der Blickwinkel geht dabei immer vom Rezipienten und vom bearbeiteten Stand des Interviews aus. Es soll nicht als Gespräch zweier Personen, sondern als von verschiedenen Beteiligten konstituierter, abgeschlossener Text betrachtet werden.³ Zwar spielt die Primärsituation bei der Analyse eine Rolle, doch als Untersuchungsobjekt steht die veröffentlichte Textversion im Zentrum der Abhandlung.

Die Arbeit behandelt Interviews verschiedener Medienanstalten. Interessant ist beispielsweise ein Vergleich von *Spiegel*-Gespräch und *Bild*-Interview. Außerdem wird nur mit einem Interviewtyp⁴ gearbeitet, dem Starinterview, damit ähnliche situative Voraussetzungen gewährleistet

² Der Terminus „Mediensystem“ wird in Kapitel 2.1 erläutert.

³ Näheres zum Interview als Textsorte in Kapitel 2.3.3.

⁴ Überlegungen zu einer Interviewtypologie erfolgen in Kapitel 2.3.3.

werden können; das heißt, das Augenmerk richtet sich weder auf Interviews als sozialwissenschaftliche Erhebungsinstrumente, noch auf Experten- oder Politikerinterviews.

Einen Kernpunkt der Darstellung bildet der Medienvergleich, genau genommen Unterschiede der Interviewtexte verschiedener Medien, was deren Aufbau und Konzeption angeht. Die Analyse beschränkt sich auf Presse⁵, Hörfunk, Fernsehen und Internet. Von besonderem Interesse ist das Chatinterview, da es sich hierbei um eine relativ neue Textsorte handelt, die noch immer in großer Wandlung begriffen ist und über die bislang kaum sprachwissenschaftliche Untersuchungen angestellt wurden.

Hauptaspekt der Arbeit sind somit die Einflussfaktoren und Beteiligten des Starinterviews und überdies der Interviewvergleich zwischen verschiedenen Mediensystemen.

Vorgehensweise

Die Arbeit beginnt mit der Beschreibung und Typisierung von Interviews und Massenmedien, wobei ein kurzer Forschungsüberblick nicht fehlen soll.

Der Hauptteil der Analyse widmet sich den textkonstituierenden Beteiligten des Medieninterviews. Beginnend mit der Presse werden die einzelnen Konstituierenden der Presstexte bestimmt. Im Detail werden nacheinander die Rolle und vor allem der Einflussbereich des Mediums Zeitung/Zeitschrift selbst, des Herausgebers, des Interviewers, des Interviewten und des Rezipienten in Bezug auf den Text erörtert. Mithilfe einer Auswahl an Interviewtexten, somit anhand empirischer Untersuchungen, sollen einige Auffälligkeiten und konkrete Einflussnahmen auf den Text dargestellt und verdeutlicht werden.

Nach der Untersuchung des Presseinterviews werde ich auf ähnliche Art und Weise mit Hörfunk-, Fernseh- und Chatinterview verfahren. Es soll also gleichfalls analysiert werden, wer die einzelnen Medientexte wie konstituiert und beeinflussen kann. Dabei spielt der intermediale Vergleich ebenfalls eine Rolle.

Das Textkorpus und die Transkription

Problematisch ist im Vorfeld bereits die Auswahl der Interviewtexte – schwierig insofern, als eine Vergleichbarkeit der verschiedenen Starinterviews der vier zu analysierenden Medien gewährleistet sein soll, auch wenn die Texte von unterschiedlichen Beteiligten konstituiert werden. Konkret stellt sich somit die Frage, ob ein von Sandra Maischberger durchgeführtes Fernsehinterview einem Presseinterview der *Bild*-Zeitung gegenübergestellt werden kann. Eine Lösung aus diesem Dilemma kann nur sein, verschiedene Interviews zur Analyse heranzuziehen, sie ausführlich zu beschreiben, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu anderen Interviews aufzuzeigen, ohne die Persönlichkeit der Interviewpartner in den alleinigen Mittelpunkt zu rücken.

Da es eine unüberschaubare Menge verschiedener Interviewformen selbst in der Sparte „Starinterviews“ gibt, können niemals alle Textvarianten zur Sprache kommen. Allein die

⁵ Unter der Bezeichnung „Presse“ fasse ich die Printmedien Zeitung und Zeitschrift zusammen.

Anfertigung der Transkripte mündlich realisierter Interviews würde jeglichen Rahmen sprengen, weshalb ich mich auf wenige Interviews beschränken muss. Insofern kann auch nur in Grenzen von einer Repräsentativität der Analyse gesprochen werden. Die Ergebnisse gelten in erster Linie für die Texte meines Korpus.

Als Transkriptionsverfahren wird eine einfache Version des GAT-Verfahrens (vgl. Selting u.a. 1998) verwendet, da es zwei wesentliche Anforderungen erfüllt, die diese Analyse an ein Transkript stellt: einfache Lesbarkeit und Verfeinerbarkeit bzw. beliebige Erweiterbarkeit (vgl. Selting 2001, 1062). Einzelne Abschnitte des Korpus werden je nach Bedarf durch vokale oder nonverbale Elemente ergänzt und erweitert.⁶

⁶ Weitere Informationen zum Transkriptionsverfahren s. Kapitel 8.2

2 Grundlegendes zum Medieninterview

2.1 Über die Medien

Sieht man in einem Universallexikon nach, was der Begriff „Medium“ umfasst, erhält man vorerst den Hinweis, dass die Bezeichnung aus dem Lateinischen stammt und „Mitte“ meint. Es schließen sich vier Worterklärungen an, die von der allgemeinen Funktion als „Mittler“ über das publizistische Mittel bis hin zum physikalischen Träger reichen. Auch die Bezeichnung eines Menschen mit übersinnlichen Fähigkeiten als „Medium“ fehlt nicht (Brockhaus multimedial, 1999):

[lateinisch »Mitte«] *das* (Plural Medien), 1) *allgemein*: Mittel, vermittelndes Element, Kommunikationsmittel, Werbeträger. 2) *Kommunikationswissenschaft*: jedes Mittel der Publizistik und Kommunikation (Medien). 3) *Physik*: Träger physikalischer oder chemischer Vorgänge, insbesondere im Sinne der Vermittlung von Wirkungen (z.B. Luft als Träger von Schallwellen); häufig synonym mit »Stoff, Substanz« verwendet. Elektromagnet., Gravitations- und Materiewellen breiten sich ohne Medium aus. 4) *Psychologie*: ein Mensch mit paranormalen Fähigkeiten (Parapsychologie, Spiritismus).

Betrachtet man die unter Punkt zwei angeführte kommunikationswissenschaftliche Deutung, bleibt unklar, ob dieses so genannte „Mittel der Publizistik“ ein Gerät bzw. einen Träger oder die Veröffentlichung selbst meint. So könnte der Radioapparat ebenso wie das Radioprogramm unter diese Beschreibung fallen.

Genauer zum Stichwort „Medium“ erfährt man, wenn man das Lemma „Medien“ anklickt. Hier wird einerseits erläutert, dass die Medien ein „Veröffentlichungssystem“ darstellen, und es wird andererseits eine wesentliche Funktion der Medien genannt – die Informationsvermittlung (Brockhaus multimedial, 1999):

Medi|en [lateinisch], Vermittlungssysteme für Informationen aller Art (Nachrichten, Meinungen, Unterhaltung), die durch die neuen Medien starke Erweiterung erfahren haben; im engeren Sinn die Massenmedien (Massenkommunikation).

Eine Fortsetzung der Recherche unter dem Stichwort „neue Medien“ bringt als wesentliches Charakteristikum den Begriff „Technologie“ ins Spiel. Als Beispiele werden der Videotext, das Bildtelefon, CD-ROM u.v.a. aufgezählt.

Die durch das Lexikon ermittelten Informationen sind verwirrend. Die Frage bleibt offen, ob etwa Fernsehanstalten, Fernsehgeräte oder Fernsehprogramme als Medien zu bezeichnen sind. Als „System“ betrachtet Ulrich Saxer (1999, 5f.) die Medien. Der konstitutive Charakterzug von Medien sei ihre Funktion als „Kommunikationskanäle“ und die Tatsache, dass sie organisiert seien, demzufolge „zweckgerichtete und zweckerfüllende Sozialsysteme“ (Saxer 1999, 5) darstellten. Er bezeichnet die Medien als „komplexe“ Systeme, da sie verschiedene Kommunikationsprozesse und -adressaten beinhalteten. Zudem erwähnt er die gesellschaftliche Leistung und die Institutionalisierung der Medien, womit er die Regelung durch Marktmechanismen oder politische Einflussnahme meint. Diese Ausführungen konzentriert er in folgender Definition (Saxer 1999, 6f.):

„Medien sind komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen.“

Saxer wendet sich hierbei klar gegen die Vorstellung, dass ein Medium mit einem technischen Apparat gleichgesetzt werden kann. Es handelt sich beim Medium somit nicht um das Fernsehgerät, den Radioapparat selbst.

Bei Faulstich (2000, 21) sind Medien Mittel der Kommunikation. Er weist auf die semantische Breite des Ausdrucks hin und vollzieht innerhalb der Medienwissenschaft eine Aufspaltung der Medien in Primär-, Sekundär- und Tertiärmedien. Unter Ersteren versteht er Medien, die ohne technischen Einsatz auskommen, wie beispielsweise das Theater. Zu den Sekundärmedien rechnet er die Zeitung, da sie zumindest auf der Produzentenseite technischer Ausrüstung bedarf. Die Schallplatte fällt unter die Kategorie der Tertiärmedien: Sowohl Rezeption als auch Präsentation sind nur mithilfe der Technik möglich. Ergänzend könnten noch die Quartärmedien wie u.a. Online-Medien genannt werden, die digital vermittelt werden und bei denen die übliche Sender-Empfänger-Beziehung aufgelöst ist (Faulstich 2000, 21)⁷. Bei dieser Unterteilung fällt auf, dass die Bezeichnung „Medium“ innerhalb der Publizistik nicht ausschließlich auf die technisch realisierten Medien des 20. Jahrhunderts verweist, sondern ebenfalls Flugschriften, Plakate u.Ä. einschließt.

Der in diesem Kapitel geschaffene, kurze Überblick macht deutlich, dass Klärungsbedarf besteht, was der Begriff „Medium“ umfasst. Der Terminus beschränkt sich nicht auf die Kommunikations- und Medienwissenschaft und selbst innerhalb dieses Bereichs herrscht Unklarheit:

„Von einem einheitlichen Medienbegriff, einer einheitlichen Epistemologie jedoch ist die Medienwissenschaft noch weit entfernt.“ (Metzler Lexikon Medientheorie 2002, V)

⁷ Vgl. Winter (2000a, 275): „Die medienwissenschaftliche Unterscheidung von Primär-, Sekundär- und Tertiärmedien, deren Kriterium der Technikeinsatz ist, muß kategorial erweitert werden, um die für die Online-Medien konstitutiven Übertragungsprotokolle und Client-Server-Programme berücksichtigen zu können. Bei einer entsprechenden Definition lassen sich die Online-Medien dann als Gruppe der Quartärmedien hinzufügen.“

Es lassen sich grundlegend zwei Tendenzen ausmachen: die Betrachtung des Mediums als System oder als Kommunikationsmittel. Natürlich will diese Arbeit nicht definitiv bestimmen, welche Beschreibung von „Medium“ die treffendste ist, sondern allein eine Festlegung in Hinblick auf das Analyseziel erreichen, so dass eine eventuelle Unschärfe in der Terminologie vermieden wird – schließlich kommt dem Medium in dieser Analyse die Position eines Textkonstituierenden neben dem Medienmacher zu. Der Herausgeber oder Produzent kann demnach bei einer Mediendefinition nicht im Medium selbst enthalten sein. Eine Gleichsetzung des Mediums mit einem Vermittlungssystem ist dadurch ausgeschlossen.

Es erscheint mir vorerst sinnvoll, die Begriffe „Medium“ und „Mediensystem“ voneinander abzugrenzen. Die hier zu untersuchenden Bereiche Presse, Hörfunk, Fernsehen und Internet sollen im Sinne eines Systems mit unterschiedlichem technischen und personellen Aufbau als „Mediensysteme“ bezeichnet werden. Ist explizit das vom Mediensystem Vermittelte gemeint, so bieten sich die Bezeichnungen „Medienprodukt“ oder noch spezieller „Medientext“ an. Der Begriff „Medium“ oder „Massenmedium“ soll sich ganz generell und grundlegend auf eine Kommunikationsform mit unterschiedlichen situativen Bedingungen und Möglichkeiten (vgl. Habscheid 2000, 136) beziehen, durch die eine weite Öffentlichkeit erreicht wird. Der Schwerpunkt dieser Definition liegt somit auf der Art und Weise der Kommunikation und den kommunikativen Möglichkeiten der Vermittlung. Der organisatorische und personelle Aufwand, also der Medienapparat selbst, spielt hierbei natürlich auch eine Rolle, soll aber mit dem Begriff „Medium“ nicht automatisch gemeint sein. Insofern schließt das Mediensystem das Medium und die Medienmacher mit ein und ist als Oberbegriff für die gesamte Medienmaschinerie zu verstehen.

2.2 Sprachwissenschaftlicher Blickwinkel auf die Medien

2.2.1 Terminologische Problematik: „Medientext“ und „Mediengespräch“

Eine Schwierigkeit der Untersuchung liegt in der Heterogenität des Textkorpus. Das Analysematerial besteht sowohl aus schriftlichen als auch aus mündlich realisierten Äußerungen: Es beinhaltet geschriebene und gesprochene Sprache. Ein kurzer Überblick über Text- und Dialogbegriff der Text- und Gesprächslinguistik soll unterschiedliche Sichtweisen erläutern und eine terminologische Klärung bringen, ob es sich bei den Interviews um Medientexte und/oder Mediengespräche handelt.

Betrachtet man die Interviews aus kommunikativ-pragmatischer Sicht, wird durch sie eine sprachliche Handlung vollzogen, egal ob schriftlich oder mündlich realisiert. Als Kennzeichen von Gesprächen gilt nicht nur die phonische Realisation der Äußerungen, sondern ebenso

Merkmale wie Spontaneität, Natürlichkeit und Dialogizität der Äußerungen. Auch wenn Hörfunk- und Fernsehinterviews das Kriterium der lautlichen Realisierung problemlos erfüllen, stellt sich die Frage, ob ein Radiointerview, das dem Hörer als gekürzter und überarbeiteter Beitrag präsentiert wird, noch als „spontan“ bezeichnet werden kann. Überdies ist anzuzweifeln, ob bei Mediengesprächen der Terminus „natürliches Gespräch“ den Sachverhalt trifft. Schließlich findet das Gespräch unter den Augen der Öffentlichkeit und für die Öffentlichkeit statt. Betrachtet man die Gesprächsdefinition von Brinker/Sager, sticht das Kriterium der Dialogizität bei der Definition von „Gespräch“ besonders hervor (Brinker/Sager 2001, 11):

„*Gespräch* ist eine begrenzte Folge von sprachlichen Äußerungen, die dialogisch ausgerichtet ist und eine thematische Orientierung aufweist.“

Rückt man die Präsentationsform der Interviews in den Blickpunkt, so ist auch das Presseinterview als Dialog abgedruckt. Betrachtet man die Rezeption der Medieninterviews, präsentieren sich alle verwendeten Interviews dem Rezipienten gegenüber als monologische und begrenzte kommunikative Einheiten. Es stellt sich demnach die Frage, ob Medieninterviews (die im Falle des Rundfunks⁸ hauptsächlich aufgezeichnet sind) gesondert als „Gespräche“ oder ganz allgemein als „Texte“ bezeichnet werden müssen. Die Textdefinition Brinkers soll dies prüfen (Brinker 1997, 17):

„Der Terminus *Text* bezeichnet eine begrenzte Folge von sprachlichen Zeichen, die in sich kohärent ist und die als Ganzes eine erkennbare kommunikative Funktion signalisiert.“

Es bietet sich – in Hinblick auf diese Textdefinition – tatsächlich an, die Medieninterviews als Texte zu betrachten, wobei sprachliche Zeichen sowohl schriftliche als auch mündliche Äußerungen einschließen. Das Gespräch stellt sich als Sonderform von Text dar, es ist mündlich realisierter Text. Insofern erübrigt sich die Frage nach der Unterscheidung und korrekten Bezeichnung der Untersuchungsobjekte. Wichtig ist die Methodik der Analyse. Die Mittel und Methoden der Gesprächslinguistik können folglich durchaus Anwendung finden, wenn die Interviews verschiedener Medien analysiert werden, nicht nur um die mündlich realisierten Medieninterviews von anderen Texten abzugrenzen, sondern um Aussagen über die Primärsituation des Interviews treffen zu können.

Auf die Problematik, mündlich realisierte Dialoge als Texte zu bezeichnen, geht Johannes Schwitalla (1997, 134f.) explizit ein. Er weist darauf hin, dass Gespräche im Gegensatz zu Texten durch mehrere Sprecher konstituiert sind, somit auch nicht ein Textziel aufweisen. Zudem sei die Rezeptionssituation bei Texten beliebig, nicht aber bei Dialogen. Diese Einwände, die Schwitalla weitgehend zurückweist, greifen auch bei Medien-„Texten“ nur schwer. Selbst wenn Interviewer und Interviewter unterschiedliche Textziele haben, ist doch das Ziel des Medienmachers eindeutig. Er will ein breites Publikum erreichen. Überdies können Mediengespräche

⁸ „Rundfunk“ verwende ich in meiner Arbeit immer als Sammelbegriff für Hörfunk und Fernsehen.

je nach Medium unterschiedlich konserviert und beliebig oft rezipiert werden. Wann und wo die Rezeption stattfindet, ist demnach nicht eindeutig festgelegt.

Wesentlicher für die Analyse von Medientexten erscheinen mir die Gemeinsamkeiten, die sowohl schriftlich als auch mündlich präsentierte Äußerungen aufweisen können. Schwitalla nennt hierbei die erkennbare thematische Struktur und handlungslogische Abfolge, das Aufweisen von Handlungsziel und -struktur, sowie von Anfang und Ende der Äußerung (Schwitalla 1997, 135).

Heinemann/Heinemann (2002, 97) stützen sich ebenso auf die Gemeinsamkeiten schriftlich und mündlich realisierter Texte, indem sie beide funktional gleichsetzen:

„Wir beziehen uns vielmehr auf die These, dass Texte generell primär funktional geprägt sind, dass also mit ganz unterschiedlichen Textstrukturen der mündlichen oder schriftlichen Kommunikation dieselben Zwecke bewirkt werden können. Schrift-Texte und Sprech-Texte werden folglich hier unter einem allgemeinen ‚Text‘-Begriff subsumiert.“

Selbst wenn für dieses Textkorpus nun die Rechtfertigung erbracht ist, alle Medieninterviews als „Texte“ zu bezeichnen, impliziert dies nicht, dass die Merkmale der gesprochenen Sprache und der prozesshafte Charakter gesprochensprachlicher Textformen in der Analyse außer Acht gelassen werden sollen. Um die gesprochensprachlichen Elemente insbesondere des Chatinterviews nicht aus den Augen zu verlieren, sind die Kategorien „konzeptionelle Mündlichkeit“ und „konzeptionelle Schriftlichkeit“ erwähnenswert. So kann man beim Chatinterview eine starke, beim Presseinterview eine schwächere konzeptionell mündliche Komponente ausmachen, was bedeutet, dass die Texte Merkmale gesprochener Textformen aufweisen.⁹ Im Presseinterview zeigt sich dies am deutlichsten im dialogischen Aufbau des Textes, im Chatinterview kommen Bereiche der verschriftlichten Prosodie u.v.a. hinzu.

2.2.2 Methodische Fragen

Es muss erneut betont werden, dass die Medieninterviews zwar „natürliche“ Gespräche sind, insofern sie nicht fiktiv und ausgedacht sind. Sie sind aber von den Redakteuren überarbeitete Texte. Aus diesem Grund sind ausschließlich Teilbereiche der Gesprächsanalyse von Interesse, diese jedoch nur unter der Voraussetzung, dass das Medienspezifische der Interviews im Auge behalten wird. Als Merkmale der Medienkommunikation nennt Bucher (1999, 214):

„Medienkommunikation ist eine institutionelle Form der Kommunikation, also den Bedingungen einer Medieninstitution unterworfen. Sie ist zweitens medial vermittelte Kommunikation, d.h. die Beiträge werden in einem Medium präsentiert. Und sie ist drittens eine Form der öffentlichen Kommunikation mit größerer Reichweite und anderen Zugangsregelungen als die direkte Alltagskommunikation.“

⁹ Zu den Termini „konzeptionelle Mündlichkeit“ und „konzeptionelle Schriftlichkeit“ vgl. Schwitalla (1997, 16).

Es ist bei dieser Analyse wenig hilfreich, sich von vornherein auf eine bestimmte Methodik festzulegen, das alleinige Instrumentarium der Analyse festzuschreiben und vorzustellen. Den Text an eine Methodik zu binden birgt die Gefahr, wesentliche Besonderheiten zu übersehen. Diese kurzen Überlegungen zeigen bereits, dass es nicht das Verfahren der Analyse von Medientexten schlechthin gibt, dass es nicht ausreicht, den Untersuchungsgegenstand strikt nach bestimmten methodischen Richtlinien zu untersuchen. Es geht vielmehr darum, Forschungsrichtungen im Sinne Deppermanns als „Ressourcen“ zu verstehen (Deppermann 2001, 8):

„[Es ist] unverzichtbar, allgemeine und zugleich hinreichend konkrete methodische Vorgehensweisen zu formulieren – vorausgesetzt, man versteht sie als Ressourcen, die flexibel und reflektiert auf das jeweilige Forschungsfeld zuzuschneiden sind.“

Die Texte der verschiedenen Medien sind jeweils unterschiedlich und erfordern eine individuelle Behandlung, auf die bei der jeweiligen Analyse eingegangen werden soll.

2.2.3 Die Bedeutung des Mediums für den Text

Manfred Muckenhaupt beklagt in einem Aufsatz über die kommunikationsanalytische Medienwissenschaft, dass sich die Medien schneller änderten, als die Forschung Schritt halten könne. In diesem Zusammenhang erwähnt er die „Tagesschau“, die mittlerweile ebenso im Internet abrufbar sei (vgl. Muckenhaupt 1999, 28). Diese Klage impliziert, dass sich auf den ersten Blick gleiche Sendungen, die in verschiedenen Medien ausgestrahlt werden (hier: Fernsehen und Internet) durchaus unterscheiden. Die Veränderung betrifft den Text selbst, sei es in Hinblick auf die Bedingungen der Rezeption, seine Einbettung in andere Texte oder Bezugnahme auf Kontexte. Umso größere textliche Unterschiede sind zu erwarten, wenn nicht gleiche Sendungen, sondern nur gleiche Textsorten als Untersuchungsobjekt gewählt werden. Neue Medien schaffen nicht nur neue Textsorten, sondern greifen bekannte Textmuster auf und modifizieren sie.

Dass das Medium also Einfluss auf den Text ausübt, ist unumstritten. Doch genaue Aspekte der Einflussnahme sind schwer zu bestimmen, da das Medium selbst kein aktiv Handelnder ist, sondern nur Möglichkeiten und Grenzen vorgibt. Das Medium „Zeitung“ beispielsweise legt die schriftliche Realisationsform und somit die leichte Veränderbarkeit des Textinhalts der Primärsituation fest, das Verschriftlichen oder das Umschreiben des Textes nimmt jedoch der Redakteur vor. Insofern kann man sagen, das Medium setzt gewisse Spielregeln und eine begrenzte Anzahl an Möglichkeiten fest, nach denen sich Medienmacher und -nutzer teilweise richten müssen, teilweise können, egal ob bei der Produktion oder Rezeption. So ermöglicht das Medium „Zeitung“ den Abdruck von Bildmaterial. Ob der Redakteur oder Herausgeber Artikel mit Bildern versieht, liegt in seiner Hand. Bewegte Bilder kann er allerdings mit dem stärksten Willen (noch) nicht auf eine Zeitungsseite drucken. Er ist auf zweidimensionales, statisches Bildmaterial beschränkt.

Hinsichtlich ihres Textvermögens unterscheiden sich die Medien demzufolge in verschiedenen Bereichen: 1) in dem, was dargestellt werden kann, 2) in dem, was kommunizierbar ist (Sprache kann Sprache erklären, Töne können dies nicht), 3) in dem, was wie rezipiert und wie interagiert wird (die Rezeption ist in Printmedien diskontinuierlich und selektiv, bei elektronischen Medien kann nur gezappt werden, ansonsten muss linear rezipiert werden), 4) darin, wie die Daten strukturiert werden (vgl. Muckenhaupt 1999, 32).

Zudem beeinflussen die Medien auch die Handelnden der Primärsituation in unterschiedlichem Ausmaß. Sie können ihre Taktik variieren, je nachdem, ob sie in einem optischen Medium gezeigt werden oder nur gehört werden können.

Zusammenfassend lässt sich nunmehr feststellen, dass es durchaus gerechtfertigt ist, das Medium unter die konstituierenden Faktoren des Textes zu reihen; es erscheint vielversprechend, den Einfluss der unterschiedlichen Medien zu vergleichen. Zu beachten bleibt dennoch, dass eine klare Grenzziehung zwischen dem Medium selbst und den anderen am Text Beteiligten schwer fällt, wenn es um Einflussbereiche geht. Es muss also genau unterschieden werden zwischen Textvorgaben/-möglichkeiten des Mediums und der Verwirklichung individueller Textgestaltung durch die Medienmacher.

2.3 Das Medieninterview in der Analyse

2.3.1 Die Anfänge des journalistischen Interviews¹⁰

Als Vorläufer des journalistischen Interviews gilt eine neue Form des Polizeiberichts: 1836 wurde die Befragung einer Zeugin in einem Prozess als Frage-Antwort-Dialog notiert. Eingeführt wurde die feste Bezeichnung „Interview“ für eine journalistische Textsorte durch einen von Irland nach Amerika übergesiedelten Reporter namens Joseph Burbridge McCullagh im Jahre 1867. Als Vertrauter des amerikanischen Präsidenten Andrew Johnson begann er mit einer Reihe von Exklusiv-Interviews mit dem Präsidenten, die jedoch anfangs nur teilweise positiv aufgenommen wurden, teilweise auch Kritiker auf den Plan riefen.

Nicht nur in den USA, sondern ebenso in England fand die Methode des journalistischen Interviews mit der Zeit Anklang. Ende des 19. Jahrhunderts siedelte sich das Interview bereits im deutschsprachigen Raum an und wurde als publizistische Gattung geschätzt: vom Interviewten, da es eine gute Chance war, sich der breiten Masse zuzuwenden (auch im Ausland); von der Presse, da ein Interview mit einer renommierten Persönlichkeit das eigene Image aufbesserte. Die Methodik der Interviewführung unterschied sich aber zu dieser Zeit stark von der heutigen: Das Gesprächsgeschehen fand meist auf der Basis der Erinnerung des Journalisten seine berichtende Verschriftlichung. So gab beispielsweise der Journalist Monsieur des

¹⁰ Die Informationen in diesem Kapitel sind Haller (2001, 1-35) entnommen.

Houx 1892 freimütig zu verstehen, keine Notizen beim Gespräch mit Bismarck angefertigt zu haben. Es handelte sich auch nicht um eine Verschriftlichung in Dialogform, sondern eine Nacherzählung des Geschehens. Außerdem waren die Interviews weniger kritisch als devot. Das Interview als Textsorte einer unvoreingenommenen, kritischen und unabhängigen Publizistik etablierte sich in Deutschland erst nach dem Zweiten Weltkrieg. Es entwickelte sich nicht nur als journalistische Gattung der Presse, sondern innerhalb sämtlicher publizistischer Medien – vom Hörfunk über das Fernsehen bis hin zum Internet – zur häufig eingesetzten Textsorte.¹¹

2.3.2 Chronologischer Forschungsüberblick: „Mediengespräch“ und „Interview“

Ein differenziertes Bild liefert die sprachwissenschaftliche Betrachtung von Medien und Medienforschung. Hans-Jürgen Bucher etwa weist auf die pragmatische Wende in der Sprachwissenschaft in den 70er Jahren hin, wo die Äußerung als sprachliche Handlung in den Vordergrund rückt. Die isolierte Untersuchung von Lexik und Grammatik weicht der Analyse der Verwendung von Sprache in der Kommunikationssituation. Diese Fokussierung auf eine handlungstheoretische Grundlage des Sprachgebrauchs wirkt sich auch auf die Betrachtung der Medien und Medientexte aus (Bucher 1999, 213):

„Medienbeiträge werden demzufolge als komplexe Handlungszusammenhänge betrachtet, und nicht als Gefäße für die Übertragung von Informationen oder Inhalten, wie das in der soziologischen, publizistischen und kommunikationswissenschaftlichen Medienwissenschaft vielfach üblich ist.“

Erstmals wird überdies der Zusammenhang von Form und Funktion sprachlicher Äußerungen untersucht. Im Zentrum des Interesses stehen weniger mikrostrukturelle Untersuchungen, als vielmehr Analysen von Textstrukturen und Regelmäßigkeiten innerhalb bestimmter Medientextsorten (vgl. Bucher 1999, 213f.).

Ende der 70er Jahre rücken Medieninterviews ins Zentrum sprachwissenschaftlichen Interesses, und es erscheint eine Reihe linguistischer Forschungsarbeiten, die sich jeweils mit unterschiedlichen Aspekten von Interviews auseinandersetzen. Franz Josef Berens lehnt sich ebenso wie Johannes Schwitalla an die Forschungsrichtung der Freiburger Forschungsstelle für Gesprochene Sprache an, wenn er das Sprachverhalten im Redekonstellationstyp „Interview“ analysiert. Bereits das Titelblatt macht deutlich, welche Richtung Berens methodisch verfolgt, denn es handelt sich um „Eine empirische Analyse“. Unter „Redekonstellation“ wird die Kombination außersprachlicher Verhaltenselemente verstanden. Berens setzt Ergebnisse von Untersuchungen der Freiburger Forschungsstelle voraus, wie beispielsweise den Zusammenhang von Sprachverhalten und sozialer Situation. Insofern versteht er Sprache als Teil von

¹¹ Nähere Informationen zum journalistischen Interview nach dem Zweiten Weltkrieg finden sich bei Analyse der Einzelmedien in den jeweiligen Kapiteln.

Interaktion und bezeichnet sie als „dynamische Vorgänge wechselseitiger Verständigung zwischen Individuen in konkreten sozialen Situationen“ (Berens 1975, 15). Er will anhand von zwölf Rundfunkinterviews die Hypothese bestätigen, dass bestimmte situative Merkmale die Zuordnung eines Redekonstellationstyps zu einer Textsorte ermöglichen. An Interviewtexten aus Fernsehen und Hörfunk untersucht er Merkmale einer bestimmten Redekonstellation und deren Auswirkungen auf den Text (des Interviews). Dafür nimmt er eine so genannte „Merkmalsmatrix“ (Berens 1975, 17) zu Hilfe, die Aspekte wie die Anzahl der Sprecher, die Zeitreferenz, die Situationsverschränkung, den Rang der Beteiligten, den Grad der Vorbereitetheit, die Zahl der Sprecherwechsel, die Themafixierung, die Modalität der Themenbehandlung und den Öffentlichkeitsgrad enthält.

Johannes Schwitalla zieht in „Dialogsteuerung in Interviews“ (1979) ebenfalls den Typikschlüssel der Freiburger Forschungsstelle für Gesprochene Sprache heran, wenn er Interviews von anderen Textarten abgrenzt. Er will u.a. den Beweis erbringen, dass verschiedene Interviewtypen (Politiker-, Experten- und Starinterviews) Unterschiede hinsichtlich der Steuerungsakte beinhalten. Hierfür untersucht er vor allem Dialogstrukturen (den Sprecherwechsel, Sprecher- und Hörersignale) und die verschiedenen Mittel der Steuerung. Insofern ist bei Schwitalla ebenso wie bei Berens eine enge Verknüpfung von situativen Gegebenheiten und Text die Grundlage der Interviewanalyse. Der Schwerpunkt liegt auf dem dynamischen Prozess zweier Interaktanten, nicht auf dem Gespräch aus Rezipientensicht.

Kritisch beäugt Heinz-Günter Hang (1976, 6) das Modell der Freiburger Forschungsstelle, deren Ergebnisse er „ergänzungsbedürftig“ nennt. Dennoch schließt er sich weitgehend dieser Methodik an, wenn er in „Die Fragesignale der gesprochenen Deutschen Standardsprache“ (1976) anhand von Interviews analysiert, wie mithilfe der deutschen Sprache Frageabsichten ausgedrückt werden können, ohne dass der Sprecher die in der normativen Grammatik allgemein bekannten Fragesätze anwendet. Er wertet schließlich die Rundfunkinterviews statistisch nach der Verteilung direkter Fragesignale aus.

Ecker, Landwehr u.a. (1977) untersuchen Presseinterviews anhand eines Textkorpus aus *Spiegel*-Gesprächen. Sie betrachten Interviews als eine Art Kommunikations- oder Kampfspiel nach festgelegten Regeln, was die später noch zu erwähnende Interviewtypologie zum Ausdruck bringt. Interviews werden somit hinsichtlich strategischer Aspekte der Kommunikation analysiert.

Hoffmann (1982) stellt in seiner Arbeit mit dem Titel „Politische Fernsehinterviews“ die Frage nach der Funktion von politischen Interviews und intendiert, keine rein linguistische Analyse vorzulegen, sondern ein breiteres Publikum anzusprechen. Hierbei will er beweisen, dass durch Beschreibung außersprachlicher Bedingungen sprachliches Handeln vorhersagbar ist. Als Basis seiner empirischen Untersuchung stellt er einen Katalog von Hypothesen zusammen, die er am Ende seiner Arbeit zu bestätigen sucht. Er analysiert thematische Aspekte und die Intention der Beteiligten. Was die inhaltliche Struktur angeht, untersucht Hoffmann auch den Verlauf von Argumentationssequenzen in seinem Korpus von Fernsehinterviews.

Bei Hoffmann macht die Argumentation nur einen Teilbereich der Untersuchung aus, während es sich bei der Arbeit von Heidi Grünewald, „Argumentation und Manipulation in *Spiegel-Gesprächen*“ (1985), um eine Analyse handelt, die sich ausschließlich der Argumentation im Presseinterview zuwendet.

Ein Jahr zuvor befasst sich Harald Burger ausführlich in „Sprache der Massenmedien“ (1984) mit Medieninterviews. Für seine Analyse verwendet er sowohl Presse- als auch Radio- und Fernsehinterviews. Er behandelt die Interviews als Texte und versucht deren Textfunktion anzugeben. Die Personenkonstellation der Beteiligten nimmt er besonders in Augenschein und weist darauf hin, dass es wesentlich ist, aus welcher Perspektive Medientexte betrachtet werden: ob aus Produzenten- oder Rezipientensicht (vgl. Burger 1984, 27). Außerdem zeigt er erstmals auf, dass die Interviews in bearbeiteter Form vorliegen und nimmt zum Einfluss einzelner Beteiligter kritisch Stellung, wenn er feststellt, dass die Schreiber von *Bild* beliebig austauschbar seien:

„Der Kommunikator ist also in BILD wie auch sonst in der Boulevardpresse nicht ein Individuum, dessen Meinungen in den Texten erscheinen und dessen Individualstil man beschreiben könnte, sondern im Prinzip ein austauschbarer Texter, der Artikel nach festen Spielregeln abfaßt [...]“ (Burger 1984, 28)

Angelika Linke behandelt nicht explizit Interviews, sondern „Gespräche im Fernsehen“ (1985) und widmet sich Talk-Show-Texten. Sie interessiert sich erstmals nicht nur für die sprachliche Handlung, die durch das Fernsehgespräch vollzogen wird, sondern überdies für das Massenspezifische. Linke (1985, 41) will u.a. die Hypothese bestätigen, dass Fernsehgespräche nur medienspezifisch analysiert werden können:

„[...] Ausgangspunkt meiner Untersuchung von Fernsehgesprächen [ist] die Annahme, dass solche Gespräche aufgrund ihres speziellen massenmedialen Kontextes eine eigene, von nicht-medialen Gesprächen zu unterscheidende Gesprächskategorie bilden [...]“

Linke analysiert ihr Textkorpus nach Vorbild der Konversationsanalyse und betrachtet Zusammenhänge zwischen sprachlichem Verhalten und Gesprächsrolle, behandelt die Fernsehgespräche jedoch nicht in letzter Konsequenz als Texte der Massenmedien, sondern blendet beispielsweise den Einfluss der Medienmacher oder des Mediums aus.

Eine Vielzahl von sprachwissenschaftlichen Publikationen, die von Medien handeln, erscheint von Werner Holly, Peter Kühn und Ulrich Püschel. Im Zusammenhang mit Mediengesprächen ist das Werk „Politische Fernsehdiskussionen“ (1986) zu erwähnen, in dem das Autorentrio klar machen will, dass die Fernsehdiskussion eine neue Mediengesprächssorte bildet, die genauen Regeln unterworfen ist. Die Autoren nehmen eine kritische Position gegenüber Fernsehgesprächen ein und bemerken, dass die Bezeichnung „Diskussion“ eigentlich in die Irre führt, da niemand wirklich diskutiere. Die Untersuchung von Sprecherwechsel, thematischer Steuerung und textkonstitutivem Handlungsmuster folgt theoretischen Überlegungen

zu den institutionellen und medialen Bedingungen von Fernsehdiskussionen (Holly/Kühn u.a. 1986, 23-34). Zudem werden Bildgestaltung, Einstellungen und Körpersprache als Untersuchungsobjekte berücksichtigt. Eine Aufsatzsammlung zu demselben Thema („Redeshows. Fernsehdiskussionen in der Diskussion.“ (1989)) wird ebenfalls von diesen drei Autoren herausgegeben. Bereits das Vorwort stellt Fernsehdiskussionen wiederum kritisch in den Blickpunkt: Sie seien keine Diskussionen, sondern Inszenierungen (1989, 1).

Nicht auf die Gesamtkonstruktionen der Texte kommt es in Gerd Schanks „Redeerwähnung im Interview“ (1989) an, ihn interessiert ein Teilaspekt. Schank zieht Interviews als Untersuchungsobjekte heran, wenn er Redeerwähnungen thematisiert und versucht, deren konversationelle Einbindung und Struktur zu beschreiben.

Auf das Spezifische von Medientexten geht Harald Burger ein. Er thematisiert „Das Gespräch in den Massenmedien“ (1991) und weist auf zwei wesentliche Punkte hin. Er differenziert Mediengespräche klar von Alltagskommunikation, und er macht deutlich, dass das Medium selbst den Text beeinflusst, der Begriff „Mediengespräch“ also gar nicht sinnvoll ist, sondern explizit von Fernsehgespräch oder Hörfunkgespräch die Rede sein müsste:

„Mediengespräche sind nicht einfach Gespräche im Medium, Gespräche also, die durch das Medium bloß transportiert würden. Sie haben ihre eigenen Rahmenbedingungen, Spielregeln, Funktionen, durch die sie sich von so genannten *alltäglichen* Gesprächen abheben. Kurz und pauschal gesagt: sie haben eine eigene Art von *Wirklichkeit* [...] Ebenso wenig gibt es „das“ Mediengespräch. Gespräche im Radio unterliegen anderen Bedingungen als Gespräche im Fernsehen, ganz zu schweigen von in die Schriftlichkeit transportierten Gesprächen, wie sie in der Presse anzutreffen sind.“ (Burger 1991, 1)

Besondere Erwähnung verdient in diesem Zusammenhang auch die Interviewanalyse Jörg Hennigs, der in seinem Aufsatz „Wer spricht und wer ist gemeint?“ (1996) explizit die Spezifika von Interviews als Massenmedienprodukte in den Vordergrund rückt. Er befasst sich mit der Personenkonstellation im Presseinterview und vergleicht die Rohfassung von Interviewtexten mit der jeweiligen gedruckten Version, um so das Presseinterview nicht als verschriftlichtes Gespräch zu deklarieren, sondern den Einfluss der Medienmacher aufzudecken. Hennig verfolgt somit eine Zielrichtung, die auch diese Arbeit anstrebt, nämlich die Interviews als Medientexte, nicht allein als *face-to-face*-Gespräche zu erforschen.

Auffällig an den verschiedenen Arbeiten ist, dass kaum sprachwissenschaftliche Medienvergleiche vorliegen, folglich wenig intermediale, sondern vorwiegend Einzeluntersuchungen publiziert wurden. Keine der Arbeiten hat das Chatinterview zur Grundlage. Dies liegt daran, dass es sich um eine neue Textart handelt, die noch weitgehend unbekannt ist. Zwar liegen einige Untersuchungen über Chats im Allgemeinen vor, doch auf eine ausdrückliche und ausschließliche Analyse von Chatinterviews innerhalb neuester sprachwissenschaftlicher Forschung bleibt noch zu warten. Allein die beispielhafte und umfassende Analyse von

Internetchats durch Jens Runkehl und Peter Schlobinski (1998, 84) listet Chatinterviews unter der Rubrik „Moderierte Online-Chats“ auf, geht jedoch nicht explizit auf sie ein.

Es bleibt zu resümieren: Interviews wurden in der früheren Forschung weitgehend hinsichtlich ihres Gesprächscharakters mithilfe konversationsanalytischer Methodik untersucht. Intermediale Studien sind generell die Ausnahme.

2.3.3 Beschreibung der Textsorte „Interview“ und Interviewtypologie

Was ist ein Medieninterview?

In einem Interview aus dem gesammelten Textkorpus antwortet der Interviewte Günther Jauch seinem Interviewer Günter Gaus in Form einer Gegenfrage. Dieser wehrt die Frage nach kurzer Überlegung ab, indem er sich auf die interviewspezifische Rollenverteilung beruft und antwortet: „Die Fragen stelle ich.“

In sprachwissenschaftlicher Literatur setzen die Verfasser oft ein derartiges Rollenverständnis der Interviewpartner voraus, wenn sie den Interviewer als situativ überlegen hervorheben, den Interviewten hingegen als Unterlegenen kennzeichnen. Dass eine derartige Einteilung gerade im Hinblick auf die neuesten Medien fragwürdig ist, kann durch eine Variante des Chatinterviews bewiesen werden, in dem eine Vielzahl von Mediennutzern als Interviewer fungieren, während der Interviewte selbst entscheidet, welche Fragen er beantwortet.¹² Es bleibt also zu überprüfen, ob dieses Merkmal auf alle Interviews zutrifft.

Das Zitat von Günter Gaus zeigt ein Selbstverständnis, das Johannes Schwitalla in „Dialogsteuerung in Interviews“ (1979, 173f.) beschreibt. Er grenzt das Interview von anderen Gesprächen dadurch ab, dass er dem Interviewer einen anderen „situativen Rang“ zuweist:

„Es scheint mir deshalb erfolgversprechender zu sein [...] an dem Merkmal ‚Rang‘ festzuhalten und dann nach zusätzlichen Bedingungen für Interviewtypen zu suchen. [...] Ich möchte hier dafür plädieren, daß allein das Merkmal ‚situativer Rang‘ in der Ausprägung ‚unterschiedliche Ränge‘ zur Definition der Textart ‚Interview‘ ausreicht.“

Schwitalla weist hier auf eine wichtige Besonderheit von Interviews hin, nämlich die spezifische Personenkonstellation. Ohne hier den einen als überlegen, den anderen als unterlegen zu beschreiben, stellt Schwitalla fest, dass Interviewer und Interviewter unterschiedliche Ränge innerhalb des Gesprächs einnehmen. Auch Berens (1975, 35) sieht die spezifische Rollenverteilung als Charakteristikum des Interviews an, insbesondere das Vorrecht des Interviewers, Fragen zu stellen:

„Obwohl gerade in den Massenmedien unter ‚Interview‘ verschiedenste Kommunikationsakte zusammengefaßt werden, wird immer vorausgesetzt, daß eine komplementäre Rollenverteilung vorherrscht. Der Reporter ist bevorzugt. Dadurch,

¹² Genaueres zum Ablauf von Chatinterviews ab Kapitel 6.

daß er das Gespräch eröffnet und führt, kann er die Themen bestimmen. Er stellt die Fragen, die sein Partner beantworten soll. Er kann durch Nachfragen den Kommunikationspartner zur Konkretisierung seiner Antwort zwingen; er entscheidet, ob ein Thema abgeschlossen wird oder nicht; er beendet das Gespräch.“

Es bleibt als Grundlage festzuhalten, dass im Medieninterview prinzipiell zwei oder mehr Parteien abwechselnd zu Wort kommen, wobei einer Partei das Fragerecht zukommt, während die andere Partei die Aufgabe hat, zu antworten. Die Besonderheit des Interviews liegt darin, dass der Interviewer ein Fragevorrecht besitzt, das ihn jedoch nicht automatisch zum überlegenen Gesprächspartner macht.

Was also sind grundlegende Charakteristika von Medieninterviews? Je nach unterschiedlichem Interviewtyp dominiert in Medieninterviews die Informations- oder die Unterhaltungsfunktion. Natürlich geben Interviewäußerungen auch Stellungnahmen ab, die eine bestimmte Meinung reflektieren, wie Berens (1975, 13) erläutert:

„[...] das Interview [tritt] immer mehr als eine wichtige Möglichkeit der modernen Massenmedien in Erscheinung, um Informationen und Meinungen zu verbreiten.“

Das Ziel des Interviews ist je nach Perspektive der Beteiligten unterschiedlich. Geht man vom Textziel aus, besteht es darin, ein breites Publikum zu erreichen. Primär soll der Text eine weite Öffentlichkeit ansprechen, der Zweck des Interviews liegt nicht in sich selbst.

Charakteristisch für Medieninterviews ist die Personenkonstellation. Weit verbreitet in der Interviewforschung ist ein Kommunikationsmodell aus zwei Kommunikationskreisen. Die beiden Kreise sind bei Presseinterviews nicht völlig getrennt, sondern der zweite „überlagert“ (vgl. Linke 1985, 42) gewissermaßen den ersten. Den ersten Kommunikationskreis bilden Interviewer und Interviewter, wobei beide Parteien aus mehreren Personen bestehen können. Wenn beispielsweise eine Musikband interviewt wird, kommen die jeweiligen Musiker meist einzeln und abwechselnd zu Wort, nicht undifferenziert als Teil einer Gruppe.¹³ Diese Kommunikationssituation bildet die Primärsituation des Interviews. Interviewer und Interviewter werden oft als Rezipienten und Emittenten ersten Grades bezeichnet. Einfluss auf den ersten Kommunikationskreis kann das Studiopublikum nehmen, falls es bei der Aufzeichnung des Interviews vorhanden ist. Dem Publikum einen separaten Kommunikationskreis zuzusprechen, wie Burger (1984, 44) dies tut, erscheint mir unnötig, ist es doch bei der Primärsituation zeitlich und räumlich gegenwärtig.

Entscheidend für das Interview als Medieninterview ist jedoch der zweite Kommunikationskreis, der das Zielpublikum, also die Rezipienten/Adressaten zweiten Grades einschließt. Rezipient ist der Leser, Hörer oder Zuschauer zu Hause; umstritten ist, wer als Emittent zweiten Grades zu gelten hat. Harald Burger (1984, 44) schlägt vor, die Dialogpartner als Emittenten anzusehen, Rezipient ist das Publikum:

¹³ Eine Ausnahme innerhalb meines Korpus bildet ein Chatinterview mit der Band „Scooter“, bei dem in den meisten Fällen nicht klar ist, welches Bandmitglied antwortet.

„Strukturell sind also zwei „Kommunikationskreise“ zu unterscheiden: der innere Kreis des dialogischen Geschehens (= ‚Primärsituation‘) und der äußere Kreis der Beziehung zwischen den Dialogteilnehmern und dem Publikum (= ‚Sekundärsituation‘). Man kann dann von einer „Brechung“ der Kommunikation im inneren Kreis auf den äußeren Kreis hin sprechen.“

Aufschlussreich ist die Kritik Hennigs (1996, 299), der darauf hinweist, dass eine solche Sichtweise die Interviews nicht als Texte, sondern als Dialoge behandelt. Aus diesem Grund gibt Hennig den Emittenten zweiten Grades als „Zeitung“ oder „Zeitschrift“ an, was allerdings ohne weitere Erklärung missverständlich ist. Es bleibt die Frage, wer genau gemeint ist: das Kommunikationsmittel oder der Medienapparat? Kommuniziert der Leser mit dem Medientext oder der Institution? Der Emittent der Sekundärsituation ist in erster Linie der Medienmacher, derjenige, der für die Publikation der Texte verantwortlich ist, da der Text selbst kein Handelnder ist. Doch nicht von ihm allein hängt die Publikation ab, sondern ebenso vom Medium selbst und dessen Rahmenbedingungen. Natürlich ist es schwierig, die einzelnen Hierarchiestufen innerhalb der Medieninstitutionen in Bezug auf den individuellen Text genau zu durchleuchten, unmöglich gar, eine Verallgemeinerung vorzunehmen oder diejenigen zu ermitteln, die an einem konkreten Textbeispiel beteiligt sind. So ist es am effizientesten, den Emittenten zweiten Grades verallgemeinernd mit dem „Mediensystem“ anzugeben und hierbei alles einzuschließen, was explizit an der Textproduktion beteiligt ist, ausgenommen den Interviewer und den Interviewten. „Mediensystem“ wird hier als Oberbegriff verwendet, der sowohl den komplexen Medienapparat einschließt, die personellen Stationen, die der Text bis zu seiner Veröffentlichung durchläuft, als auch das Medium im Sinne seiner technischen Realisation einbezieht. Schließlich unterliegt ein Text bei der Presse im Vergleich zum Fernsehen unterschiedlichen Bedingungen, selbst wenn der personelle Aufbau der Medieninstitution identisch wäre. Besondere Beachtung verdient der Umstand, dass es sich in der Sekundärsituation ebenfalls um einen „Kommunikationskreis“ handelt, der Rezipient also in Kommunikation mit dem Mediensystem steht und Einfluss auf den Text ausübt. Diese Besonderheit von Mediengesprächen wird auch als Mehrfachadressierung bezeichnet. Analog zu „Mehrfachadressierung“ ist die Bezeichnung „Mehrfachautorenschaft“ konzipiert, die Hans-Jürgen Bucher (1999, 216f.) als Kennzeichen der Urheberschaft in der Medienkommunikation betrachtet. Er weist darauf hin, dass die Mehrfachautorenschaft von Mediengesprächen diese von Alltagsdialogen abgrenzt und beschreibt sie als vielschichtige Konstrukte (Bucher 1999, 216):

„Medienbeiträge sind hinsichtlich ihrer Urheberschaft mehrschichtig. Sie sind einem Träger des Verbreitungsmediums verpflichtet – bspw. einem Verlagshaus oder einer öffentlichen Anstalt – gehen zurück auf verschiedene Quellen – geschriebene Texte, Dokumente, aufgezeichnete oder mitgeschriebene Äußerungen - werden mehrfach überarbeitet und in der Präsentation zusätzlich formatiert.“

Unglücklich gewählt sind die Metaphern „innerer“ und „äußerer“ Kommunikationskreis, die sehr häufig in der Literatur aufzufinden sind (vgl. Linke (1985, 42ff.), Burger (1984, 44ff.)). Hierbei wird der Eindruck erweckt, als ob der innere Kreis durch den äußeren eine Erweiterung erfahren würde, folglich nicht selbst eingeschränkt, sondern vergrößert würde. Anders ist es bei der Vorstellung, dass ein Kreis den anderen überlagert. Hier wird prinzipiell keine Erweiterung vorgenommen, sondern eine Veränderung. Bei der Überlagerung wird gewissermaßen Einzelnes der Primärsituation durch Elemente der Sekundärsituation überdeckt. Es darf aber nicht übersehen werden, dass die Sekundärsituation ebenfalls bereits Einfluss auf das Interviewgespräch selbst hat und wie ein Schatten über der Primärsituation schwebt. Die gegenseitigen Einflussnahmen sind demnach vielfältig.

Ohne auf alle Medientextsorten explizit einzugehen, sollen hier in ergänzender Zusammenfassung die Merkmale von Medieninterviews genannt werden. Das Medieninterview ist eine Textsorte, die ein arrangiertes Gesprächsgeschehen zur Grundlage hat und schließlich zeitlich¹⁴ und räumlich verschoben als monologischer Text mithilfe eines Mediums einer weiten Öffentlichkeit präsentiert wird. Interviewt wird hierbei eine Einzelperson oder eine zusammengehörige Gruppe, die als Einheit auftritt. Es herrscht eine klare Rollenverteilung zwischen Interviewer und Interviewtem vor. Der Schwerpunkt des Interesses liegt gesprächsbedingt auf dem Interviewten. Über das Textthema kann keine prinzipielle Aussage gemacht werden, weil es je nach Interviewtem völlig unterschiedlich ist. Eine thematische Bestimmung kann eine Klassifikation von Interviews in Subklassen leisten, wie im folgenden Kapitel dargelegt.

Interviewtypologie

Subklassen von bestimmten Textsorten bezeichnet Heinemann (2000, 514) als „Textsortenvarianten“. Eine Unterteilung kann nach unterschiedlichen Kriterien erfolgen. Hennig (1996, 294) nimmt eine grobe inhaltliche Klassifikation in „Sach-“ und „Meinungsinterviews“ vor, wobei mein Material den zweiten zuzurechnen ist. Eine ähnliche Unterteilung findet sich in Arbeiten des praktischen Journalismus. Häusermann (1994, 259ff.) und Haller (2001, 235) nennen das „Sachinterview“, das „kontroverse Interview“ und das „personenzentrierte Interview“, allein ihre Terminologie variiert leicht. Das „kontroverse“ oder „verschränkte“ Interview hat zum Ziel, die Aussagen des Interviewten kritisch zu durchleuchten und so eine Art Gegenpart zum Interviewten zu bilden. Ob das Interviewmaterial des Textkorpus in Bezug auf die Interviewerstrategie kontrovers ist oder wertneutral Informationen zur Person verlangt, muss anhand der konkreten Einzeltexte separat überprüft werden.

Nimmt man eine inhaltliche Bewertung des Interviewtextes vor, indem man sich an kommunikativen Kriterien des Textes orientiert, so kann man zu Textsortenvarianten gelangen, die denen Eckers/Landwehrs u.a. (1977, 37f.) ähneln. Sie bezeichnen Interviews wahlweise als „Schwachsinn“, „Kampfinterviews“ oder „Bestätigungsinterviews“. In der praktischen Anwendung ist es schwierig, Interviews diesen Kriterien zuzuordnen. Meist enthalten sie ein wenig

¹⁴ Das Korpus enthält fast ausschließlich Aufzeichnungen, keine Live-Interviews.

von allem. Auch wenn einige Chatinterviews aufgrund ihrer situativen Umstände vollständig in Eckers/Landwehrs u.a. Konzept des „Schwachsinn“ fallen würden („[...] einzelne Themen stehen beziehungslos nebeneinander“ (1977, 37)) möchte ich dennoch davon Abstand nehmen, es derart negativ zu brandmarken.

Aufschlussreich ist eine Klassifikation von Interviews in Bezug auf den Interviewten, wie Schwitalla (1979, 182) dies vornimmt. Er teilt Interviews nach der Person ein, die befragt wird, und führt „Politiker-“, „Experten-“ und „Starinterviews“ an. Eine Einteilung in diese drei Textsortenvarianten ist nicht nur hilfreich, da sie meist eine eindeutige Zuordnung erlaubt, sondern gleichzeitig sinnvoll, weil der Interviewtext sicherlich bei allen drei Interviewformen anders ist – sei es weil der Interviewer unterschiedliche Fragestrategien einsetzt oder ein anderes Publikum angesprochen werden soll. Der Vollständigkeit halber hinzugefügt werden kann noch das „Betroffenen“-Interview, in dem Menschen „wie du und ich“ sich zu Themen jeglicher Art äußern¹⁵, auch „Nicht-Star-Interview“ (Schank 1989, 80) genannt.

Eine weitere Unterteilung von Starinterviews enthält bei Schank: 1) „starre Frage-Antwort-„Spiele“, 2) „freiere Star-Interviews“ und 3) „Talk Shows“ (Schank 1989, 81f.).

Versucht man Interviews hinsichtlich der Textfunktion zu klassifizieren, bietet sich Brinkers Textfunktioneninventar an, das er der Sprechakttheorie entlehnt. Hennig zeigt eine Möglichkeit der Unterteilung in: 1) „Appell-Interviews“ (Warnung von Experten), 2) „Obligations-Interviews“ (Wahlversprechen), 3) „Kontakt-Interviews“ (weitgehend identisch mit Starinterviews), 4) „Interviews mit Deklarationsfunktion“ (nicht existent), 5) „Informations-Interviews“. (vgl. Hennig 1996, 302f.). Eine derartige Untergliederung lässt nicht nur das Interview zum Zwecke der Unterhaltung vermissen (Hennig 1996, 305), sondern erscheint generell wenig praktikabel.

Wie wichtig solche Bestimmungen auch sind, so will ich sie nicht zur Klassifikation von Interviews, sondern zu ihrer jeweiligen Beschreibung verwenden. Als reine Subklassen der Textsorte „Interview“ soll hier die Beschränkung gelten, nach personellen Kriterien zu differenzieren, wodurch also die Textsortenvariante „Starinterview“ als Analysematerial vorliegt. Problematisch ist, dass die Bezeichnung „Star“ gerade in der neueren Entwicklung ein immer schwerer zu umreißender Begriff ist. Nahezu jede Person, die in den Medien unterhaltend tätig ist, kann dieser Kategorie zugeordnet werden. Ob dies daran liegt, dass immer mehr Politiker ihren Status als Vorbildcharaktere verloren haben, wie Peter Ludes meint (vgl. Ludes 1998, 183) oder ob nicht vielmehr die Medienkonzerne dirigieren, wer zur Kategorie „Star“ zu zählen ist, soll als Frage im Raum stehen bleiben.

¹⁵ Vgl. hierzu Burger (2001b, 1497).

3 Das Presseinterview

3.1 Hintergrundwissen zum Presseinterview

Von der Entstehung der journalistischen Textsorte Interview wurde bereits in einem vorhergehenden Kapitel berichtet. Interessant sind überdies die Entwicklungstendenzen und Kommunikationsbedingungen von Presseinterviews in Deutschland nach Ende des Zweiten Weltkrieges.

Entwicklung des Presseinterviews¹⁶

Während Interviews vor dem Zweiten Weltkrieg auf der Erinnerung des Journalisten basierten und in berichtender Form verschriftlicht wurden, änderte sich dies nach 1945 grundlegend. Die Verschriftlichung von Interviews erfolgte immer häufiger in Dialogform, wobei nicht der genaue, originalgetreue Wortlaut, sondern die Lesbarkeit des Textes im Vordergrund stand. Als wichtigste Neuerung innerhalb des deutschen Sprachgebiets bezeichnet Haller (2001, 54) das *Spiegel*-Gespräch, das sich Ende 1956 /Anfang 1957 als feste Rubrik des *Spiegels* durchsetzte. Das wirklich Neue im Vergleich zu anderen Interviews lag in der Situation: In der Regel saßen mehrere gut vorbereitete Interviewer dem Interviewten gegenüber, was durch ein Gesprächsfoto dokumentiert wurde. Neben dem *Spiegel*-Gespräch entwickelte sich das *Spiegel*-Interview, das erstmals Anfang des Jahres 1963 erschien. Letzteres nahm meist nur ein bis zwei Seiten ein, während *Spiegel*-Gespräche sich auf zehn Seiten oder mehr ausdehnen konnten. Diese Unterscheidung trifft auch heute noch zu.

Die Tageszeitung *Die Welt* entdeckte das Interview in den 80er Jahren als friedliches Gespräch ohne tagesaktuellen Inhalt mit der Reihe „Die Welt im Gespräch“. Doch auch andere Zeitungen verwendeten Interviews, um meist aktuelle Geschehnisse zu durchleuchten.

Das Interview zur Darstellung von Persönlichkeiten setzte sich in den 80er Jahren durch. Es wurden vorwiegend personenzentrierte Fragen gestellt, das Interview diente in großem Maße der Selbstdarstellung des Interviewten.

Ein Grund für die Popularität von Presseinterviews auf Seiten der Medienmacher mag darin liegen, dass sie leicht zu produzieren sind und somit schnell die Seiten füllen.

¹⁶ Die Ausführungen stützen sich, wenn nicht anders angegeben, auf Haller (2001, 53-95).

Kommunikationssituation im Presseinterview

Interviewtexte in der Presse sind schriftlich realisiert und zwar als gedruckte Schrift auf Papier. Sie sind raum-zeitlich indifferent: Es steht dem Rezipienten frei, wann und wo er diese Texte konsumiert. Die Rezeption erfolgt nachzeitig, zwischen Produktion und Rezeption liegt ein zeitlicher Abstand. Es handelt sich um monologische Texte, auch wenn der Text in Dialogform publiziert wird. Ein Grund hierfür liegt in der Sekundärsituation des Interviews – der zu veröffentlichende Text wird mittelbar vom gesamten Mediensystem mit bestimmter Intention publiziert.

Wie bei allen Massenmedieninterviews kann man bei Zeitungs- und Zeitschrifteninterviews zwei Kommunikationskreise unterscheiden. Emittent und Rezipient ersten Grades sind Interviewer und Interviewter. Die Anzahl der Interviewer ist hierbei variabel (vgl. *Spiegel*-Gespräch), bei den Interviewten kann es sich ebenfalls um mehrere Personen handeln. Das Gespräch zwischen Interviewer und Interviewtem wird in der Regel auf ein Tonband aufgenommen und zu einem späteren Zeitpunkt verschriftlicht. Rezipient zweiten Grades ist der Leser, während die Zeitung der Emittent des Interviewtextes ist. „Zeitung“ meint in diesem Kontext das Mediensystem „Zeitung“ und schließt alle Hierarchiestufen ein, alle, die an der Produktion des aus der Primärsituation gewonnen Textes beteiligt sind. Der Emittent der Sekundärsituation ist zwar in erster Linie der Herausgeber der Zeitung, da er für die Texte verantwortlich ist. Doch nicht von ihm allein hängt die Publikation ab, sondern von dem Redakteur, der den Text verfasst, vom Chefredakteur, der den Text möglicherweise noch verändert oder verändern lässt, kurz gesagt von allen, die innerhalb des Medienapparates an der Textproduktion beteiligt sind, am Text mitwirken – nicht zuletzt das Medium selbst. Natürlich ist es schwierig, die einzelnen Hierarchien innerhalb der Verlage in Bezug auf den individuellen Text genau zu durchschauen, unmöglich, eine Verallgemeinerung vorzunehmen. So ist es effizient, den Emittenten zweiten Grades verallgemeinernd mit dem Mediensystem anzugeben. Auch wenn es abstrakt erscheint, handelt es sich doch um eine Kommunikation zwischen dem Konsumenten und dem Produzenten der Texte mithilfe von Medientexten.

Beschreibung der verschiedenen Interviewformen in der Presse

Innerhalb der Kategorie „Starinterview“ im Medium „Zeitung“ finden sich unterschiedliche Verwendungsweisen und Darstellungsmöglichkeiten von Interviews. So gibt es beispielsweise Starinterviews, die als ausführliche selbständige Artikel mehrere Seiten umfassen. Mitunter kann ein Interview sogar zur Titelstory einer Zeitschrift avancieren (in *Spiegel* und *Stern* jeweils Boris Becker). Wird ein Interview bereits auf dem Titelblatt angekündigt, handelt es sich beim Interviewten in der Regel um eine bekannte Person, auf die die Öffentlichkeit aufgrund eines aktuellen Anlasses ihr Augenmerk gerichtet hat.

Umfassende Interviews reichen je nach Medium von einer Seite (bei großformatigen Zeitungen wie *Die Zeit*) bis zu mehr als zehn Seiten in Zeitschriften wie den oben genannten. Textthema ist meist ein aktuelles. Ein Musiker wird beispielsweise interviewt, wenn er ein

neues Album veröffentlicht (vgl. *Spiegel*-Gespräch mit Marius Müller-Westernhagen und *Stern*-Interview mit Herbert Grönemeyer). Eine Schauspielerin kommt zu Wort, wenn ihr neuer Film in die Kinos kommt (*Focus* und *Spiegel*: Franka Potente), sie ein Kind zur Welt gebracht hat (Veronica Ferres im *Stern*) oder andere publikumsträchtige Ereignisse stattgefunden haben. Seltener erscheinen Interviews ohne aktuellen Anlass als reine Personenporträts (Fritzi Haberlandt der *Zeit* oder Vicco von Bülow im *SZ-Magazin*).

Soll weniger eine Person präsentiert, als vielmehr einzelne Sachverhalte dokumentiert oder kommentiert werden, finden sich in Zeitungen und Zeitschriften auch kleinformatige Interviews, die nur einen Teil einer Seite einnehmen.

3.2 Textmaterial „Presseinterviews“¹⁷

- 1) **Zeitung:** Süddeutsche Zeitung (SZ), Ausgabe 299/2002, S. VIII
Interviewte: Christo und Jeanne-Claude, bulgarisch-französisches Künstler Ehepaar (beide * 1935)
Interviewer: Jürgen Neffe
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Wochenende“, Überschrift „Reisen“
Interviewort: Hotelsuite des „Vier Jahreszeiten“ in Hamburg
Thema: zukünftige und vergangene Kunstprojekte, Reisegewohnheiten
- 2) **Zeitung:** Süddeutsche Zeitung (SZ), Ausgabe 289/2002, S. VIII
Interviewer: Heinz Hoening, * 1951, renommierter Theater-, Film- und Fernsehschauspieler
Interviewer: Achim Zons
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Wochenende“, Überschrift „Leidenschaft“
Interviewort: Hotelterrasse in einem kleinen Ort (Illetas) in der Nähe von Palma de Mallorca
Thema: persönliche Eigenschaften, frühere Rollen und Begebenheiten
- 3) **Zeitung:** SZ-Magazin, Ausgabe 25/2002, S. 4-11
Interviewer: Vicco von Bülow (Loriot), * 1923, Schauspieler, Regisseur, Autor und Zeichner
Interviewer: Franziska Sperr und Jan Weiler
Redaktioneller Kontext: Überschrift „Altern ist schon eine Zumutung“
Interviewort: Schloss Elmau
Thema: Figuren und Filme von Loriot, sein Einfluss auf die Sprache, Kindheit und Zukunft
- 4) **Zeitung:** Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), Ausgabe 20/2003, S. 38
Interviewer: Heiner Lauterbach, * 1953, Schauspieler
Interviewer: Michael Seewald
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Feuilleton“, Überschrift: „Hauptsache man kommt nicht als Klofliege wieder“
Interviewort: ?
Thema: seine Schauspielrolle als Priester, Glauben und Berufseinstellung
- 5) **Zeitung:** Mainpost, Ausgabe 3/2003, S. A7
Interviewer: Michael Groß, * 1964, Mitte der 80er herausragende Figur des deutschen Schwimmsports, Beiname „Albatros“
Interviewer: Jupp Suttner
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Sport“, Überschrift „Gut für den Körper und den Geist“
Interviewort: ?
Thema: sein Leben nach der Zeit als aktiver Schwimmprofi

¹⁷ Wenn ich in den folgenden Kapiteln aus einem der Interviews zitiere, werde ich den Namen des Interviewten und den der Zeitung oder Zeitschrift angeben. Alle weiteren Angaben bleiben unerwähnt, da ich diese Informationen bereits hier zusammengestellt habe.

- 6) **Zeitung:** Mainpost, Ausgabe 3/2003, S. E3
Interviewte: Doris Dörrie, * 1955, Regisseurin, Autorin
Interviewerin: Daniela Unger
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Wochenende“, Überschrift „Die kalte Prinzessin und wo das Gold vergraben ist“
Interviewort: ?
Thema: Dörries Bücher, Filme und ihre Arbeitsweise
- 7) **Zeitung:** Bild, Ausgabe 294/2002, S. 4
Interviewte: Ulla Kock am Brink, * 1961, Moderatorin verschiedener Fernsehshows
Interviewer: C. Hoffmann
Redaktioneller Kontext: Überschrift „Ich habe den Mann gefunden, den ich liebe“
Interviewort: ?
Thema: (Rückblick auf) Kock am Brinks Liebe zum Ex-Mann von Sabine Christiansen, Medienrummel
- 8) **Zeitung:** Bild, Ausgabe 292/2002, S. 4-5
Interviewte: Thomas und Rutila Gottschalk, * 1950, renommierter Entertainer, hier zusammen mit seiner Mutter Rutila
Interviewer: ?
Redaktioneller Kontext: Überschrift „Die erste Liebe von Thomas war eine schöne Inderin“
Interviewort: ?
Thema: Kindheit und Jugend von Thomas Gottschalk
- 9) **Zeitung:** Die Zeit, Ausgabe 27/2002, S. 39
Interviewte: Fritzi Haberlandt, * 1975, hochgelobte Jungschauspielerin (vorwiegend Theater)
Interviewer: Gerhard Jörder
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Feuilleton“, Überschrift „Und nebenbei ein Leben führen“
Interviewort: ?
Thema: bisherige Theaterkarriere und die Erfahrung mit Regisseuren und Publikum
- 10) **Zeitschrift:** Der Spiegel, Ausgabe 34/2002, S. 96
Interviewer: Jürgen Fliege, * 1947, Fernsehpastor und -moderator der Talkshow „Fliege“
Interviewer: ?
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Medien“, Überschrift „Wahrheit, Wahrheit, Wahrheit“
Interviewort: ?
Thema: sinkende Zuschauerquoten seiner Sendung „Fliege“
- 11) **Zeitschrift:** Der Spiegel, Ausgabe 24/2002, S. 137
Interviewer: Oliver Geißel, * 1969, Moderator von Fernsehshows
Interviewer: ?
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Medien“, Überschrift „Da blutet das Herz“
Interviewort: ?
Thema: Zukunftspläne beim Fernsehen
- 12) **Zeitschrift:** Der Spiegel, Ausgabe 41/2002, S. 90-93
Interviewer: Thomas Gottschalk, s. Interview 8
Interviewer: Martin Wolf und Susanne Beyer
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Medien“, Spiegel-Gespräch, Überschrift „Vergesst die Quoten“
Interviewort: möglicherweise Hotelzimmer (Bild der Interviewsituation vorhanden)
Thema: deutsche Fernsehlandschaft, persönliche Ziele, Leben in den USA
- 13) **Zeitschrift:** Der Spiegel, Ausgabe 6/2001, S. 87-98
Interviewer: Boris Becker, * 1967, ehemaliger deutscher Tennisprofi
Interviewer: Heiner Schimmöller, Stefan Aust, Klaus Brinkbäumer
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Titel“, Überschrift „Ich bin ein Spieler“
Interviewort: Restaurant Käfer, München
Thema: Trennung von seiner Frau, Beckers Affäre und uneheliches Kind, sein Leben nach der Zeit als Tennisprofi

- 14) Zeitschrift:** Der Spiegel, Ausgabe 44/2002, S. 212-216
Interviewer: Marius Müller-Westernhagen, * 1948, langjähriger Interpret deutscher Rockmusik
Interviewer: Wolfgang Höbel und Christoph Dallach
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Kultur“, Spiegel-Gespräch, Überschrift „Ich musste mich neu erfinden“
Interviewort: Westernhagens Haus in Hamburg
Thema: seine neue CD, sein Leben und Image als Rock Star
- 15) Zeitschrift:** Der Spiegel, Ausgabe 50/2002, S. 104-108
Interviewer: Harald Schmidt, * 1957, Theaterschauspieler und Begründer der Late Night Show „Harald-Schmidt-Show“
Interviewer: Nikolaus von Festenberg und Martin Wolf
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Medien“, Spiegel-Gespräch, Überschrift „Mutter warf mit dem Filzschuh“
Interviewort: ?
Thema: Schmidts Fernseherfahrungen und -erlebnisse
- 16) Zeitschrift:** Der Spiegel, Ausgabe 38/2002, S. 196-199
Interviewte: Franka Potente, * 1974, Theater- und Kinoschauspielerin, bekannt u. a. durch den internationalen Kinoerfolg „Lola rennt“
Interviewer: Lars-Olav Beier
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Kultur“, Überschrift „Ich gehe den direkten Weg“
Interviewort: ?
Thema: Potentes erster Hollywood Film und die Konsequenzen der internationalen Beachtung
- 17) Zeitschrift:** Focus, Ausgabe 39/2002, S. 166-167
Interviewte: Franka Potente, s. Interview 16
Interviewer: Holger Hoetzel
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Entertainment“, Überschrift „Kohlehydrate und Kommunismus“
Interviewort: ?
Thema: Dreharbeiten und Eindrücke rund um Pontentes ersten Hollywood Film, ihre neue Liebe
- 18) Zeitschrift:** Focus, Ausgabe 23/2002, S. 198
Interviewer: Reinhold Beckmann, * 1956, Moderator der Sendung „Beckmann“
Interviewer: Stefan Ruzas
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Medien“, Überschrift „Er öffnet eine Schleuse“
Interviewort: ?
Thema: die Interviewführung in seiner Sendung, das Interview mit dem Politiker Jürgen W. Möllemann
- 19) Zeitschrift:** Focus, Ausgabe 22/2002, S. 190-192
Interviewte: No Angels, Teenieband, gecasted durch die Sendung „Popstars“ auf RTL 2 (2001), besteht aus Jessica, Vanessa, Sandy, Lucy und Nadja
Interviewerin: Hanka Forchner
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Entertainment“, Überschrift „Mit Engelszungen“
Interviewort: ?
Thema: Resümee eines Jahres als Erfolgsband, persönliche Veränderungen
- 20) Zeitschrift:** Stern, Ausgabe 48/2001, S. 312-325
Interviewer: Boris Becker, s. Interview 13
Interviewer: Ulrike von Bülow und Thomas Osterkorn
Redaktioneller Kontext: Titelstory, Überschrift „Ich habe wieder Boden unter den Füßen“
Interviewort: Blakes Hotel in Knightsbridge
Thema: Eindrücke und Begebenheiten ein Jahr nach der Trennung von seiner Ehefrau
- 21) Zeitschrift:** Stern, Ausgabe 33/2002, S. 26-27
Interviewte: Patrice Faramé, * 1974, Ex-Freundin von Boris Becker
Interviewerin: Ulrike von Bülow
Redaktioneller Kontext: Überschrift „Es war vor allem ein bisschen peinlich“
Interviewort: ?
Thema: über ihre kurzzeitige Liaison mit Boris und Becker und das Leben an seiner Seite

- 22) Zeitschrift:** Stern, Ausgabe 36/2002, S. 174-183
Interviewer: Herbert Grönemeyer, * 1956, langjähriger deutscher Musiker
Interviewer: Sven Michaelsen und Hannes Ross
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Kultur“, Überschrift „Man ist Mensch und macht vieles falsch“
Interviewort: ?
Thema: die neue CD, der Tod seiner Ehefrau und das Leben danach, seine Kinder
- 23) Zeitschrift:** Stern, Ausgabe 39/2002, S. 200-206
Interviewer: Rolf Zacher, * 1941, Schauspieler
Interviewer: Sven Michaelsen und Robert Fischer
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Kultur“, Überschrift „Ich bin vom Trieb besessen“
Interviewort: ?
Thema: Zachers Drogenvergangenheit und die Schauspielerei, sein Liebesleben, seine Tochter
- 24) Zeitschrift:** Stern, Ausgabe 42/2001, S. 214-217
Interviewte: Veronica Ferres, * 1965, Schauspielerin
Interviewer: Siegfried Schober
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Leute“, Überschrift „Jetzt bin ich reif“
Interviewort: ?
Thema: die Geburt ihrer Tochter, ihre neue und alte Liebe, künftige Projekte
- 25) Zeitschrift:** Stern, Ausgabe 47/2001, S. 276-284
Interviewer: Harald Schmidt, s. Interview 15
Interviewer: Sven Michaelsen und Jochen Siemens
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Leute“, Überschrift „Ohne die Show würde ich saufen“
Interviewort: ?
Thema: Schmidts Kindheit und Jugend, sein Privatleben
- 26) Zeitschrift:** Stern, Ausgabe 40/2001, S. 178-181
Interviewte: Ulla Kock am Brink, s. Interview 7
Interviewerin: Ulrike von Bülow
Redaktioneller Kontext: Rubrik „Leute“, Überschrift „Das ist unsäglich peinlich“
Interviewort: ?
Thema: die Liebe zum Ex-Mann von TV-Kollegin Sabine Christiansen, ihr Image in der Boulevardpresse

3.3 Die Textproduzenten und ihr Einflussbereich

3.3.1 Die Medien „Zeitung“ und „Zeitschrift“

Es mag auf den ersten Blick verwunderlich erscheinen, erst nach der Erörterung der Realisationsweise einer Textsorte innerhalb eines bestimmten Mediensystems das Medium selbst vorzustellen. Dies hat seinen Grund darin, dass die Medien selbst zu den Textgestaltern gezählt, somit in ihrer textkonstituierenden Funktion analysiert werden sollen.

Die vermutlich erste Zeitung erschien im Herbst 1605¹⁸ mit dem Titel „Relation: aller Fürnemen von gedenckwürdigen Historien“ in Straßburg. Im selben Jahr wurde in Wolfenbüttel die gedruckte Wochenzeitung *Aviso* veröffentlicht. Die durchschnittliche Auflagenhöhe im 17. Jh. lag bei etwa 300 Exemplaren. Interessant sind die Gründungsdaten

¹⁸ Die Jahreszahl scheint umstritten und variiert je nach Quelle: „Metzler Lexikon Medientheorie“ enthält die Jahreszahl 1605 (2002, 365). Ludes (1998) nennt das Jahr 1609.

der heute noch erhältlichen überregionalen Zeitungen Deutschlands. Am 01.08.1945 kam die erste Ausgabe der *Frankfurter Rundschau* heraus, gefolgt von der *Süddeutschen Zeitung* (SZ) am 6. Oktober desselben Jahres. Anfang 1946 erschien die erste Ausgabe der Wochenzeitung *Die Zeit*. Unter den Zeitschriften ist *Der Spiegel* zu erwähnen, der erstmals am 04.01.1947 veröffentlicht wurde. Die erste Ausgabe der Boulevardzeitung *Bild* erschien unter dem Titel „10-Pf-Bild“ im Juni 1952.¹⁹

Das Medium „Zeitung“ manifestiert sich in Form schriftlicher Texte auf Papier. Charakteristisch für Zeitungen ist in erster Linie die Grundeigenschaft aller Massenmedien, nämlich einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu sein. Je nachdem, ob es sich um eine überregionale oder lokale Zeitung handelt, ist deren Einzugsgebiet größer oder kleiner. Je nachdem, ob die Publikation einen speziellen Leserkreis – etwa ein Fachpublikum, eine bestimmte Altersgruppe oder Bildungsschicht – anspricht, ist die Verbreitung höher oder niedriger.

Zeitungen sind Medien mit vorwiegend aktuellen Inhalten. Sie erscheinen regelmäßig und erfüllen somit das Kriterium der Periodizität, was die Bezeichnungen „Tages-“ „Wochen-“ oder „Sonntagszeitung“ zum Ausdruck bringen. Ein weiteres Charakteristikum von Zeitungen ist ihre inhaltliche Vielfalt. Diese Universalität drückt sich in den Ressortbezeichnungen aus, die je nach Zeitung differieren können, unter ihnen *Innenpolitik*, *Außenpolitik*, *Feuilleton*, *Sport* u.v.a.

Nach den Unterscheidungskriterien bei Faulstich (2000, 21) gehört die Zeitung zu den sekundären Medien, da sie zwar bei der Produktion auf technische Hilfsmittel angewiesen ist, jedoch ohne weitere Mittel, unabhängig von Ort und Zeit, rezipiert werden kann.²⁰

Zeitungen und Zeitschriften unterscheiden sich grundsätzlich im Format: Während Zeitungen auf große Papierbögen gedruckt werden, werden Zeitschriften meist im A4-Format geheftet. Zeitschriften bestehen häufig aus hochwertigerem Papier, weisen oft mehr und vor allem mehr farbiges Bildmaterial auf und werden daher auch als „Illustrierte“ bezeichnet. Diese Unterscheidung verwischt allerdings zusehends, seit Ende des 20. Jahrhunderts Zeitungen ebenfalls immer häufiger Farbfotos und generell mehr Bildmaterial verwenden. (vgl. SZ und FAZ). Zeitschriften können ebenso wie Zeitungen in unterschiedlichste Themengebiete aufgeteilt sein (vgl. *Der Spiegel* oder *Stern*), sich jedoch auch auf ein Themengebiet spezialisiert haben, wie beispielsweise Mode-, Fernseh- oder Fachzeitschriften. Zusätzlich zum Merkmal der Universalität weist Winter (2000b, 413) auf das Unterscheidungskriterium „Aktualität“ hin, das aber nur teilweise zur Abgrenzung dienlich ist. Sicher beschäftigen sich Zeitschriften in der Regel weniger mit tagesaktuellen Themen, doch auch im Modesektor will der Rezipient aktuelle Trends zu Gesicht bekommen, und eine Fernsehzeitschrift wird mit dem letztjährigen Fernsehprogramm wenig Kunden locken. Unstrittig ist hingegen, dass das Kriterium der Aktualität bei Zeitschriften mehr in den Hintergrund rückt und die längeren Zeitabstände zwischen dem Erscheinen (meist wöchentlich, vierzehntägig oder monatlich) gerade tagesaktuellen Themen

¹⁹ Die Daten stammen vorwiegend aus Chill/Meyn (1996), Ludes (1998) und Faulstich (2000).

²⁰ Was die Glaubwürdigkeit von Zeitungen anbelangt s. Schaffrath (2000, 450), einen Vergleich zu anderen Medien stellen Blum/Bucher (1998, 21) an.

keinen großen Raum lassen. Fraglich ist überdies, inwieweit *Spiegel*, *Stern* und *Focus* als „Zeitschriften“ zu bezeichnen sind, oder nicht vielmehr aus dem weiten Feld der Zeitschriftenliteratur gehoben werden müssen, indem man sie als (Nachrichten-) „Magazine“ bezeichnet. Problematisch bei der Aufnahme des Mediums in die Liste der Textproduzenten ist der Umstand, dass das Medium hauptsächlich Bedingungen für die anderen am Text Beteiligten vorgibt, selbst aber kein gleichwertiger Handelnder ist.²¹ Zudem übt nicht nur das Medium Einfluss auf den individuellen Text aus, sondern die Textsorte „Interview“ ist in Zeitungen und Zeitschriften an bestimmte Normen und Regeln gebunden, der Leser besitzt ein Textsortenwissen: Er erwartet bei der Ankündigung „Interview“ beispielsweise einen Text in Dialogform. Obwohl die Bereiche ineinander verwoben sind, erscheint es am sinnvollsten, die prinzipiellen Möglichkeiten und Einschränkungen der Interviewtexte den Medien selbst zuzuordnen, die individuellen Gestaltungsmaßnahmen hingegen auf die weiteren Beteiligten zu verteilen.

3.3.1.1 Schriftlichkeit und die Verschriftlichung von Mündlichem

Zeitungen und Zeitschriften sind die einzigen hier untersuchten Medien, in denen die Interviews ursprünglich mündlich Geäußertes schriftlich ausdrücken. Es findet eine Transformation von Mündlichem statt. Die Verschriftlichung erfolgt nicht nach dem Kriterium der Authentizität, sondern nach Kriterien der Lesbarkeit. Man kann von einer Textnorm sprechen, die für die Textsorte „Presseinterview“ gilt und nach der Mündliches verschriftlicht wird.²²

Die Lautebene fällt bei der Verschriftlichung von Interviews fast völlig weg. Mitunter können einzelne prosodische Elemente verschriftlicht in Texten vorkommen, was jedoch dann Sache des Herausgebers ist und im jeweiligen Kapitel analysiert werden soll. Durch das Fehlen der lautlichen Ebene können beispielsweise durch Stimmfärbung ausgedrückte Ironie, Hohn oder Zweifel nicht mehr verständlich gemacht werden. So kann der Leser nicht wissen, ob die Frage des *Spiegels* an Boris Becker: „Was sagt Ihnen das Wort *Samenraub*?“ schadenfroh oder sachlich neutral formuliert wurde. Er kann nur daraus, dass die Frage thematisch sehr heikel ist, schließen, dass *Der Spiegel* eine Provokation intendiert.

Doch nicht nur die fehlende Übertragung lautlicher Merkmale macht die Interpretation von Äußerungen kompliziert, auch das Fehlen von Informationen über nonverbale Verhaltensweisen – Blickkontakt, Berührungen, Körperhaltung u.v.a. – reduziert die Aussagen auf ihren schriftlichen Gehalt und erschwert deren Interpretation. Es wäre interessant zu wissen, ob Becker seine Entgegnung auf die oben zitierte Frage, die er lässig unberührt formuliert und in der er sein Desinteresse durch örtliche und zeitliche Unkenntnis („neulich“, „irgendwo“) ausdrückt, mit der entsprechenden Unberührtheit intoniert und körperlich zum Ausdruck bringt.

²¹ Näheres hierzu im Kapitel 2.2.3

²² Schäfer (2003) vergleicht in ihrer Arbeit „Redaktionelle Formulierungsveränderungen von Presseinterviews“ die publizierte Fassung von Presseinterviews mit den Tonbandaufnahmen. Interessant ist dahingehend auch Fräbels Aufsatz „Sprachliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen gesendeten und gedruckten Interviews“ (1988).

Vielleicht ist ihm auch eine gewisse innere Unruhe anzumerken, wenn er erwidert: „Das habe ich neulich irgendwo gelesen – mit den unterschiedlichsten Versionen.“ (*Der Spiegel*).

Anstelle von Pausen und intonatorischen Merkmalen enthalten schriftliche Texte Satzzeichen, um die Prosodie und abgeschlossene Redeeinheiten zumindest zu markieren. Nicht nur modale Elemente, die durch Prosodie ausgedrückt werden, fallen weg, sondern auch die Stimmqualität der Sprecher, Akzente und Dialektfärbungen, stotterndes, heiseres, langsames oder lachendes Sprechen, End- und Nebensilbenabschwächung kommen bei der Verschriftlichung nur selten zum Ausdruck.²³ Die Kennzeichen spontaner Rede wie Versprecher, Wiederholungen, Wort- und Satzabbrüche lassen sich in Presseinterviews in der Regel nicht finden. Die Verschriftlichung hält sich an die Normen geschriebener Standardsprache.

3.3.1.2 Die Grenzen des Raums

Interviews sind räumlich begrenzt. Es fällt auf, dass sich der Interviewtext in allen Zeitungen und Zeitschriften nach dem Raum richtet. Beispielsweise konnte kein Interview gefunden werden, das nur zwei Äußerungen auf einer Folgeseite aufweist und dann beendet wird. Interviews, zumindest deren Großform, werden räumlich so an das Presseformat angepasst, dass sie in der Regel links oben auf einer Seite beginnen und rechts unten enden. Bei Zeitschriften, die viele Illustrationen abdrucken, kann dies durch Vergrößern oder Verkleinern von Fotos erreicht werden, sodass der Text genau auf die Seiten passt. Auch Werbung im Halb- oder Viertelseitenformat kann Seiten auffüllen. Natürlich bestimmt nicht nur die Grenze des Raums die Länge des Interviews, sondern ausschlaggebend ist die Relevanz des Themas. Überdies spielt eine Rolle, wie lange der Interviewpartner für ein Gespräch zur Verfügung steht. Im 14-Seiten-Interview mit Becker (*Stern*) füllt hingegen nicht das verschriftlichte Interview in erster Linie die Seiten, sondern ganzseitige oder zumindest großformatige Fotos und Werbung.

Gerade im Vergleich zum Chatinterview sind die räumlichen Schranken der Presseinterviews besonders hervorzuheben, da das Internet prinzipiell beliebig viel Raum zur Verfügung stellt. Allein der Wille des Interviewten und die Grenzen der Zumutbarkeit des Rezipienten geben Schranken vor. Rundfunksendungen bewegen sich im Vergleich dazu in zeitlichen Rahmen.

3.3.1.3 Kontext und Kotext

Die Primärsituation des Interviews ist für den Leser weitgehend unbekannt. Während er im Fernsehen die Interviewsituation auch visuell verfolgen kann und zumindest eine grobe Vorstellung von der Primärsituation bekommt, besonders was den Ort des Interviews angeht, kann er bei Presseinterviews häufig nicht einmal feststellen, ob sich die Gesprächspartner *face-to-face*, also persönlich, begegnet sind oder per Telefon kommuniziert haben. Schriftliche Texte sind generell weitgehend „situationsabstrakt“.

²³ Es liegt in der Hand der Medienmacher, diese Phänomene zu paraphrasieren. Vgl. hierzu Kapitel 3.3.2.6

Interessant ist, dass alle Interviews, unabhängig von Publikationsorgan und Umfang, ein Foto des Interviewten enthalten, damit er identifizierbar ist. Insbesondere bei Schauspielern mag es häufig vorkommen, dass deren Gesicht mit einer bestimmten Figur in einer Sendung in Verbindung gebracht werden kann, der Name des Künstlers aber unbekannt ist.

Die Art und Weise der Einbettung eines Textes in einen Kontext ist Sache der Medienmacher. Der Situationsbezug kann zeitlich in Form von temporalen Angaben und der Erwähnung von festen Ereignissen geschehen, wie im folgenden Beispiel:

„Herr Becker, in den vergangenen Wochen haben drei große Themen die Nation bewegt: Rinderwahnsinn, die möglicherweise gewalttätige Vergangenheit des Vizekanzlers und das Ehe- und Sexleben von Boris Becker.“ (*Der Spiegel*)

Außerdem können Fotos der Gesprächssituation einen räumlichen Kontext schaffen und als Authentizitätsbeweis eingesetzt werden. Schwierig ist beispielsweise eine räumliche Einordnung des Harald-Schmidt-Interviews (*Stern*), von dem zwar aktuelle Fotos vorliegen, die der Fotograf Albrecht Fuchs aufgenommen hat, jedoch keine, die die Interviewsituation darstellen. Der Text selbst liefert einen groben zeitlichen Kontext, wenn das Interview in Zusammenhang mit Schmidts 1000. Sendung gebracht wird.

Der Situationskontext fällt im Presseinterview demnach entweder weg oder wird durch die Medienmacher gezielt eingefügt. Seltenheitswert haben Intervieweinleitungen, die kurz die Interviewsituation umreißen, bevor mit dem eigentlichen Gespräch begonnen wird, wie im *Stern*-Interview mit Ferres:

„Sie kommt ein wenig zu spät. ‚Das Stillen hat länger gedauert‘, entschuldigt sich Veronica Ferres. Erstaunlich schlank ist sie wieder, vier Monate nach der Geburt ihrer Tochter, voller Energie. ‚Wir haben Zeit bis um sechs.‘ Der nächste Stilltermin steht an.“ (*Stern*)

Besondere Erwähnung in Hinblick auf die Kontextualisierung verdient das Interview mit Vicco von Bülow, bekannter unter dem Namen „Loriot“, der im *SZ-Magazin* sein angeblich letztes Interview gegeben hat. Das Interview bildet die Titelstory und den ersten Beitrag des Heftes. Angekündigt wird das Gespräch bereits im Inhaltsverzeichnis, unterhalb dessen sich die kleine Rubrik „Diese Woche mit“ befindet. Hier ist ein Foto von der Gesprächssituation – von Bülow mit den Interviewern Franziska Sperr und Jan Weiler – abgebildet, überdies sind nähere Umstände über das Zustandekommen des Interviews erwähnt:

„Eigentlich wollte Vicco von Bülow, 78 (Bildmitte), gar kein Interview mehr geben. Ein halbes Jahr dauerte es, bis die Autorin Franziska Sperr, 53, und der Redakteur Jan Weiler, 34, ihn für ein großes Gespräch gewinnen konnten. Dafür stellte von Bülow eine Bedingung: Das zweitägige Interview sollte auf Schloss Elmau bei Garmisch-Partenkirchen stattfinden, einem Ort, der ihn inspiriert: Loriot hat dort all seine Sketche und Filme geschrieben.“ (*SZ-Magazin* 25, 3)

In diesem Interview steht somit nicht die Aktualität der Thematik im Vordergrund, sondern das Zustandekommen des Gesprächs selbst. Ein räumlicher Kontext wird durch den Verweis auf Schloss Elmau geliefert, die Zeitspanne wird mit zwei Tagen angegeben. Wann das Interview stattfand, bleibt unerwähnt. Natürlich liegt die Art der Kontextualisierung wiederum in der Hand der Medienmacher, die Darstellung der Beispiele liefert aber gleichzeitig einen Überblick über die Kontextualisierungsmöglichkeiten des Mediums „Presse“ in Form von schriftlichen Paraphrasen oder Fotos.

Interviews in Zeitungen und Zeitschriften haben, wie oben erwähnt, innerhalb der Publikation einen gewissen Raum. Umgeben werden sie von anderen Artikeln, das Inhaltsverzeichnis nennt ihre Position innerhalb der Zeitung oder Zeitschrift; insofern besitzt jedes Interview einen internen, sprachlichen Kontext. Nimmt man einmal mehr das *Spiegel*-Gespräch mit Boris Becker als Beispiel, so wird auf das Interview bereits auf der Titelseite durch ein Porträt Beckers und die Ankündigung: „*Spiegel*-Gespräch mit Boris Becker: ‚Ich‘“, aufmerksam gemacht. Das Interview erscheint schließlich in der Rubrik „Titel“ des *Spiegels* und wird innerhalb dieses Ressorts durch den dreiseitigen Artikel „Die Träume anderer gelebt“ – einem Persönlichkeitsporträt Beckers – eingeleitet. Der „Textkosmos“ schließt demnach außertextliche situative Zusammenhänge ebenso wie die intertextliche und innertextliche Situierung des Textes innerhalb des Mediums mit ein. Der Interviewtext ist umgeben von anderen Texten und weist innerhalb des Einzeltextes ebenfalls sprachliche Bezüge auf. Insofern ist es sinnvoll, von Kotext und Kontext zu sprechen.

3.3.1.4 Linearität

Bei Fernsehsendungen nimmt der Zuschauer kontextuelle Informationen, wie das Fernsehstudio oder auch den Gehilfen, der dem Interviewten ein Glas Wasser bringt, als Randerscheinung wahr und rezipiert sie gewissermaßen automatisch. Derartige Informationen würden beim linearen Ablauf eines Zeitungsinterviews jedoch den Textfluss stören und werden deshalb ausgeblendet.

Da in Interviewtexten der Printmedien zwangsläufig ein räumliches Nacheinander der Äußerungen vorherrscht, kommen keine Überlappungen von Gesprächsbeiträgen vor. Interviewer und Interviewter äußern sich nie gleichzeitig, fallen sich nicht ins Wort. Die Gesprächssteuerung ist weitgehend ausgeblendet. Allein der Abbruch eines Gesprächsbeitrags wird in seltenen Fällen durch drei Punkte dokumentiert.

Außerdem müssen Gesprächsbeiträge der jeweiligen Beteiligten Interviewer und Interviewtem zuzuordnen sein. In Printmedien gibt es keine audiovisuellen Daten der Primärsituation für die Zuordnung der Beiträge zu den Personen. Während man im Fernsehen den jeweiligen Sprecher vor Augen hat, im Rundfunk anhand der Stimmqualität verschiedene Personen unterscheiden kann, muss der schriftliche Text selbst die Information über die beiden Interaktanten enthalten.

3.3.1.5 Die Grenzenlosigkeit der Rezeption

Die Rezeptionssituation der Medien Zeitung und Zeitschrift ist deshalb von Interesse, weil sie völlig beliebig ist. Der Leser wird die Publikation zwar in der Regel kurz nach Erscheinen rezipieren, prinzipiell kann er dies jedoch genauso gut Jahre später tun, er kann das Lesen (so oft er will) unterbrechen und Artikel wiederholt lesen, er kann die Seiten nur überfliegen oder Bruchstücke des Textes – beispielsweise Anfang und Ende – rezipieren. Um sich in einer Zeitung orientieren zu können, sind deshalb Seitenzahlen angebracht, Datumsangaben oder Heftnummern und Jahreszahlen enthalten. Auch dies gehört zum jeweiligen „Textkosmos“ hinzu. Eine beliebige Rezeption ermöglichen dem Adressaten auf den ersten Blick ebenso andere Medien, beim Beispiel des Rundfunks Aufnahmegeräte. Doch dies bedeutet, dass weitere Medien – in diesem Fall der Videorekorder/das Tonband – zwischengeschaltet sein müssen. Das Rundfunkprogramm selbst ist zeitlich fixiert.

3.3.2 Der Herausgeber/(Chef-) Redakteur

Da es sich bei dieser Arbeit in erster Linie um eine Textanalyse, nicht eine Analyse des Medienapparates handelt, scheint es gerechtfertigt, die einzelnen Organe innerhalb von Redaktionen in der Person des „Herausgebers“ zu zentrieren oder die allgemeine Bezeichnung „Medienmacher“ zu verwenden. Die Verschriftlichung von Interviewgesprächen nimmt in der Regel sicher nicht der Herausgeber vor, doch da der Text letztlich in voller Konsequenz seiner Verantwortung unterliegt, soll er hier generell die Position des Organisators und Bearbeiters einnehmen.

Die Einflussnahmen des Herausgebers sind vielfältig. Er richtet sich in der Präsentation des Textes nach marktstrategischen Aspekten. Es besteht ein kompliziertes Verhältnis, was den Einfluss des Herausgebers und den des Lesers auf den Text anbelangt. Zwar hat der Herausgeber die Möglichkeit der aktiven Textgestaltung, doch im Vordergrund seiner Überlegungen steht immer der Konsument, der Leser der Publikation. Diese Feststellung ist nicht presse-spezifisch, sondern trifft für die Medienmacher aller Medien zu. Die Veränderungen innerhalb der Printmedien in den letzten Jahren, auf die Bucher (1996, 31) hinweist, sind vielfältig und entspringen der Hand der Herausgeber.²⁴ Inwieweit Veränderungen dem Leser diktiert werden und inwieweit der Leser sie fordert, ist schwer zu differenzieren. Diese Problematik gleicht der Frage, wer eher existiert hat: Henne oder Ei?

²⁴ Vgl. Bucher (1996, 31): „Wer derzeit als Sprach- und Kommunikationswissenschaftler durch den deutschen Blätterwald streift, müßte eigentlich beeindruckt sein von dem dort herrschenden bunten Treiben. Nicht nur die *Woche*, die *Wochenpost*, *Focus*, und in seinem Sog auch der *Spiegel*, haben neue Elemente und Strategien der Informationspräsentation und der Wissensvermittlung entwickelt. Schon mit dem ersten Blick fällt auf: der verstärkter [sic!] Einsatz von Bildern, in Farbe und in größerem Format, Informationsgraphiken, die Sachverhalte visualisieren, Farbleitsysteme, die das Blatt ordnen, Logos, farbunterlegte Kästen, neue und größere Schrifttypen sowie großzügigere Formen des Seitenlayouts. Sogar die Tageszeitungen haben sich – nach 40 Jahren Stagnation – diesem Trend nicht verschließen können.“

3.3.2.1 Auswahl der Interviewpartner und der Veröffentlichungsumstände

Einen grundlegenden Einfluss übt der Herausgeber aller Medieninterviews darin aus, dass er entscheidet, welches Interview mit welcher Persönlichkeit von Interesse für die Publikation ist, was natürlich noch nicht heißt, dass der oder die „Auserwählte“ auch willig ist, sich zur Verfügung zu stellen. Der einstige Bundeskanzler Dr. Helmut Kohl verweigerte dem *Spiegel* während seiner Amtszeit jegliche Teilnahme an einem *Spiegel*-Gespräch, wohingegen er in seiner Position als Oppositionsführer der CDU ein bereitwilliger Interviewpartner des *Spiegels* war. Der Herausgeber wählt nicht nur interessante Gesprächspartner aus, sondern kann nach dem Interviewgeschehen noch bestimmen, ob er das Interview veröffentlichen will oder nicht. Wenn er der Meinung ist, das Gespräch sei zu langweilig, zu aufrührerisch oder aus anderen Gründen nicht ansprechend für die Leserschaft, so kann er auf die Veröffentlichung verzichten. Dies trifft ebenfalls für alle Medieninterviews zu, die nicht live gesendet werden. Bei *Spiegel*-Gesprächen ist überdies die Autorisierung der Textfassung durch den Interviewten obligatorisch. Nimmt der Interviewte zu starke Veränderungen am Text vor, kann dies ebenso ein Grund für den Herausgeber sein, den Text nicht zu publizieren. Dieter Wild, der im Auftrag des *Spiegels* zahlreiche *Spiegel*-Gespräche durchführte, wird in einem Interview gefragt, ob es bei ihm schon vorgekommen sei, dass Textabdrucke fast gescheitert seien:

„Oh ja. Ich erinnere mich an ein Gespräch mit dem französischen KP-Chef Georges Marchais, das wir fast nicht gedruckt hätten, weil Marchais mit einer verblüffenden Präzision jeden auch nur halbwegs interessanten Satz wieder wegstrichen und durch nichts sagende Floskeln ersetzt hatte.“ (Haller 2001, 387).

Auch wenn es wie eine Banalität klingt, darf nicht vergessen werden, dass momentan selbst die Rechtschreibnorm von Zeitung zu Zeitung variiert und Sache des Herausgebers ist. Während sich sämtliche Publikationen zusammen mit den deutschsprachigen Nachrichtenagenturen seit 01.08.1999 nach der „neuen Rechtschreibung“ richten, kehrte die *FAZ* im August 2000 wieder zur „alten Rechtschreibung“ zurück. *Die Zeit* wiederum ging zu den neuen Schreibweisen über, jedoch „nicht in Bausch und Bogen“²⁵, sondern behielt einige alte Regelungen bei. Zudem muss in Erwägung gezogen werden, dass der Medienmacher in der Presse der „Brötchengeber“ des Interviewers ist, ganz im Gegensatz zum Chatinterview.

3.3.2.2 Textumfang und Textposition

Zum Einflussbereich des Herausgebers zählt auch der Umfang des Interviews. Natürlich lässt sich aus einem zehnminütigen Telefonat kein *Spiegel*-Gespräch produzieren, das in der Regel zwischen 500 und 800 Zeilen umfasst (vgl. Haller 2001, 62). Insofern richtet sich die Textlänge grob nach der Länge des Interviewgesprächs. Das reine Wortprotokoll bei *Spiegel*-Gesprächen beinhaltet laut Haller allerdings oft weit mehr als 1200 Zeilen, was eine starke Kürzung

²⁵ www.zeit.de/zeitschreibung/kurz.html (Stand: 01/2003).

erforderlich macht. Es ist also Aufgabe des Herausgebers, aus dem zur Verfügung stehenden Wortmaterial die Essenz zu filtern, die dem Leser in Textform zuzumuten ist.

Wie bereits im Kapitel über das Medium „Zeitung“ erörtert, besitzen Interviews einen festen Ort in einer Umgebung von Kotexten. Sie erscheinen innerhalb einer bestimmten Rubrik und allein die Positionierung des Textes hat Aussagekraft. Wenn ein Interview als Ankündigung das Titelblatt ausfüllt, sagt diese Positionierung bereits, dass das Interview umfangreich ist.²⁶ Der Rezipient rechnet nicht mit einem Kurzinterview, sondern mit einem mehrseitigen Text.

Es lassen sich auch sonst grobe Richtlinien für die Länge der Interviews feststellen. So umfassen *Spiegel*-Gespräche immer vier Seiten oder mehr, das wöchentliche Interview auf der letzten Seite der Wochenendbeilage der *SZ* bemisst genau eine Seite, und dies sicher nicht, weil die Gesprächspartner genau „eine Seite lang reden“, sondern eine vom Herausgeber festgelegte Norm für die jeweiligen Textexemplare als Vorlage dient.

Die Interviewtexte sind nicht nur innerhalb ihres Ressorts von anderen Texten umgeben, sondern darüber hinaus durch eigenständige Werbetexte „unterbrochen“, die ich jedoch nicht gesondert in Augenschein nehmen will.

3.3.2.3 Sprachliche Paratexte

Der Ausdruck „Paratext“ stammt von Gérard Genette (1989, 7) und umfasst im Falle eines Buches alle Texte zwischen den Buchdeckeln, die den eigentlichen Fließtext²⁷ begleiten:

„Paratexte, damit sind alle jene Begleittexte gemeint, die einem literarischen Werk auf seinem Weg durch die Öffentlichkeit zur Seite gehen [...].“

Dies lässt sich ebenso auf Zeitungsartikel übertragen und meint dann sprachliche wie bildliche Paratexte, unter ihnen (Unter-) Überschriften, hervorgehobene Zitate, Lead, Informationskästen und Fotos.

Überschriften

Fängt man bei der Betrachtung der äußeren Form der Interviews an, lässt sich vorerst festhalten, dass alle Interviewtexte, wie bei Zeitungsartikeln üblich, mit einer Überschrift versehen sind. Diese befindet sich meist direkt über dem Fließtext. Allein der *Stern* beginnt seine Interview-Großform oft mit einem doppelseitigen Foto und bringt die Überschrift wahlweise neben oder im Bild selbst an.

Die Überschriften sind fast ausschließlich dem Text entnommene Redebruchstücke des Interviewten in Hauptsatzform, oft auch elliptisch, die als direkte Zitate gekennzeichnet sind. Eine konsequente Ausnahme bilden die Interviews, die wöchentlich auf der letzten Seite der

²⁶ Vgl. die Interviews mit Boris Becker (*Der Spiegel* und *Stern*) oder Vicco von Bülow (*SZ-Magazin*).

²⁷ Als „Textkörper“ oder „Fließtext“ will ich die publizierte Form des Dialoggeschehen bezeichnen, während von „Interviewtext“ die Rede sein soll, wenn der Gesamttext inklusive Werbung, Bilder – sämtliche Paratexte – gemeint ist.

Wochenendbeilage der *SZ* abgedruckt sind. Sie werden begrifflich in einem Schlagwort wie z.B. „Leidenschaft“ oder „Reisen“ gefasst.

Die Funktion der Überschrift ist es, Interesse für den Fließtext zu wecken. Blum und Bucher (1998, 30) nennen fünf Qualitätskriterien für Überschriften. Sie müssen informativ und verständlich sein, relevante Informationen enthalten, korrekt und wahrheitsgemäß sein und attraktiv formuliert sein. Ob dies für die Interviewüberschriften zutrifft, soll nun analysiert werden. Bei den Überschriften, die aus einem Zitat bestehen, zeigen sich einige klare Auswahl Tendenzen: Sie lassen Fragen beim Leser offen und wecken Interesse durch Aussparungen. So enthalten einige Überschriften deiktische Ausdrücke, die nicht entschlüsselbar sind, wenn man den Kontext der Äußerung nicht kennt, oder sie referieren auf Begebenheiten, die (noch) unbekannt sind für den Leser. Worauf der Moderator Oliver Geißel anspielt, wenn er mit den Worten „Da blutet das Herz“ (*Der Spiegel*) zitiert wird, kann nur durch Lesen des Interviews geklärt werden. Was die Ex-Freundin Boris Beckers, Patrice Faramah, mit den Worten: „Es war vor allem ein bisschen peinlich“, meint, kann nur errahnt werden.

Eine weitere Möglichkeit, die Neugier des Lesers zu wecken, besteht darin, dem Leser zu suggerieren, dass der Text Ungeahntes über die Persönlichkeit des Interviewten verrät. Häufig werden die Interviewten durch Textstellen zitiert, in denen sie in der ersten Person von sich reden: „Ich musste mich neu erfinden“ (Marius Müller-Westernhagen im *Spiegel*), „Ich habe wieder Boden unter den Füßen“ (Boris Becker in *Stern*) oder „Jetzt bin ich reif“ (Veronica Ferres in *Stern*). Da auch diese Äußerungen kontextfrei nicht zu verstehen sind, wird der Leser dazu animiert, sich den gesamten Text vorzunehmen.

Eine klare thematische Tendenz zeigt die Auswahl an *Stern*-Interviews, deren Überschriften nahezu immer eine Lebensbeichte oder zumindest Intimes der Persönlichkeit erwarten lassen: „Man ist Mensch und macht vieles falsch“ (Herbert Grönemeyer in *Stern*), „Ich bin vom Trieb besessen“ (Rolf Zacher in *Stern*), „Ohne die Show würde ich saufen“ (Harald Schmidt in *Stern*) oder „Das ist unsäglich peinlich“ (Ulla Kock am Brink in *Stern*). Ähnliches gilt für *Bild*: „Die erste Liebe von Thomas war eine schöne Inderin“ (Thomas Gottschalk in *Bild*), „Ich habe den Mann gefunden, den ich liebe“ (Ulla Kock am Brink in *Bild*).

Als dritte Möglichkeit, den Leser an den Fließtext zu binden, finden sich Überschriften, die Aphorismencharakter aufweisen und als eigenständige Äußerungen so interessant sind, dass der Leser willens ist, sich dem Text zuzuwenden. Beispiele hierfür: „Altern ist schon eine Zumutung“ (Vicco von Bülow im *SZ-Magazin*), „Und nebenbei ein Leben führen“ (Fritzi Haberlandt in *Die Zeit*) oder „Kohlehydrate und Kommunismus“ (Franka Potente in *Focus*).

Als zweiten Schritt der Untersuchung bietet sich an, die vermeintlichen Zitate in ihrer Einbettung in den Fließtext zu betrachten. Hierbei zeigt sich, dass in vielen Fällen Sätze oder Teilsätze direkt übernommen wurden, jedoch nach Kriterien der Überschriftgestaltung, nämlich kurz und prägnant zu sein, verändert wurden. Die Überschrift aus der *Zeit*: „Und nebenbei ein Leben führen“, die nicht als direktes Zitat gekennzeichnet ist, findet sich am Ende des Interviews wieder, wo Fritzi Haberlandt Vorzüge des Theaters nennt: „[...] und ich muss

nebenbei noch ein Leben leben.“ Die Redaktion hat eine Verkürzung vorgenommen und die Wortwiederholung eliminiert. Kürzungen dieser Art sind jedoch auch bei Überschriften, die in Anführungszeichen stehen, keine Seltenheit. In Fettdruck habe ich markiert, welcher Textteil für die Überschrift verwendet wurde: „Ich stehe für **Wahrheit, Wahrheit, Wahrheit.**“ (Jürgen Fliege im *Spiegel*), „**Da blutet das Herz** natürlich doppelt.“ (Oliver Geißel im *Spiegel*), „Ja jetzt schaffe ich das, **jetzt bin ich reif.**“ (Veronica Ferres in *Stern*).

Stärkere Texteingriffe weisen Zitate auf, die dem Wortlaut nach verändert wurden. Vermutlich um größere Aktualität und Gegenwärtigkeit auszudrücken, wird die Äußerung Boris Beckers „Ich war von Beruf Spieler“ in der Überschrift präsentisch ausgedrückt „Ich bin ein Spieler“ (*Der Spiegel*). Gleiches vollführen die Medienmacher mit Zachers Äußerung „Ich war schon immer vom Trieb besessen“ (*Stern*), was als Überschrift „Ich bin vom Trieb besessen“ lautet. Es erstaunt, dass mitunter ebenfalls rein inhaltliche Übernahmen als Zitate gekennzeichnet werden. Die Überschrift „Ich gehe den direkten Weg“ bezieht sich wohl auf die Äußerung Potentes „Es ist unglaublich schwer, sich bei einer Produktion dieser Größenordnung direkte Wege zu bahnen“ (*Der Spiegel*). Bei einer Interviewüberschrift in *Focus* stellt sich das Franka-Potente-Zitat: „Kohlehydrate & Kommunismus“ als inhaltliche Zusammenfassung einer Stelle im Fließtext heraus: „Die haben in Amerika so viel Angst vor Kohlehydraten wie vor Kommunismus“ (*Focus*).

Unterüberschriften

Die Unterüberschrift übernimmt eine inhaltliche und graphische Übergangsfunktion und leitet von der Hauptüberschrift zum Fließtext über. Sie enthält die Information, wer interviewt wurde, und benennt die wichtigsten inhaltlichen Aspekte des Interviews. Die Unterüberschriften gleichen sich syntaktisch häufig und sind in der Regel elliptisch in der Form „[Interviewter] über [Thema]“ realisiert: „ARD-Talker Reinhold Beckmann über die Strategie seines Gastes Jürgen W. Möllemann und darüber, warum seine Show zum Beichten einlädt.“ (*Focus*). Dass diese Unterüberschrift thematisch tatsächlich den Kern des Interviews trifft, ist nicht immer der Fall. So wehrt sich Beckmann im oben genannten Interview vehement dagegen, dass seine Gäste bei ihm „beichten“: „Wenn Sie mein Studio für einen Beichtstuhl halten, haben Sie offenbar noch nie gebeichtet.“

Die Länge der Unterüberschrift variiert je nach Ausweitung der einzelnen Satzglieder: „Die Schauspielerin Franka Potente, 28, über den nun in Deutschland anlaufenden Film ‚Die Bourne Identität‘, mit dem ihr der Durchbruch in den USA gelang.“ (*Der Spiegel*)

Eine Ausnahme bildet die Großform des *Stern*-Interviews, in dem die Unterüberschrift zu einer ausgeweiteten, etwa 40 bis 50 Wörter umfassenden thematischen Einführung ausgebaut ist und wohl eher als Mischform aus Unterüberschrift und „Lead“ bezeichnet werden sollte.

Hervorgehobene Zitate

Neben den Unterüberschriften finden sich weitere Elemente des Fließtextes, die graphisch hervorgehoben das Auge des Lesers ansprechen sollen. Hierunter fallen Zitate aus dem Text, die allerdings durch sämtliche Publikationen hindurch dem Wortlaut nach sehr frei verändert wurden. Eine Ausnahme ist *Bild*, wo die hervorgehobenen Zitate wörtlich dem Text entnommen sind. Was die graphische Realisierung derartiger Textbausteine betrifft, erweisen sich die Medienmacher des *Sterns* als besonders kreativ. Beim Interview mit Herbert Grönemeyer wurden Textzitate in größerer Schrifttype in Spaltendruck zwischen beliebige Äußerungen gesetzt, wobei der Kernaspekt des Zitates gesondert durch Schriftfarbe und Versalien hervorgehoben ist. Dasselbe Magazin wählt für das Interview mit Boris Becker ebenfalls Zitate aus dem Text aus, kombiniert diese aber nicht mit dem Fließtext, sondern setzt sie in ganzseitige Bilder Beckers ein. Das Format dieser „Textbausteine“ entspricht dem der Hauptüberschrift. Bei Rolf Zacher wiederum sind die Zitate in bescheidenerer Form unterhalb kleinerer Bildelemente angebracht, während sie bei Harald Schmidt über die Doppelseite hinweg in großer Schrifttype am oberen Bildrand angebracht sind. Neben der Hauptfunktion des Interesseweckens auf den Text dienen diese Textbausteine folglich in zweiter Linie als graphische Ausschmückung. Diese These wird auch durch das graphisch hervorgehobene Zitat Vicco von Bülow im *SZ-Magazin* untermauert, das sich auf der einzigen Interviewseite ohne Bildmaterial findet, sich optisch über drei Textspalten erstreckt und dadurch zusammengehörige Äußerungseinheiten durchtrennt. Eine weitere Bestätigung liefert das Interview mit Fritzi Haberlandt in der *Zeit*, wo die beiden größer gedruckten Zitate an inhaltlich beliebiger Stelle eingefügt sind.

Wie bereits erwähnt, gehen die Medienmacher sehr frei mit der Kürzung und Zusammenschumpfung von Textstellen um, wenn es darum geht, prägnante Textbausteine herzustellen. Eine inhaltliche Verfremdung vom Fließtext zum graphischen Textbaustein findet sich hingegen nur in den seltensten Fällen. Allein das *Spiegel*-Gespräch mit Boris Becker porträtiert den ehemaligen Tennis-Star durch den Einsatz von Fotos²⁸ und großformatigen Zitaten in fragwürdiger Art und Weise. Doch nicht die Art der Zusammensetzung der Textbausteine – die aus gutem Grund nicht mit Anführungszeichen versehen sind und somit wohl als Textexzerpte zu gelten haben – wirkt hier manipulativ, sondern die Auswahl der Textstellen. Oft

der Nerven. Wenn die mich selbst, hier, 20 Cent, da kommt dieser Christenmeier hinter Eltern daheim, ich wäre nicht so normal, weil ich fast nur gelächelt habe. Wie machen Sie, wenn Ihre Kinder in Schule sind? Ich kann mich nicht aus mein Platz und gehe ins Studio oder teilte mich 1 Freunden zum Kaffee trinken. Dann sp chow wir alle durch, wenn das Leben so Thesen mit sich bringt. Wenn die Ein nach Hause kommen, gucken wir, ob mag so wenn im Urta ist, und ich frage, was sie erleben wollen, was sie erleben. Da sie 13 und 15 sind, kriegen ich aber nicht mehr viel zu hören. Zweifel sechs und acht habe ich dann immer. Tief. Das kommt von meiner Zeit Theater. In diese Spalten ist man Schauspieler wie ein Tier, das seine Fü gien komplett rausziehen. Mein Tag, das dann meistens angriffe eine oder in Eine Kinder können nicht, Harburg, Be und London. Wie würden sie später bele fette und ich würde mich becken. Mi will aber in London bleiben, weil sie: Lieber dort hundert und schneller findet



Zitat aus dem Interview mit Herbert Grönemeyer (*Stern*):
„Trauer ist ein sicherer Raum“

²⁸ Auf die Wirkung von Fotos und den Zusammenhang von Text-Bild-Sequenzen soll in einem folgenden Kapitel eingegangen werden.

handelt es sich um Argumente, die natürlich außerhalb ihres Kontextes nicht als solche erkennbar sind. So will Becker mit der Äußerung: „Ich war immer allein. Das prägt, und das wird mich mein Leben lang prägen. Ich hasse nichts mehr, als in einer Herde mitzulaufen.“²⁹ kein Mitleid mit sich und seinem tristen Dasein erwecken. Der Fließtext zeigt, dass Becker diese Aussage als rechtfertigendes Argument gegen den Vorwurf anbringt, er handle sehr selbstbewusst. Ein weiteres Beispiel einer Äußerung, die im Zusammenhang des Textes ein Argument darstellt, als Textbaustein auf der nachfolgenden Seite aber nicht mehr als solches erkennbar ist, bildet das Zitat: „Mein früheres Leben war einfacher und strukturierter, weil man darin mit einem Ass alles erklären konnte“ (*Der Spiegel*). Die Äußerung scheint anzudeuten, dass Becker sich sein altes Leben zurückwünscht. Sieht man sich jedoch den Textzusammenhang an, bemerkt man, dass die Aussage als Argument dafür dient, weshalb er das frühere Tennisleben *manchmal* vermisst. Der Herausgeber kann durch eine solche Methodik durchaus die Rezeption steuern.

In den anderen Interviewtexten können die zitierten Textbausteine nach ähnlichen Kriterien wie die Hauptunterschriften untergliedert werden. Es finden sich Äußerungen, die wie Aphorismen wirken, andere scheinen das Innerste des Stars aufzudecken, während wieder andere mit der Ratlosigkeit des Lesers spielen und Deiktika verwenden, deren Bezug unklar ist.

Das Lead

Die Texte beginnen nach der Überschrift nicht zwangsläufig bereits mit dem Dialogtext, sondern mitunter folgt ein weiterer Paratext: das Lead. Eine derartige Passage findet sich im Interview mit Heiner Lauterbach in der *FAZ*. Der Abschnitt erläutert den Anlass des Interviews und führt dadurch in den Dialogtext ein. Auch die Interviews in der regionalen Tageszeitung *Mainpost* beinhalten einen „Vorspann“, der vor allem durch biografische Daten des Interviewten zum Fließtext überleitet.

Eine Art Mischform aus Lead und Unterüberschrift setzen die Herausgeber des *Sterns* bei Langinterviews ein. Hierbei handelt es sich um eine Textpassage, die meist unterhalb der Überschrift in großen Lettern abgedruckt ist, abgesetzt vom Fließtext. Was Länge und Inhalt angeht, sind diese Texte jedoch eher als Lead gekennzeichnet: Sie beinhalten meist einführende Worte zur Primärsituation, stellen Lebensabschnitte des Interviewten dar oder nehmen Schwerpunkte des Interviews vorweg.

Eine weitere Mischform findet sich bei den wöchentlichen Interviews der *SZ*. Hier setzt der Herausgeber einführende Textkästen, in denen vorwiegend Informationen zur Primärsituation gegeben werden, vom Fließtext ab und positioniert sie neben das Foto des Interviewten.

²⁹ Das vermeintliche Zitat ist eine Zusammenfassung von Teilen zweier Äußerungseinheiten (Interview mit Boris Becker im *Spiegel*).

Texte im Text: Informationskästen

Überdies besitzt der Medienmacher die Möglichkeit, den Leser mit Informationen zu versorgen, indem er separate Textkästen anlegt, die Wissenswertes über den Interviewten und dessen Tätigkeit enthalten. Schließlich wird niemand ein Interview lesen, wenn er den Interviewten nicht kennt. Bei diesen Informationskästen handelt es sich um abgeschlossene kohärente Texteinheiten, die aber ohne den dazugehörigen Interviewtext nicht veröffentlicht worden wären, somit gewissermaßen um eigenständige Texte im Text. Das Interview mit Beckmann (*Focus*) enthält Angaben zu dessen Lebensweg bei verschiedenen TV-Anstalten. Man erfährt, dass er seit 1999 die Sendung „Beckmann“ in der *ARD* mit einer durchschnittlichen Zuschauerzahl von 1,82 Millionen moderiert und vorher bei *SAT 1* in der Sport-Sendung „ran“ Moderator war. Auch beim Interview mit Franka Potente liefert *Focus* Zusatzinformationen. Die Textkästen gelten innerhalb dieses Korpus der Informationsvermittlung und fungieren nicht manipulierend.

Der Informationsfunktion zuzurechnen sind ebenfalls die Textkästen, die jeweils am Ende der Interviews in Spaltendruck abgedruckt sind, wenn es sich um Interviews der Beilage „Wochenende“ der *SZ* handelt. Da diese Informationstexte optisch so wenig herausgestellt sind und nur durch einen schmalen Trennbalken und Kursivschrift vom Dialogtext abgehoben sind, scheinen sie als Zusatzinformation für diejenigen gedacht zu sein, die das Interview bereits gelesen haben und deren Neugier auf die interviewte Person geweckt wurde.

3.3.2.4 Bildliche Paratexte

Die Verwendung von Bildern

Zum Gesamttext der Starinterviews gehören ebenfalls Bilder. Der Druck von Fotos ist erst seit Ende des 19. Jahrhunderts technisch möglich, durch die Erfindung des Vierfarbdrucks kann sogar farbiges Bildmaterial gedruckt werden (vgl. „Metzler Lexikon Medientheorie“ 2002, 365). Dass Bilder noch bis in die 90er Jahre des 20. Jahrhunderts gerade in Tageszeitungen rar waren, hatte nicht nur damit zu tun, dass sie einen hohen technischen Aufwand mit sich brachten und somit vergleichsweise teuer waren. Bilder galten und gelten teilweise noch heute als unseriöse Form der Mitteilung, wie Winfried Nöth (1997, 133) anmerkt:

„Pictures have for a long time served as scapegoats to those who foresee an apocalypse in the domain of media studies. The apocalyptic scenario of the power which pictures exert in manipulating and deceiving the masses appears as early as 1895 when Gustave Le Bon, in his *Psychology of the Masses*, describes the picture as a medium for manipulating the minds of the primitive ones.“

Die Verwendung von Bildern kann unterschiedlich motiviert sein, je nachdem, wie und wo sie eingesetzt werden. Erich Straßner (1997, 36) äußert sich dahin gehend:

„Während bis 1990 die Ansicht galt, daß in seriösen Zeitungen, anders als in Kioskblättern, das Bild nur der Illustration und inhaltlichen Ergänzung diene, weisen neuere Untersuchungen nach, daß der Leser stets über ein Bild in eine Seite einsteigt.“

Interessant ist der Platzaufwand für Bilder im Vergleich zum Textkörper. Auffällig ist, dass der *Stern* bei der Großform seiner Interviews auf ganzseitige (oder sogar doppelseitige) Fotos setzt. Jedes längere *Stern*-Interview beinhaltet mindestens ein Foto in Seitenformat, bei Grönemeyer sind es sogar drei. Dies hat zur Folge, dass das Verhältnis von Fotos und Fließtext etwa 1:1 ist und manchmal sogar mehr Bildmaterial als Text vorhanden ist (wie etwa bei Ferres und Kock am Brink in *Stern*). In der Zeitschrift *Focus* sticht ebenfalls ins Auge, dass die Bildquote vergleichsweise hoch ist, obwohl die Interviews selbst nicht sehr umfangreich sind.

Das Interview mit Lorient im *SZ-Magazin* enthält auf sieben Interviewseiten elf Fotos. Dies fällt aber bei einer Fließtextmenge von fünf Seiten und in der Mehrzahl kleinformatigen Fotos kaum ins Gewicht, so dass das Verhältnis von Text und Bild bei 5:2 liegt. Betrachtet man längere Interviews im *Spiegel*, konstatiert man meist, dass der Fließtext ungefähr den doppelten Umfang vom Bildmaterial aufweist. *Der Spiegel* arbeitet bei den Interviews dieser Analyse nicht mit Fotos im Ganzseiten-Format, sondern vorwiegend mit Bildmaterial, das eine halbe, eine dritte, eine vierte Seite einnimmt oder im Kleinformat abgedruckt ist.

In den Interviews im Wochenenteil der *SZ* stellt sich ein festgelegter, konsequent durchgehaltener Interviewaufbau dar, wobei der Bildanteil etwa ein Viertel des Gesamttextes beträgt und ausschließlich ein Bild verwendet wird. Ähnlich konzipiert ist das Interview in der *Zeit*, wobei dem Bild und vor allem der Bildunterschrift mehr Platz eingeräumt wird (1/3).

Der Inhalt und die Funktion von Bildern

Eberle untersucht die „Komplementarität von Text und Bild“ und äußert hierzu (Eberle 1990, 70f.):

„Die Verwendung von Abbildungen und Grafiken kann aus zwei Gründen heraus geschehen: Sie sollen *Information* übermitteln oder *Aufmerksamkeit, Interesse* und *Motivation* hervorrufen.“

Ob sich diese Bildfunktionen für die Starinterviews bestätigen lassen und ob sie die dort verwendeten Fotos erschöpfend kategorisieren, sollen nun die Texte selbst zeigen. Schon jetzt bleibt festzuhalten, dass die Bilder immer auch als Blickfang des Artikels fungieren, also immer der Aufmerksamkeitssteuerung dienlich sind (Eberle 1990, 71):

„Der Blick des Lesers fällt zuerst auf das Bild in einem Text, und durch eine geschickte und für den Leser interessante Bildgestaltung kann er zu einem Lesen des begleitenden Textes motiviert werden.“

Um weitere Bildfunktionen zu bestimmen, erscheint es mir vorerst sinnvoll, das gesamte Bildmaterial zu kategorisieren. Die Durchsicht ergibt folgende Bildtypen, denen unterschiedliche Funktionen zugeordnet werden können:

Bildtypen und Bildfunktionen im Presseinterview

	Bildtyp	Bildfunktion
1	Grafiken und andere Abbildungen	Information
2	Fotos, die auf den Fließtext Bezug nehmen	Information, Illustration
3	Porträtfotos des Interviewten a) Archiv-/Agenturbilder b) Fotos vom eigenen Fotografen	Identifikation des Interviewten, Imageerzeugung, Information Vorinformation zum Fließtext, inhaltlicher Einstieg, Imageerzeugung, Rezeptionsteuerung
4	Fotos aus dem Lebens-/Arbeitsbereich des Stars	Information, Imageerzeugung
5	Fotos der Gesprächssituation	Gesprächsbeweis

Klar der Informationsfunktion zuzuordnen ist die Grafik, die dem Interview mit Jürgen Fliege beigelegt ist. Statistiken, Grafiken, Tabellen und ähnliche Informationsbausteine sind in Starinterviews jedoch eine Seltenheit. Ebenfalls eindeutig informativ sind Abbildungen von Veröffentlichungen der Stars, egal ob CD-Cover (Grönemeyer), Bücher (Doris Dörrie) oder Fotos, die den Inhalt des Fließtextes illustrieren. Im *Stern* etwa wird Zachers frühere Lebensgefährtin abgebildet, als von ihr die Rede ist.

Doch worin liegt beispielsweise die Funktion des kleinformatischen Archivfotos, auf dem Jürgen Fliege abgebildet ist? Das Foto liefert die Information, wie der TV-Pastor aussieht, welche Person sich hinter dem Namen „Jürgen Fliege“ verbirgt. Diejenigen Leser, die den Namen keiner Person zuordnen können, erhalten durch das Bild ein Identifikationsangebot.

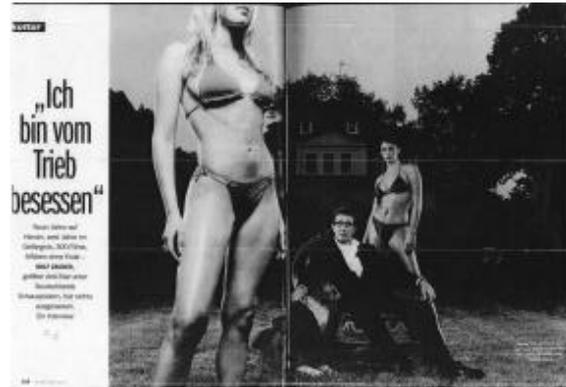
Der Einstieg in längere *Stern*-Interviews erfolgt oft durch doppelseitige oder ganzseitige Porträts der Persönlichkeit. Hierbei handelt es sich um Fotos, die von einem Fotografen eigens für das Interview angefertigt wurden. Bei einem Boris-Becker-Interview ist auszuschließen, dass das Foto der Identifikation dient. Er dürfte momentan zu den bekanntesten Personen Deutschlands zählen. In diesem Fall wird das Interesse des Lesers geweckt, und zwar durch die Art, wie er inszeniert ist. Das ganzseitige Foto ist auf einer *recto*-Seite angebracht, doch Becker richtet den Kopf nicht ins Zeitschrifteninnere, sondern schaut nach links aus dem Blatt heraus. Er wendet sich gewissermaßen nachdenklich blickend zurück, schaut in das Vergangene. Das Foto weckt nicht nur Interesse für den Fließtext, sondern liefert bereits Vorinformationen über den Inhalt: ein Resümee Beckers. Ähnliches stellt man fest, wenn man das Interview mit Ulla Kock am Brink (*Stern*) betrachtet. Dieses fängt ebenfalls mit einem ganzseitigen Foto an, auf dem sie im Brustporträt abgebildet ist. Kock am Brinks Gesicht ist schräg der Zeitschriftenmitte zugewandt, sie blickt teils verschüchtert, teils ehrfürchtig nach oben. Dass sie den Kopf in die Hand gestützt hat, macht nicht nur ihre Verunsicherung deutlich, sondern zeigt sie ratlos und nachdenklich. Es ist sicher kein Zufall, dass ein großer Ring am Ringfinger ihrer rechten Hand prangt, sondern eher als Anspielung auf ihren „Ehebruch“ zu deuten. Ihr Mund ist leicht geöffnet, als ob sie zum Reden ansetzte. Das Interview handelt von ihrem Verhältnis zum Noch-Ehemann der Fernsehmoderatorin Sabine Christiansen und dem dadurch entstandenen Medienrummel. Es lässt sich demnach festhalten, dass Fotos bereits Vorinformationen über den Fließtext enthalten können und dadurch auch inhaltlich als Einstieg in den Text fungieren.



Erste Seite des Interviews mit Ulla Kock am Brink (*Stern*)

Eine weitere Funktion von Porträtfotos kommt hinzu, betrachtet man das Interview mit dem Schauspieler Rolf Zacher (*Stern*), das ebenfalls mit einem großformatigen Foto beginnt. Zacher präsentiert sich im Garten einer Villa lässig in einem edlen Sessel lehnend, umgeben von zwei Bikinischönheiten, eine im Vordergrund, eine direkt hinter ihm. Er krault beiläufig einen großen Hund, der neben ihm liegt, und blickt direkt zum Leser. Die Identität der beiden jungen Damen ist nebensächlich, allein der Körper ist wichtig, was dadurch zum Ausdruck kommt, dass der vorderen Person der obere Teil des Kopfes fehlt. Durch dieses Bild findet

nicht nur eine Vorinformation, eine Identifikation des Interviewten und eine Einstimmung in den Textkörper statt, sondern es erfolgt eine Rezeptionssteuerung. Der Leser wendet sich dem Text bereits mit einer bestimmten Wertung der Persönlichkeit Zachers zu. Das Foto wirkt imageerzeugend oder -steuernd.



Die ersten Seiten des Interviews mit Rolf Zacher (*Stern*)

Eine Vielfalt an Bildfunktionen ist in den Fotos des *Spiegel*-Gesprächs mit Boris Becker

enthalten. Die Porträtfotos Beckers, die ihn in unterschiedlichen Gesprächsposen zeigen, dürften der Charakterdarstellung und Imagesteuerung dienlich sein. Der Rezipient ist daran interessiert, wie der Star Boris Becker in einem Gesprächsgeschehen außerhalb des Rundfunks agiert, wie er aussieht, wie er sich bewegt.³⁰

Eine weitere Kategorie von Archivfotos präsentiert Becker zusammen mit jeweils unterschiedlichen bekannten Persönlichkeit, die jedoch nicht in direktem inhaltlichen Zusammenhang mit dem Textkörper stehen, sondern Beckers Arbeits- bzw. Lebensbereich illustrieren. Bei dieser Art von Fotos bezweifle ich, dass es um Informationsvermittlung geht. Stattdessen soll Becker als Person dargestellt werden, die in allen Sparten mit den höchsten Persönlichkeiten in Kontakt steht: sei es auf kirchlicher Ebene mit dem Papst, auf politischer Ebene mit dem Bundeskanzler oder auf politisch-gesellschaftlicher Ebene mit Nelson Mandela. Becker trifft mit dem großen Sportidol Michael Schumacher ebenso wie mit dem Topmodel Claudia Schiffer zusammen. Er erhält so das Image einer internationalen Persönlichkeit höchsten Ranges. In Zeitungs- und Zeitschrifteninterviews werden demnach nicht nur Informationen, sondern auch Meinungen vermittelt. Es kann kein Zweifel bestehen, dass der Textestieg und die Textrezeption anders verlaufen würden, wenn die verschiedenen Bilder Becker als treusorgenden Familienvater darstellten. Der Herausgeber liefert überdies Informationen zur Persönlichkeit des Tennis-Stars, indem er auf einer Seite Archivbilder der Partnerinnen von Boris Becker zeigt, um dadurch ihn selbst zu charakterisieren.

Weitere Fotos, die der Charakterdarstellung des Interviewten dienen und gleichzeitig die Rezeption des Textes beeinflussen, finden sich beispielsweise im *Spiegel*-Gespräch mit Thomas Gottschalk, dem eine Luftaufnahme seines Anwesens in Malibu beigelegt ist. Zu Bildern aus den Lebensbereichen von Stars zählen Fotos von Filmaufnahmen, ebenso wie Bilder auf dem Tennisplatz (Boris Becker) oder am Set (Doris Dörrie). Die Funktion variiert zwischen reiner Informationsvermittlung und Imageerzeugung.

³⁰ Hiermit meine ich dasselbe Phänomen, das auch Martin Stegu bei Fotos von PolitikerInnen festhält: „Wir interessieren uns primär für Fotos von PolitikerInnen nicht, weil wir wissen und beurteilen wollen, wie die Fotos gestaltet worden sind, sondern weil wir – aus welchen Gründen auch immer – wissen wollen, wie die PolitikerInnen in Wirklichkeit aussehen.“ (Stegu 2000, 309).

Eine weitere Kategorie von Bildern findet sich generell bei *Spiegel*-Gesprächen. Ein Foto der Gesprächssituation zeigt den Interviewten und die Redakteure bei der Tonbandaufzeichnung des Gesprächs. In erster Linie dient dieser Gesprächsnachweis dazu, die Authentizität des Textes zu verstärken. Ich schließe mich hier der Ansicht Thomas Hartmanns an, der den Beweischarakter von Fotos hervorhebt (1995, 23):

„Fotos besitzen Beweischarakter, sie sind Zeugen, Dokumente. Zum einem weil sie dem Sehen ähnlich sind, weil sie einen Gegenstand so zeigen, wie man ihn hätte sehen können. Zum anderen, weil das Gezeigte so, wie es auf dem Foto dargestellt ist, existiert haben muß.“

Interessant ist nunmehr, ob sich eine Tendenz erkennen lässt, wie die Bilder in den unterschiedlichen Zeitungs- und Zeitschriftenpublikationen verwendet werden. Während sich die überregionale Tageszeitung *SZ* ebenso wie die Wochenzeitung *Die Zeit* vorwiegend auf ein einzelnes Porträtfoto beschränken, um den Interviewten darzustellen, finden sich in der regionalen Tageszeitung *Mainpost* neben dem Personenporträt Abbildungen von Büchern, Fotos aus dem Lebensbereich der Interviewten und Ausschnitte aus Filmen (Doris Dörrie). Eine inhaltlich rezeptionssteuernde Funktion ist jedoch nicht zu erkennen. Es wird bezweckt, das Augenmerk des Lesers auf das Interview zu lenken und ihn zu informieren. Die Magazine setzen weit mehr auf den Gebrauch von Fotos, allen voran *Focus*. Hierbei handelt es sich jedoch vorwiegend um Archivmaterial, das die Personen darstellt oder wiederum das Umfeld des Interviewten zeigt. Eine manipulative Wirkung kann nicht bemerkt werden. Innerhalb des *Spiegels* müssen die unterschiedlichen Interviewformen unterschieden werden. Das Kurzinterview enthält an erster Stelle ein Archivfoto des Interviewten, längere Interviews setzen auf Informationsvermittlung und stellen Filmausschnitte und Archivfotos des Interviewten zusammen. Das *Spiegel*-Gespräch hingegen setzt teilweise auf Porträtfotos eigener Fotografen (wie im Falle Becker) und beinhaltet immer Archivfotos zum Lebensbereich der Interviewten. Diese können durchaus mit dem Ziel zusammengestellt sein, inhaltlich zu beeinflussen, imageerzeugend zu sein. Wie bereits erwähnt gilt im *Spiegel*-Gespräch das Foto der Gesprächssituation (vgl. Haller 2000, 65) als obligatorisch. Es fehlt allein im *Spiegel*-Gespräch mit Harald Schmidt. In der Zeitschrift *Stern* beginnen die Interviews meist mit großformatigen Fotos, die sämtliche Bildfunktionen vereinen: Sie wecken die Aufmerksamkeit des Lesers, sie weisen oft bereits auf den Inhalt des Interviews hin oder beeinflussen durch die Art der Darstellung des Interviewten gar die Rezeption des Fließtextes. Derartige Personenporträts können sich über mehrere Seiten großformatig erstrecken. Ansonsten gilt ähnliches wie für den *Spiegel*. Allein Gesprächsfotos sind eine Seltenheit und innerhalb dieses Korpus nur beim Interview mit Boris Becker vorhanden.

3.3.2.5 Der Zusammenhang von Bild, Bildunterschrift und Fließtext

Bildunterschriften kann der Herausgeber, wie der Name sagt, unter dem Bild platzieren oder in das Bild einsetzen. Der Zusammenhang von Text und Bild variiert stark, je nach Umfang des Interviews und Zeitung. *SZ* und *Die Zeit* ergänzen bei der Langform des Interviews das Foto jeweils durch einen inhaltlich in das Interview einführenden narrativen Text von mehreren Zeilen, der Ähnlichkeiten mit einem „Lead“ aufweist. Hierbei werden situative und personelle Umstände genannt. *Die Mainpost* liefert ebenso wie *Focus* kurze Informationen über die abgebildete Person, sie nennt deren vollständigen Namen, Filmtitel u.Ä., nimmt also eine Beschreibung des Fotos zum Zwecke des Informierens vor.

Während bei kurzen Interviews im *Spiegel* die Bildunterschrift ebenfalls allein zur Benennung der abgebildeten Person verwendet wird, fällt bei längeren Interviews und *Spiegel*-Gesprächen auf, dass die Bildunterschriften keine wertfreie Information beinhalten. Zwar enthalten sie ebenfalls eine Beschreibung des Abgebildeten, ergänzen diese jedoch häufig durch Textzitate, die nicht der Information des Lesers dienen, sondern diesen vielmehr verwirren und neugierig machen. Betrachtet man die Bildunterschrift eines Fotos, auf dem Boris Becker Nelson Mandela ehrfürchtig die Hand schüttelt („Ich bin weg von der Droge Tennis“), beabsichtigt der Herausgeber an dieser Stelle sicherlich, den Leser in Ratlosigkeit zu versetzen und ihn dadurch zum Lesen des Textkörpers zu animieren. Der Bildinhalt und der Inhalt der Bildunterschrift klaffen auseinander, was einen komischen Effekt hat. Macht man sich innerhalb des Textkörpers auf die Suche nach dem vermeintlichen Becker-Zitat, bemerkt man erstens, dass sehr frei zitiert wurde und zweitens, dass von Nelson Mandela nirgends die Rede ist.



Besucher Becker (mit Nelson Mandela in Südafrika 1997): „Ich bin weg von der Droge Tennis“

Boris Becker im *Spiegel* (6/2001)

Beispiele dieser Art finden sich im *Spiegel* sehr viele. So bekommt auch die Bildunterschrift: „Vatikan-Besucher Becker (1986) ‚Gott und Teufel gewesen‘“ im selben Interview in Verbindung mit einem Foto von Becker und dem Papst eine humoristische Tendenz. Das Zitat befindet sich im Textkörper bereits eine Seite vor dem Foto und erläutert die unterschiedliche Wertschätzung, die Becker im Laufe der Jahre durch die Öffentlichkeit erfahren hat. Als letztes Beispiel aus dem *Spiegel* sei stellvertretend für viele weitere Interviews ein Bild Franka Potentes aus dem Film „Die Bourne Identität“ ausgewählt. Das Foto zeigt Potente mit ihrem Filmpartner Damon, wie sie sich tief in die Augen blicken. Die Unterschrift: „Damon, Potente in ‚Die Bourne Identität‘ ‚Das Chaos beim Dreh war enorm‘“ verspricht eine komplexe Beziehungsverwicklung zwischen den beiden Darstellern. Doch was hier als Zitat gekennzeichnet ist, findet sich im Fließtext nur umschrieben wieder. Potente negiert die Frage, ob die Filmarbeit in den USA professioneller ablaufe, mit den Worten: „Überhaupt nicht. Ich habe noch nie so etwas Chaotisches erlebt.“

Zusammenfassend lässt sich demnach sagen, dass der Herausgeber im *Spiegel* Bildunterschriften häufig als Zitate kennzeichnet, selbst wenn sie dem Fließtext nicht direkt entnommen sind. Der Zusammenhang von Bild und Bildunterschrift ist gewollt lose – und somit oft verwirrend – oder drängt dem Leser Assoziationen auf, die sich beim Lesen des Fließtextes als falsch erweisen.

Im Unterschied zum *Spiegel* zitiert der *Stern* meist wörtlich³¹ oder bleibt zumindest nah am Fließtext. Die Bildunterschriften beschreiben nicht nur das Abgebildete, sondern liefern inhaltliche Zusammenfassungen und somit Vorverweise auf den Fließtext. So wird das Foto einer vertrauten Plauderei zwischen Kock am Brink und Christiansen folgendermaßen kommentiert:

Von wegen Busenfreundin: Die vermeintliche Nähe von Christiansen und Kock am Brink beschränkte sich auf Plaudereien bei gesellschaftlichen Anlässen – wie hier Ende August bei der IFA-Eröffnung in Berlin. (*Stern*)

Diese Bildunterschrift nimmt die Antwort auf die Frage: „Sind Sie und Sabine Christiansen wirklich Busenfreundinnen gewesen?“ und die daran anschließenden Wortwechsel vorweg. Ähnliches findet sich auch bei der Bildunterschrift zu einem Foto von Veronica Ferres. Hier sind ebenfalls Vorinformationen zum Textkörper enthalten. Der Zusammenhang von Bild und Bildunterschrift ist jedoch nicht gewährleistet: „Gymnastik, Joggen, Reiten, Golf – Veronica Ferres tut alles, um die Form zu wahren.“ (*Stern*). Das Bild zeigt ein Porträt von ihr, das ihre körperliche Attraktivität, nicht ihre Sportlichkeit in den Vordergrund rückt. Was den Zusammenhang von Bildunterschrift und Fließtext angeht, scheint die Unterschrift anzudeuten, dass Ferres mit Ausdauer und Disziplin gegen unnötige Pfunde kämpft, während der Text selbst den Eindruck vermittelt, dass ihr Sport in erster Linie Spaß macht.

³¹ Es geht hier nur um den Zusammenhang von Bildunterschrift und Textkörper. Dass der Fließtext nicht wörtlich von den Beteiligten so geäußert wurde, sondern eine Umschrift stattgefunden hat, spielt keine Rolle.

3.3.2.6 Verschriftlichung gesprochensprachlicher Elemente

Eine der gravierendsten Einflussnahmen des Medienmachers besteht in der Verschriftlichung von ursprünglich mündlich Geäußertem.³² Hierbei fallen medienbedingt einzelne Aspekte weg, wie Körperbewegungen, Mimik u.v.a. Dennoch bleibt dem Herausgeber eine Bandbreite an graphischen Ausdrucksmöglichkeiten, um Mündlichkeit zumindest anzudeuten.

Vergleicht man die unterschiedlichen Publikationen, fällt auf, dass die Herausgeber sich bei Kurzinterviews eher an Normen der Schriftsprache halten als bei längeren Interviewtexten. In den Langformen scheint die Personendarstellung stärker im Vordergrund zu stehen, was auch ein höheres Maß an konzeptionell mündlichen Merkmalen erklärt: Die Stars sollen als Persönlichkeiten dargestellt werden, die nicht nur durch den Inhalt, sondern überdies durch den Ausdruck der Äußerungen greifbar werden. Besonders hervorzuheben sind in dieser Hinsicht die Interviews in der *SZ* und in der *Zeit*. Ziel der folgenden Abschnitte ist es, anhand einiger sprachlicher Merkmale mündlicher Äußerungen, die bei Schwitalla (1997) erläutert sind, zu untersuchen, in welchen Texten der Herausgeber im Schrifttext vermehrt Mündlichkeit vermittelt, wie und in welchem Ausmaß. Hierbei konzentriere ich mich auf Lexik, Lautebene, die Darstellung des Sprecherwechsel und die Verschriftlichung von Pausen.

Lexikalische Auffälligkeiten

Bei den lexikalischen Mitteln, die Mündlichkeit indizieren, fallen in erster Linie Modal- und Gradpartikeln auf. So bejaht Fritzi Haberlandt in der *Zeit* die Frage, ob sie Interviews möge, und fügt relativierend hinzu: „Ich kann **halt** immer nur **so** von mir erzählen“. Vicco von Bülow antwortet auf die Interviewer-Frage nach seinen Zeichnungen: „Wie viele waren das **wohl so** im Laufe der Jahre?“, mit „Keine Ahnung ... ja, vielleicht **so** 20 000.“

Durch die Übernahme lexikalischer Mittel, die gehäuft in mündlichen Texten auftreten, will der Herausgeber nicht nur den Gesprächscharakter des Textes hervorheben, sondern gleichzeitig auch die individuelle Redeweise des Stars verdeutlichen. Gerade umgangssprachliche Ausdrücke tragen dazu bei, ihn als Menschen „wie du und ich“ zu sehen. Dörrie redet von „buddeln“ und „gucken“ (*Mainpost*), Potente benutzt „labern“ und „kriegen“ (*Spiegel*), bezeichnet den Kopf als „Birne“ und als ihr Trainer vorbeikommt „steht er auf der Matte“ (*Focus*).

Um den rauen Charakter harter Männer zu offenbaren, werden Vulgärausdrücke verwendet. Es stellt sich die Frage, ob diese wirklich in einem solchen Ausmaß geäußert wurden oder vielmehr als Stilmittel eingesetzt werden. So spricht Hoenig in der *SZ* von „präpotentem Scheißdreck“ und will jemandem eins „in die Fresse hauen“. Boris Becker erklärt im *Spiegel*, warum seine geschiedene Frau keine „Front-Sau“ ist. Er bezeichnet seine Lage als „beschissen“ und fügt später hinzu: „Leute, ihr könnt mich mal alle richtig am Arsch lecken.“ Ebenfalls nicht getilgt oder absichtlich hinzugefügt sind der ausgeprägte Soziolekt des Drogenmilieus und die Vulgärausdrücke bei Rolf Zacher. Dieser genehmigt sich zusammen

³² Roland Fräbel (294, 1988) stellt in seinem Vergleich von Presseinterviews und deren Ursprungstext fest, dass 56,25 % der Sätze korrigiert wurden.

mit der „Speed-Nudel“ Geli „ne kleine Bahn“ Heroin („Turkey“), und die Wirkung beschreibt er mit den Worten: „ich hatte keine Ahnung, dass das Zeug dermaßen brutal zuhackt“. Zacher verwendet Wörter wie „abgefickt“ und umschreibt die Folgeerscheinungen des Drogenkonsums anschaulich: „Ich musste gleichzeitig kotzen, pissen und scheißen [...]“ (*Stern*)

Lexikalisch auffällig ist darüber hinaus, dass die Interviewtexte von *Zeit*, *SZ-Magazin* und *SZ* Interjektionen und Onomatopoetika beinhalten. Heinz Hoenig erzählt: „Wenn ich Bilder von früher anschau, sage ich ‘boah, warst du ein geiler Typ [...]’“, oder bemerkt „Dideldadeldudel. Es passierte. Peng.“ Unter den Interjektionen finden sich „Ach nee.“ bei Vicco von Bülow, „Ach, hundert Mal“, „Ach, ich hab jetzt keine Lust mehr [...]“ und „Obwohl ich hinterher immer denke, o Mann, was rede ich da eigentlich ... [...].“ bei Fritzi Haberlandt (*Die Zeit*).

Auffälligkeiten auf der Lautebene

Das Phänomen der Verschleifungen wie etwa Apokopen zeigt sich in fast allen Langtexten des Interviewkorpus. Auffällig ist die Häufung bei Schilderungen von Gesprächen, also Redeerwähnungen. Franka Potente beschreibt beispielsweise wie einer der Kollegen zu ihr sagte: „Ich hab gelesen, in Prag kriegt man nur Kartoffeln zu essen.“ (*Der Spiegel*). Beckers Äußerungen nähern sich ebenfalls der Mündlichkeit an, wenn er die Interaktion mit dem Anwalt schildert: „[...] weil ich ihm klar gesagt hab [...]“ (*Der Spiegel*).

Bemerkenswert ist das Code-Switching im Grönemeyer-Interview des *Sterns*, wenn er Äußerungen seiner verstorbenen Frau oder seiner Kinder erwähnt. Es zeigen sich nicht nur umgangssprachliche Verwendungsweisen („der“ als Pronomen) und Pejorativa („Müli-Schrott“), sondern auch Verschleifungen („zöger“, „nen“) in den Redeerwähnungen. So ahmt er seine Frau oder seine Kinder mit folgenden Worten nach:

„Jetzt zöger hier mal nicht rum, Herbert, wenn es so ist, dann ist es eben so.“

„Solange der singt, ist alles halbwegs okay. Solange der Musik macht, lebt der.“

„Oh Gott, was schreibst du denn für ‘nen Müli-Schrott!“.
(Grönemeyer im *Stern*)

Die Darstellung von Pausen

Im Interview in der *Zeit* werden Pausen sowohl wörtlich beschrieben als auch graphisch durch drei Punkte angedeutet, wenn es heißt:

„(lange Pause) Wahrscheinlich schon ... In dem Beruf.“ (Haberlandt in der *Zeit*)

Eine noch ausführlichere Umschreibung einer Pause findet sich in der *SZ*, wenn Hoenigs Äußerung durch einen Kommentar in Klammern eingeleitet wird:

(denkt nach – und brüllt dann so laut, dass die Grillen für einen Moment das Gezirpe ruckartig einstellen.) (*SZ*)

Der eben zitierte Textauszug zeigt überdies, dass der Herausgeber nicht nur Pausen markieren kann, wenn er diese für aussagekräftig hält, sondern ebenso prosodische Merkmale wie die Lautstärke verschriftlichen kann, was zum nächsten Kapitel überleitet.

Auffälligkeiten beim Sprecherwechsel

Hinsichtlich des Sprecherwechsels ist das Interview mit Christo und Jeanne-Claude von Interesse, das ich nur am Rande in die allgemeine Analyse einbezieht, da es sich um eine Übersetzung handelt. Der Herausgeber stellt – möglicherweise ebenso wie bei den Vulgär-
ausdrücken – in übertriebener Form die Art des Sprecherwechsels zwischen den beiden Interviewten dar. Dies geschieht als explizite Gesprächsschrittbeanspruchung, die auch zurückgewiesen werden kann, wie das zweite Beispiel zeigt:

JC: Ich habe auch eine Geschichte!

JC: (*scharf*): Darf ich?

C: Warte mal Jeanne-Claude, ich erzähle doch! (SZ)

Während im folgenden Ausschnitt vorerst Christo von seiner Frau unterbrochen wird, fällt er ihr im zweiten Beispiel ins Wort, um sie zu korrigieren:

C: Und ich ...

JC: Und Christo sagt [...]

JC: Und dann, zwei Jahre später ...

C: ... ein Jahr ...

JC: ... meinetwegen: ein Jahr später. [...] (SZ)

Interessant ist ebenfalls der Sprecherwechsel beim Interview mit Thomas Gottschalk und seiner Mutter (*Bild*). Fragen werden etwa mit einer direkten Adressierung versehen („Herr Gottschalk, [...]?“), wenn der vorige Gesprächsbeitrag vom jeweils anderen Interviewten stammt. Richtet sich eine Frage an den vorhergehenden Sprecher, geben inhaltliche Bezüge eindeutige Hinweise, wer angesprochen ist:

„Halten Sie sich bei der Erziehung Ihrer Kinder an die Ratschläge Ihrer Mutter?“ (*Bild*)

Die Adressierung dient der Leserorientierung und trägt eindeutige Züge des Herausgebers. Bereits diese kurze Untersuchung konnte zeigen, welche Freiheiten der Herausgeber in der Verschriftlichung des Interviews besitzt, je nachdem, ob ein Schwerpunkt auf der Abbildung des Gesprächsgeschehens an sich liegt.

Der Ausdruck von Modalität

In einigen Interviews findet sich überdies die Verschriftlichung parasprachlicher Merkmale, die dazu dienen die Modalität von Äußerungen zu verstehen. Im *Stern* werden mehrmals Äußerungen von Patrice Faramah mit dem Zusatz „lacht“ versehen. Beim Interview mit Heinz Hoenig sind derartige Kommentare ebenfalls keine Seltenheit: „*Er lacht*“, und später ausführlicher:

(Lacht herzlich, dieses ungebärdige, einnehmende lustvolle Hoenig-Lachen. Muss trotz allem eine schöne Erinnerung sein) (SZ)

Im folgenden Beispiel fordert die Frau des Künstlers Christo vehement das Rederecht ein, was sich offensichtlich lautlich erkennen ließ und so zur folgenden Interpretation des Herausgebers führte:

JC: (scharf): Darf ich? (SZ)

Eine weitere Besonderheit der Interviews in der *SZ* stellt die Abbildung der Intonation dar, die wiederum Kennzeichen der Modalität einer Äußerung ist. Es wird durch Satzzeichen angedeutet, dass sich die Tonhöhe nicht senkt, wenn Hoenig äußert: „Ich habe einen Body gehabt ...!“ Der Kommentar des Interviewers: „Wie kann ein Mensch schüchtern sein, wenn er in der Lage ist, sich vor wildfremden Kunststudenten auszuziehen!?!“, verstärkt mithilfe der Satzzeichen den Ausdruck von Skepsis.

3.3.2.7 Interviewanfang und -ende

Ein Großteil aller Interviews beginnt mit einer direkten Anrede an den Interviewten. Sowohl in *Spiegel*, *Stern* als auch *SZ* ist ein solcher Gesprächsanfang in den Interviewgroßformen obligatorisch:

„Herr Gottschalk, wären Sie nicht viel lieber in den USA erfolgreich?“ (Der Spiegel)

Eine direkte Adressierung wäre aus handlungstheoretischen Gründen jedoch nicht nötig, da der Interviewte sicher weiß, dass er angesprochen ist. Auch der Leser weiß zu diesem Zeitpunkt bereits, wer der Interviewte ist, sei es durch Fotos, Überschrift oder Unterüberschrift. Ein solcher Beginn hat die Funktion, den Textanfang zu markieren und das Interview ausdrücklich als authentisches Gespräch darzustellen. Dieselbe Funktion besitzt die Einstiegsfrage der *Mainpost*. Die Andersartigkeit des Dialogeinstiegs im Vergleich zu Gesprächen außerhalb der Medien wird durch die Nennung von Vor- und Nachnamen offensichtlich:

„Wie geht's, Michael Groß?“ (Mainpost)

Interessant ist der Gesprächsanfang bei den beiden Interviews meines Textkorpus, in denen zwei oder mehr Interviewte befragt werden. Der Fließtext des Interviews mit dem Künstlerpaar Christo und Jeanne-Claude in der *SZ* beginnt mit den Worten:

„Willkommen in Deutschland [...].“ (*SZ*)

Das Interview mit der Pop-Band „No Angels“ fängt eher ungenau mit der Aufzählung der Vornamen der fünf Frauen an. Alle weiteren *Focus*-Interviews des Korpus verzichten ebenso wie *Die Zeit* auf eine Adressierung.

„Sandy, Jessica, Vanessa, Nadja, Lucy – Sie sind die erfolgreichste Popgruppe Deutschlands. Wie verkraftet man das?“ (*Focus*)

Was die Textenden betrifft, erscheinen sie inhaltlich beliebig und abrupt, da in der Regel kein Gesprächsende eingeleitet wird. Eine Ausnahme bildet das *Spiegel*-Gespräch. Ebenso wie der Textanfang ist auch das -ende bei *Spiegel*-Gesprächen normiert:

„Herr/Frau X, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.“ (*Der Spiegel*)

Auf andere Art und Weise als das *Spiegel*-Gespräch sticht das *Bild*-Interview mit Thomas Gottschalk hervor, wenn Gottschalk das Interview an seine Mutter gerichtet beendet:

„So, Mutti, die Herrschaften müssen jetzt auch los ...“ (*Bild*)

Ähnlich ist dies beim *SZ*-Interview mit Hoenig, dessen Ende inhaltlich durch die Gesprächssituation angezeigt wird. Es findet sich eine vergleichsweise lange Verabschiedungssequenz, die sich vergleichbar mit dem Abschluss eines Telefongesprächs oder auch *face-to-face*-Gesprächs über mehrere Äußerungseinheiten erstreckt. Hier soll ein individuelles Textende dargestellt werden, das jedoch nicht mit dem Gesprächsende der Primärsituation gleichzusetzen ist:

SZ: Der Wein ist alle, die Tapas sind verputzt ...

H: Kein Problem, wir können weiter machen.

SZ: Okay. Aber vorher noch eine Frage: Wissen Sie, warum es so wichtig ist, einen Kastanienbaum zu pflanzen?

H: Damit die Fliegen wegbleiben.

SZ: Wow. Und ich denke jetzt kommt eine Wahnsinnserklärung derart: Du musst ein Haus bauen, ein Kind zeugen, einen Baum pflanzen, die Welt verändern ...

H: Und ich sage nur: damit die Fliegen wegbleiben. So einfach ist das bei mir. Hey - holst du den Kellner?

Selbst wenn eine inhaltliche Einleitung des Gesprächsendes komplett fehlt (wie bei nahezu allen Interviewtexten), kommt das Textende für den Leser nicht unvorbereitet, da es sich am Seitenende befindet oder bei kürzeren Interviews durch einen Rahmen optisch angezeigt ist.

3.3.3 Der Interviewer

Der Interviewer fungiert innerhalb der Primärsituation als Gesprächspartner des Interviewten. Überdies tritt er im Fließtext neben dem Interviewten als Dialogpartner auf. Wie das vorige Kapitel zeigen konnte, ist der Text des Presseinterviews vielfachen Veränderungen unterworfen, die jedoch meist nicht zurückverfolgt werden können, wenn man von der Textversion ausgeht, die dem Rezipienten präsentiert wird. Insofern ist eine Analyse des Interviewerverhaltens gleichzeitig immer eine Untersuchung dessen, wie der Interviewer vom Herausgeber dargestellt wird oder werden soll.

Überdies stammen die Gesprächsbeiträge der Interviewer nicht notwendigerweise von einer Einzelperson. Das Interview kann von zwei Personen geführt worden sein, wie beim Interview mit Vicco von Bülow (*SZ-Magazin*), bei allen *Spiegel*-Gesprächen (bei Boris Becker sind sogar drei Redakteure anwesend) und bei einigen *Stern*-Interviews. Gerade Kurzinterviews lassen eine Interviewernennung vermissen. Sowohl der Text mit Jürgen Fliege als auch der mit Oliver Geißel (beide *Spiegel*) wurden anonym abgefasst. Hinsichtlich der Interviewernennung ist das Interview mit Thomas Gottschalk und dessen Mutter in der Zeitung *Bild* interessant. Es enthält statt des Namens den Ort des Geschehens (Berlin) und wird dadurch der Textsorte „Bericht“ angenähert. Dafür spricht auch das Lead, das sich wie die Einleitung zu einem berichtenden Text liest. Es bleibt festzuhalten, dass der Interviewer in Presseinterviews weniger eine Person als vielmehr eine Position innerhalb des Interviews markiert.

Was den situativen Status des Interviewers in der Presse anbelangt, hat er innerhalb der Primärsituation das „Recht“, Fragen zu stellen und das Gespräch zu lenken. In der Analyse der Interviewerbeiträge soll nun herausgefunden werden, inwieweit Interviews in der Presse als Frage-Antwort-Dialoge aufgebaut sind, wie Berens dies hypothetisch in den Raum stellt.³³ Von Interesse ist darüber hinaus, welche Frageart gehäuft auftritt, wie der Interviewer die Beziehungsebene gestaltet, inhaltlichen Einfluss übt und das Interviewthema lenkt.

3.3.3.1 Aufbau der Interviewerbeiträge

Umfang der Interviewerbeiträge

Hinsichtlich der Länge der Interviewerbeiträge halte ich es nicht für sinnvoll, genaue Wortzählungen vorzunehmen. Allein das quantitative Verhältnis von Frage und Antwort soll grob überschlagen werden. Für alle Presseinterviews des Korpus kann festgestellt werden, dass die Interviewerbeiträge im Durchschnitt kürzer sind als die des Interviewten. Es bestätigt sich also eine klare Rollenverteilung zwischen dem Informierenden und demjenigen, der Informationen sammeln soll.

Die Intervieweräußerungen können von einer Zeile bis zu zehn im Spaltendruck reichen. Die meisten Fragen umfassen zwei bis vier Zeilen, was zwischen zwölf und 20 Wörtern entspricht.

³³ „Dabei verstehe ich vorläufig das Interview als ein ‚Frage-Antwort-Gespräch‘ [...]“ (Berens 1975, 13).

Struktur der Interviewbeiträge

Bei der Analyse der Interviewbeiträge darf nicht übersehen werden, dass Fragen nicht zwangsläufig die syntaktische Struktur von Fragesätzen aufweisen, sondern Frageabsichten auch anderweitig zum Ausdruck kommen können.³⁴ Allein die gesprächsbedingte Rollenverteilung im Interview hat zur Folge, dass der Interviewte andere Äußerungen des Interviewers ebenfalls als Frage versteht und sich veranlasst sieht, etwas zu erwidern.

Beschäftigt man sich mit Unterscheidungs- und Kategorisierungsmöglichkeiten von Fragesätzen, findet man reichhaltig Literatur.³⁵ Um dem Frageverhalten näher zu kommen, soll die in der Publizistik übliche Einteilung Häusermanns betrachtet werden. Häusermann untergliedert die Fragen teils nach inhaltlichen, teils nach handlungstheoretischen Aspekten und nennt Fragen „die wichtigsten Lenkungsmittel im Interview“ (1994, 246). Er unterscheidet:

Die Typen der a) geschlossenen Frage (Entscheidungsfrage, Alternativfrage, Wissensfrage) b) offenen Frage (Definitionsfrage, Frage nach Beispielen, Allerweltsfrage) c) besonderen Frage (Suggestivfrage, interpretierende Nachfrage, Feststellung mit Frage/ Balkonfrage) (Häusermann 1994, 246ff.)

Die Einteilung in „geschlossene Fragen“ und „offene Fragen“ ist durchaus einleuchtend, da hierbei zum Ausdruck kommt, wie viel Freiraum der Interviewte beim Beantworten der Fragen hat. „Geschlossene Fragen“ zeichnen sich gegenüber „offenen“ dadurch aus, dass sie den Antwortenden auf wenige Antwortmöglichkeiten festlegen. Problematisch an der Einteilung Häusermanns ist, dass sich die Kategorie der „besonderen Frage“ mit den gerade genannten überschneiden kann und zudem eine Textinterpretation benötigt, während „geschlossene“ und „offene Fragen“ allein durch syntaktische Kategorien beschrieben werden können. Die Einteilung ist somit nicht homogen und vermischt syntaktische Kategorien mit Handlungen.³⁶ Diese Problematik will ich dadurch umgehen, dass ich Fragen vorerst syntaktisch-strukturell und anschließend hinsichtlich ihres inhaltlichen Steuerungsvermögens analysiere. Die an dieser Stelle vorgenommene Frageverteilung von „geschlossenen“ und „offenen Fragen“ – bezogen auf die Antwortmöglichkeit – innerhalb der Interviews verspricht nunmehr grobe Erkenntnisse über das Frageverhalten des Interviewers. Es zeigt, ob der Interviewer dem Interviewten einen großen oder kleinen Spielraum zur Beantwortung überlässt. Wie bereits erwähnt, bestehen Intervieweräußerungen nicht nur aus Fragen, sondern aus Behauptungen/ Kommentaren, die als Aussagesätze realisiert sind. Auch sie sollen eine eigene Kategorie innerhalb meiner Auswertung bilden. Kennzeichen ist die Verb-Zweit-Stellung und vor allem der Abschluss des Satzes mit einem Punkt.

³⁴ Vgl. auch Hang (1976, 1): „Zunächst ist eine triviale Tatsache zu Vermeidung von Mißverständnissen klarzustellen: Nicht alle Sätze, mit denen eine Frageabsicht ausgedrückt werden soll, müssen Fragesätze sein.“

³⁵ Siehe Hang (1976, 39ff.), Schwitalla (1979, 286), Altmann (1993, 1020ff.), Bucher (1994, 239ff.).

³⁶ Mit einer ähnlichen Problematik sieht sich Bucher (1994, 243f.) konfrontiert, wenn er sich der Kategorisierung von Fragearten zuwendet: „Ein Reflex des Typologisierungproblems ist die Vielfalt der Bezeichnungen für Fragearten [...], mit denen jeweils ganz unterschiedliche Gesichtspunkte von Fragehandlungen zum Einteilungskriterium gemacht werden.“

Tabelle Fragestruktur in der Presse³⁷

Einteilung Kornus	geschlossene Frage	offene Frage	Aussagesatz	Sonstiges	Gesamt
SZ Heinz Hoenig	14 (29 %)	18 (37 %)	3 (6 %)	<u>13 (27 %)</u>	48
SZ-Magazin Vicco von Bülow	52 (46 %)	30 (27 %)	22 (20 %)	8 (7 %)	112
Mainpost Michael Groß	6 (43 %)	5 (36 %)	3 (21 %)		14
Mainpost Doris Dörrie	12 (50 %)	8 (33 %)	3 (13 %)	1 (4 %)	24
FAZ Heiner Lauterbach	6 (46 %)	4 (31 %)	2 (15 %)	1 (8 %)	13
Bild Ulla Kock am Brink	5 (56 %)	2 (22 %)	2 (22 %)		9
Bild Gottschalks	6 (86 %)	1 (14 %)			7
Die Zeit Fritzi Haberlandt	17 (46 %)	13 (35 %)	6 (16 %)	1 (3 %)	37
Der Spiegel Harald Schmidt	20 (60 %)	5 (15 %)	3 (9 %)	5 (15 %)	33
Der Spiegel Jürgen Fliege	4 (44 %)	4 (44 %)	1 (11 %)		9
Der Spiegel Oliver Geißén	3 (60 %)	1 (20 %)	1 (20 %)		5
Der Spiegel T. Gottschalk	18 (51 %)	5 (14 %)	8 (23 %)	4 (11 %)	35
Der Spiegel Boris Becker	49 (48 %)	20 (19 %)	32 (31 %)	2 (2 %)	103
Der Spiegel M. Westernhagen	28 (60 %)	11 (23 %)	5 (11 %)	3 (6 %)	47
Der Spiegel Franka Potente	12 (71 %)	2 (12 %)	2 (12 %)	1 (6 %)	17
Focus Franka Potente	7 (54 %)	2 (15 %)	3 (23 %)	1 (8 %)	13
Focus Reinhold Beckmann	4 (57 %)		3 (43 %)		7
Focus No Angels	8 (44 %)	8 (44 %)	2 (11 %)		18
Stern Boris Becker	26 (42 %)	19 (31 %)	15 (24 %)	2 (3 %)	62
Stern Patrice Faramé	10 (40 %)	4 (16 %)	10 (40 %)	1 (4 %)	25
Stern Herbert Grönemeyer	20 (51 %)	15 (38 %)	4 (10 %)		39
Stern Rolf Zacher	10 (26 %)	13 (33 %)	16 (41 %)		39
Stern Veronica Ferres	9 (39 %)	1 (4 %)	11 (48 %)	2 (9 %)	23
Stern Harald Schmidt	15 (32 %)	21 (45 %)	10 (21 %)	1 (2 %)	47
Stern Ulla Kock am Brink	14 (44 %)	7 (22 %)	8 (25 %)	3 (9 %)	32

³⁷ Spitzenwerte habe ich grau unterlegt. Andere Auffälligkeiten, auf die ich im Fließtext eingehe oder die besonders aussagekräftig sind, sind generell unterstrichen. Dies gilt auch für alle folgenden Tabellen. Die Prozentzahlen in Klammern sind Rundungen. Aus diesem Grund über- oder unterschreiten sie teilweise in Summe 100 %.

Als vierte Kategorie („Sonstiges“) nehme ich Interviewerbeiträge auf, die kommunikativ nicht als Fragen zu verstehen sind, sondern als Aufforderung bzw. der Ergänzung oder Verständnissicherung dienen. Ein Beispiel hierfür wäre die Unterbrechung einer Äußerung Harald Schmidts, wenn der *Spiegel*-Redakteur zur Erläuterung der Person „Lou van Burg“ einwirft:

„... in den sechziger Jahren Moderator der Show 'Der goldene Schuß' ...“. (*Der Spiegel*)

Die tabellarische Übersicht macht deutlich, dass weitgehend unabhängig von Textlänge und Zeitung der größte Teil der Fragen als „geschlossene Frage“ gestellt wird. Friedrichs und Schwinges (1999, 60) nehmen eine Wertung „geschlossener Fragen“ vor:

„Ziel dieser Fragen ist es, den Befragten festzulegen. [...] Wer nur geschlossene Fragen stellt, ist nicht neugierig. Es geht dann oft nur darum, die eigene Meinung vom Befragten bestätigt zu bekommen.“

Allein bei der Zeitschrift *Stern* offenbart sich die Tendenz, die Interviewten vermehrt mit Behauptungen und Kommentaren in Form von Aussagesätzen zu konfrontieren. Dies mag einerseits zur Einschränkung der Antwortmöglichkeit dienen, andererseits den Eindruck eines reinen Frage-Antwort-Dialogs verwischen und den Gesprächscharakter anstelle des Interviewcharakters mehr hervorheben.

Eine weitere Auffälligkeit zeigt sich im Interview mit Heinz Hoenig in der *SZ*, das einen ungewöhnlich hohen Anteil an Beiträgen enthält, die nicht als Fragehandlung in Bezug auf das Gesprächsthema zu deuten sind, sondern den Kontext der Primärsituation abbilden.

3.3.3.2 Gesprächsverhalten des Interviewers auf Ebene der Gesprächsorganisation

Begibt man sich bei der Analyse der Interviewerbeiträge auf die Ebene von Gesprächsorganisation und Handlungskonstitution, analysiert man den Text also auf kommunikativ-pragmatischer Ebene, wird die analytische Aufspaltung zwischen Interviewer- und Interviewtenäußerung fragwürdig. Sie wird zweifelhaft, weil das dialogisch dargestellte Geschehen eine Interaktion zweier Parteien abbildet. Auch wenn ich die getrennte Untersuchung in dieser Form fortsetzen will, bedeutet dies nicht, dass ich die Einzeläußerung isoliert betrachten werde. In beiden Analysekapiteln – in denen einmal der Interviewer, einmal der Interviewte im Zentrum steht – liegen die Schwerpunkte klar verteilt auf einem der Interaktanten, doch das Verhalten des jeweils anderen muss mit einbezogen werden, damit die Äußerung sinnvoll interpretiert werden kann. Um Wiederholungen zu vermeiden, die das Dialoggeschehen betreffen, sind deshalb beide Kapitel als Einheit zu verstehen und zu lesen.

Wie der Sprecherwechsel in einem Presseinterview vollzogen wird, gehört zu den Informationen, die bei der Verschriftlichung der Tonbandaufnahmen fast vollständig verloren gehen. Unterbrechungen, die durch drei Punkte dargestellt werden, sind eine große Ausnahme. Überlappende Gesprächsbeiträge sind bei linearen Texten schwer darstellbar. Der Interviewer

erscheint in Presseinterviews ebenso wie der Interviewte als Sprecher, der das Rederecht immer dann bekommt oder sich nimmt, wenn der andere zu Ende gesprochen hat. Legt der Herausgeber Wert auf die Vermittlung des Sprecherwechsels, so kann er einzelne Elemente verschriftlichen. Interessant sind in diesem Zusammenhang vor allem die Interviews, die auf Interviewtenseite mehr als eine Person enthalten.³⁸ Während bei Christo und Jeanne-Claude (SZ) ausgiebig Unterbrechungen dargestellt sind, greift der Interviewer im Interview mit der Pop-Band „No Angels“ (*Focus*) nicht aktiv in das Geschehen des Sprecherwechsels ein, obwohl hier fünf Personen als Interviewpartner zur Verfügung stehen.

3.3.3.3 Gesprächsverhalten des Interviewers auf der Handlungsebene

Dass die Einteilung der Fragen allein anhand syntaktischer Merkmale und durch Strukturbeschreibungen nicht ausreichend ist, konnte bereits angedeutet werden. Da ein und derselbe Fragesatz je nach Situation völlig Unterschiedliches ausdrücken kann, will ich das Frageverhalten auf der Beziehungsebene, den Inhalt der Frage und die Steuerung des Redehalts noch genau betrachten.³⁹

Die Äußerungen des Interviewers stellen auf pragmatischer Ebene Handlungen dar, mit denen er ein bestimmtes Ziel verfolgt. Interessant an den Intervieweräußerungen ist in erster Linie, wie sich der Interviewer seinem Gesprächspartner gegenüber verhält. Wolf orientiert sich am Organonmodell Karl Bühlers und nennt diese Sprachfunktion „Appellfunktion“ (Wolf 1994, 210). In Hinblick auf den Interviewten beabsichtigt der Interviewer also – im Auftrag der Medienmacher – Informationen zu erhalten, Fragen beantwortet zu bekommen und dadurch die Selbstdarstellung des Interviewten zu fördern oder zu hemmen.

Die folgende Analyse soll in erster Linie die Partnerorientierung des Interviewers zum Gegenstand haben. Lassen sich innerhalb einer bestimmten Zeitung – unabhängig von der Person des Interviewers – Fragetendenzen aufzeigen, so spiegelt sich der Einfluss und die Macht der Medienmacher in den Sprechhandlungen des Interviewers wieder. Sind keine derartigen Tendenzen ersichtlich, kann die Strategie des Interviewers aufgedeckt werden.⁴⁰ Zusammenfassend lässt sich demnach sagen, dass der Interviewer nicht nur durch die Form seiner Äußerungen den Interviewten einschränken kann, sondern seine Beiträge drücken Sprechhandlungen aus, mit denen er einen bestimmten Kontakt zum Interviewten herstellt.

Wie erwähnt genügt es nicht, allein die Fragen zu betrachten, sondern die Reaktion des Interviewten und dessen Persönlichkeit muss mit einbezogen werden, um beispielsweise festzustellen, ob es sich bei einer Äußerung um einen Vorwurf oder auch um Kritik handelt. So kann die Bemerkung des *Stern*-Redakteurs Rolf Zacher gegenüber „Mit ihrer damaligen

³⁸ Näheres hierzu wurde bereits bei Analyse der Medienmacher erörtert, da die Verschriftlichung deren Einflussbereich ist.

³⁹ Zur Problematik der Typisierung von Fragen vgl. Bucher (1994, 243ff.).

⁴⁰ Mühlhölzer unterscheidet „abgeleitete“ und „subjektive“ Intentionen, je nachdem, ob der Sprecher in Eigeninteresse oder im Auftrag von Anderen handelt (1985, 36f.).

Freundin Geli lebten Sie bald wie Penner.“ als Vorwurf, Kritik oder gar Provokation gewertet werden, wenn man sie isoliert betrachtet. Die Antwort Zachers und der Verlauf des Interviews machen jedoch klar, dass hier auf einen Lebensabschnitt Zachers angespielt wird, der diesem nicht peinlich ist und den er nicht verheimlichen will. Die Frage kann also allenfalls als Enthüllung der Persönlichkeit gedeutet werden. Aus diesem Grund hebt Ferenc Kiefer (1988, 255) in seiner pragmatischen Analyse von Antworthandlungen explizit hervor, dass Fragen immer in Hinblick auf die Antworten untersucht werden müssen:

„It is commonplace that questions cannot be studied without taking into consideration their corresponding answers and, quite evidently, answers cannot be studied without taking into consideration the questions that they are supposed to answer. In studying questions and answers one may concentrate either on questions or answers but the two are mutually interdependent.“

Beziehungsebene

Der Interviewer kann seine Äußerungen sachlich neutral formulieren, er hat die Möglichkeit auffallend kooperativ zu agieren oder er kann kompetitiv auftreten. Dies impliziert nicht, dass er innerhalb des Gesprächs in jeder Äußerung konsequent eine dieser Strategien anwendet, doch es bleibt zu untersuchen, ob nicht eine klare Dominanz einer dieser Vorgehensweisen vorherrscht.

Kooperativität, Kompetitivität und Neutralität können auf unterschiedliche Art und Weise sprachlich zum Ausdruck kommen. Ähnlich wie bereits im vorigen Kapitel soll eine Tabelle wichtige Strategiemerkmale auflisten und die Verteilung einzelner Kennzeichen je nach Interview untersucht und ausgewertet werden.⁴¹

Zu den Einteilungskriterien lässt sich sagen, dass der Übergang von kooperativen zu kompetitiven Intervieweräußerungen teilweise fließend ist. Dies bedeutet, dass etwa Gefühlsfragen nicht ohne Vorbehalt als Kooperation gedeutet werden können. Dennoch fällt auf, dass sie oft nicht die Fürsorge des Interviewers ausdrücken sollen, sondern einen Versuch darstellen, in das Innerste des Interviewten zu dringen und Persönliches aufzudecken. Aus diesem Grund wurde die Kategorie „Gefühlsfragen“ der Tendenz nach in Richtung der kompetitiven Intervieweräußerungen gerückt. Auch die genaue Aufeinanderfolge von links nach rechts (von kooperativen zu kompetitiven Äußerungen) ist sicher anfechtbar und soll nur Tendenzen abbilden, nicht aber als unumstößliche Wahrheit gelten.

Oft enthalten Fragen Implikationen, die für den Gefragten unangenehm sind und dessen Image bedrohen. Positive Implikationen sind jedoch genauso möglich, wie die folgende

⁴¹ Mühlen differenziert zwischen „Protektionsstrategie“, „Provokationsstrategie“ und „Disqualifikationsstrategie“ (1985, 209f.). Während die ersten beiden Typen denen der „kooperativen“ und „kompetitiven“ Handlungen entsprechen, bezieht sich der Typ der „Disqualifikationsstrategie“ allein auf die Interaktionsebene und meint beispielsweise Imageverletzungen. Es erscheint mir jedoch weder notwendig noch hilfreich, Imageverletzungen oder Imageaufwertungen separat anzuführen, da auch sie Kooperation oder Kompetitivität ausdrücken.

Äußerung zeigt, die aus dem Becker-Interview des *Spiegels* stammt. Der Interviewer sucht nach einer Erklärung für die Popularität Beckers und endet seinen Beitrag mit der Frage:

„Könnte ein Grund dafür sein, dass es Parallelen zwischen der Entwicklung des Landes und seines prominentesten Sportlers gibt?“ (*Der Spiegel*)

Die positive Komponente der Frage besteht darin, dass Becker hier ganz nebenbei die Position des größten Prominenten in der deutschen Sportwelt zugewiesen wird.

Eine Problematik der Kategorisierung ergibt sich weiterhin daraus, dass manche Fragen zwei Kategorien angehören, die Zuordnung demnach schwierig ist. Ist dies bei einer konkreten Äußerung des Korpus der Fall, habe ich mich dafür entschieden, den Beitrag nicht doppelt zu werten, sondern der extremeren Tendenz nach einzuordnen. Wenn nun Becker im *Spiegel* mit dem Interviewerbeitrag: „Herr Becker, in den vergangenen Wochen haben drei große Themen die Nation bewegt: Rinderwahnsinn, die möglicherweise gewalttätige Vergangenheit des Vizekanzlers und das Ehe- und Sexleben von Boris Becker. Was ist das Wichtigste?“, konfrontiert wird, handelt es sich hierbei auf den ersten Blick um eine neutrale Meinungsfrage. Da in der Aufzählung aber der Fall Becker in einem Atemzug mit der Imagebedrohung einer anderen bekannten Persönlichkeit und der Krankheit Rinderwahnsinn genannt wird, erfolgt implizit eine Gleichsetzung der negativen Ereignisse. Die Frage wäre somit der Kategorie der negativen Implikationen zuzuordnen, nicht der neutralen Äußerungen.

Unter „offener Provokation“ verstehe ich jedoch Äußerungen, die gegen alle Regeln der Höflichkeit verstoßen und eine starke Imageverletzung beinhalten. Ein passendes Beispiel ist die Einstiegsfrage des *Sterns* im Interview mit Patrice Faramé:

„Frau Faramé, sind Ihre Brüste echt?“ (*Stern*)

Beachtet werden muss überdies, dass eine Nachfrage des Interviewers nicht nur hinsichtlich des Beziehungsaspekts von Interesse ist, sondern auch in Bezug auf den Redehalt und die inhaltliche Steuerung. So finden sich durchaus Überschneidungen, was die inhaltssteuernde Funktion von Äußerungen und deren Beziehungsaspekt angeht. Eine scharfe Trennlinie kann nicht gezogen werden. Dies hat zur Folge, dass einzelne Kategorien im nächsten Kapitel ebenfalls aufzufinden sind.

Tabelle Verhalten des Interviewers auf der Beziehungsebene (Presse)

	schmeicheln, loben	Positives implizieren	zu-/übereinstimmen	neutrale Äußerung / Sonstiges	nachhaken	nach Gefühlen fragen/ Persönliches enthüllen	kontern	Negatives implizieren	Unglauben demonstrieren	vorwerfen, unterstellen, kritisieren	offen provozieren, Image verletzen	Summe
SZ Heinz Hoenig		3	3	32	4	1	1	3	1			48
SZ-Magazin V. v. Bülow	7	<u>17</u>		68	11	4	1	3	1			112
Mainpost M. Groß		1		10				3				14
Mainpost Doris Dörrie	3	2		13	4			2				24
FAZ H. Lauterbach	1	3		5	1	1	2					13
Bild Ulla Kock am Brink				1		4		3		1		9
Bild Gottschalks		2		1		4						7
Die Zeit F. Haberlandt	1	2		27	1			5	1			37
Spiegel H. Schmidt				22	2		2	4	1	2		33
Spiegel Jürgen Fliege				1			3	3		2		9
Spiegel Oliver Geißen				4						1		5
Spiegel T. Gottschalk				7	4		3	10		10	<u>1</u>	35
Spiegel Boris Becker		2		28	5	14	3	29	5	<u>15</u>	<u>2</u>	103
Spiegel Westernhagen				17	4	4	1	<u>11</u>	3	<u>5</u>	<u>2</u>	47
Spiegel Franka Potente		2		4	3			8				17
Focus Franka Potente		1		5	1	1		5				13
Focus R. Beckmann				1			2	4				7
Focus No Angels		1		9	2			6				18
Stern Boris Becker		1		16	3	19		8	3	<u>9</u>	<u>3</u>	62
Stern Patrice Farameh				6	2	1		9		<u>6</u>	<u>1</u>	25
Stern H. Grönemeyer				14		17		8				39
Stern Rolf Zacher				9		19		<u>6</u>	2	2	1	39
Stern Veronica Ferres		2		10	2	5		4				23
Stern Harald Schmidt		2		28	1	7		8			1	47
Stern U. Kock am Brink				7	2	10	1	7		2	<u>3</u>	32

Die Auswertung der Tabelle bringt einige grundlegende Tendenzen ans Licht. Mit Ausnahme von *Bild* findet sich in den analysierten Zeitungen eine vorwiegend neutrale Fragestrategie, d.h., dass ein Großteil der Fragen keine Hinweise zum Beziehungsaspekt zwischen Interviewer und Interviewtem enthält. Bei *Bild* fällt auf, dass sie Fragen präferiert, mit denen in die Privatsphäre des Interviewten eingedrungen wird. Der Interviewer scheut sich keineswegs, Ulla Kock am Brink mit Äußerungen wie: „Glauben Sie heute an die Ewigkeit der Liebe?“ oder „Sie sind kinderlos. Mit 41 könnten Sie durchaus noch Mutter werden.“, zu konfrontieren. Im zweiten Beispiel mischt der Interviewer sich nicht nur in den sehr privaten Bereich der Familienplanung ein, sondern widersetzt sich dem gesellschaftlichen Tabu, das Alter einer Frau zu nennen.

Generell enthält die Tagespresse innerhalb dieses Korpus keine offenen Provokationen oder Kritik, Vorwürfe, Unterstellungen. Im Einzelnen zeigen sich folgende strategische Tendenzen. Im Interview mit Heinz Hoenig bildet ein großer Teil an Intervieweräußerungen die Primärsituation ab. Es erklärt sich dadurch der hohe Wert neutraler Äußerungen. Ein Beispiel hierfür ist die Frage:

„Herr Hoenig, was wollen wir trinken?“ (SZ)

Das Interview mit Vicco von Bülow verläuft sehr kooperativ. Neben neutral formulierten Fragen finden sich hauptsächlich solche, die positive Implikationen als Hintergrund haben. Als offenes Lob sticht bereits die erste Äußerung des Interviews hervor:

„Herr von Bülow, in Umfragen zu den beliebtesten Schauspielern und Entertainern landen Sie oft auf Platz eins. Sie gelten als einer der bekanntesten Deutschen überhaupt. Wollen Sie versuchen Ihre Popularität zu erklären?“ (SZ-Magazin)

Positive Tendenzen enthalten Äußerungen wie: „Es wurde sicher viel gelacht beim Drehen“, oder „Welche Szene ist ihrer Meinung nach die populärste?“. Die Interviews in *Mainpost* und *FAZ* weisen die Interviewer ebenfalls als weitgehend kooperative Gesprächspartner aus. Keines der Interviews enthält Kritik oder Provokationen.

Bei den Magazinen gibt es andere Schwerpunkte. Explizit kooperative Äußerungen sind nur vereinzelt aufzufinden. Teilweise liefern die Interviews in den Zeitschriften zwar ebenso wie in Tageszeitungen wertfreie Beiträge; oft sind sie der Menge nach jedoch dicht von kompetitiven Äußerungen gefolgt. Für den *Spiegel* heißt dies im Einzelnen: Sowohl Gottschalk als auch Becker und Westernhagen sehen sich mit offensiven Fragemethoden konfrontiert. Sie sind Vorwürfen, Unterstellungen und Kritik ausgesetzt. Viele negative Implikationen dienen als Grundlage der Fragen. So muss Gottschalk sich Kritik anhören wie: „Jetzt reden Sie wie der Hauskaplan des ZDF“, während bei Westernhagen Fragen mit negativer Komponente vorherrschen: „Haben Sie Prügel dafür bekommen, dass Sie so aufgedonnert rumliefen?“. Ähnliches gilt für die Interviews mit Franka Potente und Jürgen Fliege. Das Kurzinterview mit Oliver Geißen verläuft eher neutral, genauso wie das *Spiegel*-Gespräch mit Harald Schmidt.

Das Magazin *Focus* weist zwar innerhalb des Korpus eine Tendenz zu kompetitiven Äußerungen auf, diese ist aber nicht so ausgeprägt wie im *Spiegel*. Einen direkten Vergleich bieten die Franka-Potente-Interviews, bei denen *Focus* gleichermaßen auf wertfreie Fragen und negative Implikationen setzt, während der *Spiegel* sich auf Fragen mit negativer Komponente konzentriert.

Eine weitere Auffälligkeit deckt die Tabelle beim Vergleich der *Stern*-Interviews auf. Ein Schwerpunkt liegt hier auf persönlichen Fragen und Gefühlsfragen. Zahlreiche Beispiele liefert das Interview mit Herbert Grönemeyer:

„Herr Grönemeyer, vor vier Jahren starben binnen einer Woche Ihre Frau Anna Henkel und Ihr Bruder an Krebs. Fürchteten Sie, nie wieder Musik machen zu können?“

„Welche Seelenverfassung spiegelt Ihr neues Album wider?“

„Wovor können Sie noch Angst haben?“

„Drohten Sie nach Annas Tod zynisch und misanthropisch zu werden?“ (*Stern*)

Eine Ausnahme unter den *Stern*-Interviews ist das einzige kürzere Interview (Patrice Faramé), das nicht nur persönliche Fragen, sondern viele Äußerungen mit negativen Implikationen und Kritik enthält. Zusammen mit dem *Spiegel* „zeichnet“ den *Stern* die Verwendung von direkter Provokation „aus“. So muss sich Ulla Kock am Brink Äußerungen gefallen lassen wie:

„Wie lebt es sich mit dem Image der Schlampe der Nation?“

„Ist Theo Baltz die Rufschädigung wert?“

„Also ist er keine Affäre, sondern der Mann ihres Lebens?“ (*Stern*)

Die Tabelle konnte für dieses Textkorpus zeigen, dass die Intervieweräußerungen der jeweiligen Zeitung/Zeitschrift auf der Beziehungsebene eine bestimmte Fragestrategie erkennen lassen: Während der *Spiegel* durch direkte Konfrontation mithilfe von negativ konnotierten Fragen und kritischen Äußerungen Informationen aus dem Interviewten hervorlocken will, versucht der *Stern* vorwiegend den Interviewer durch intime Fragen einzuengen. Die Zeitungen verhalten sich vergleichsweise neutral.

Inhalt der Fragen und Steuerungsvermögen

Aus Gründen der Übersichtlichkeit soll eine weitere Tabelle angefertigt werden, um zu untersuchen, wie der Interviewer inhaltlich vorgeht. Parallel dazu will ich analysieren, welche Mittel er einsetzt, um die Antwort zu steuern. Er beeinflusst den Interviewten beispielsweise dadurch, dass er ihn mit Thesen und Meinungen konfrontiert, die dieser dann annehmen oder widerlegen muss. Eine weitere Fragemöglichkeit stellt der Typ der „geladenen Frage“ (Bucher 1993, 98f. sowie Bucher 1994, 249f.) dar. Bucher versteht hierunter den Umstand, dass mit der

Frage eine bestimmte Voraussetzung oder Annahme gemacht wird, die der Gefragte jedoch nicht teilt oder der er zumindest nicht zugestimmt hat:

„Die Ladung einer Frage ist keine syntaktische oder semantische Eigenschaft, sondern eine dialogische. [...] Eine Frage ist dann geladen, wenn mit ihr versucht wird, im Bereich der Festlegung einen Dialogstand herzustellen, der de facto noch nicht erreicht ist. (Bucher 1993, 99f.)

So erklärt beispielsweise Becker in einer Äußerung des *Spiegels*, dass er „sein Ding machen“ müsse. Der Interviewer hakt nach: „Auch auf die Gefahr hin, dass es am Ende nur Verlierer gibt?“. Die Äußerung enthält die Voraussetzung, dass die Gefahr einer Niederlage aller droht, auch wenn bisher noch nicht davon die Rede war, Becker also diese Aussage weder abgelehnt noch ihr zugestimmt hat.

Die „Ladung“ einer Frage kann unterschiedlich ausfallen. Der Interviewer kann die Frage mit einer bestimmten Fragevoraussetzung oder Präsupposition versehen, wie dies im obigen Beispiel der Fall ist, oder dem Interviewten in der Frage bereits Antworten vorgeben, folglich eine „Beantwortungstendenz“ liefern. Die *Spiegel*-Interviewer etwa stellen im Becker-Interview oft Fragen in der syntaktischen Form von Aussagesätzen: „Und Barbara ist ihm richtig in die Hände gefallen?“, wodurch eine Antwortpräferenz fokussiert wird. Fragen mit einer derartigen Steuerungsfunktion bezeichnet man auch als „Suggestivfragen“⁴². Bucher weist zu Recht darauf hin, dass es sich hierbei um eine „dialogische“ Funktion handelt, was zur Konsequenz hat, dass die Fragen nur innerhalb des Gesamttextes und nicht isoliert bewertet werden können. Natürlich ist die gesamte Unterteilung der folgenden Tabellen von der Interpretation des Betrachters abhängig, doch es sollen nicht einzelne Zahlen sprechen, sondern Tendenzen aufgedeckt werden, die in ihrer Aussagekraft dann weniger anfechtbar sind.

Die Einteilung der Fragen in inhaltlicher Hinsicht enthält die Kategorien „Meinung“, „Person des Interviewten“ und „Wissen/Sachverhalt“. Während als Meinungsfrage nur solche Fragen gewertet werden, die eine Meinungsäußerung des Interviewten zu einem Thema fordern, das nicht seine Persönlichkeit betrifft, fallen beispielsweise Fragen zur Selbsteinschätzung des Interviewten unter die Kategorie der Fragen zur Person, auch wenn der Interviewte seine Meinung über sich selbst äußert. Die folgende Aufforderung an Heinz Hoenig im *SZ*-Interview soll demnach als Frage zur Person gewertet werden, nicht als Meinungsfrage, selbst wenn an dieser Stelle die Eigenmeinung Hoenigs gefragt ist:

„Nennen Sie mal fünf Eigenschaften, ganz spontan, die aus Ihrer Sicht zu Ihnen passen. Was sind Sie?“ (*SZ*)

Inhaltlich aus dem Rahmen fallen das Kurzinterviews mit Jürgen Fliege im *Spiegel* und das *Spiegel*-Gespräch mit Harald Schmidt, wie die Auswertung zeigt. Hier stehen weniger Fragen zur Person im Zentrum des Interesses, sondern es werden vielmehr Stellungnahmen und

⁴² Zum Typus der Suggestivfragen vgl. auch Birkner (2001, 201f.).

Informationen gefordert, die die Personen aufgrund ihrer beruflichen Position beantworten können. Im konkreten Fall heißt das, dass Jürgen Fliege zum Zuschauerschwund seiner Sendung befragt wird, und Schmidt macht sich Gedanken über die Entwicklung des Fernsehens. Die Hypothese, dass die Zeitungsinterviews dieses Korpus eher sachzentriert sind, während die Zeitschriften an den Personen interessiert sind, kann nicht bestätigt werden. Abgesehen von den soeben erwähnten, haben alle Starinterviews – sowohl aus Zeitungen als auch Zeitschriften – die Gemeinsamkeit, dass Fragen über die Person des Interviewten die größte Rolle spielen.

Im Bereich der Tageszeitungen innerhalb des Korpus offenbart sich eine einheitliche Tendenz, was die inhaltliche Steuerung angeht. Egal ob in *Bild*-Zeitung oder *FAZ*, sind die meisten Intervieweräußerungen ohne direkte inhaltliche Steuerung realisiert. Gleiches gilt für die *SZ*-Beilage und die Wochenzeitung *Die Zeit*. Hier spielt die Beeinflussung der Antwort ebenfalls eine vergleichsweise unbedeutende Rolle.

Bei den Interviews in den Zeitschriften zeigen sich ebenso Vorlieben in der Interviewführung. *Der Spiegel* arbeitet vorwiegend mit „geladenen Fragen“, die Antworttendenzen enthalten, im Interview mit Becker auch mit Thesen und Meinungen, die dem Interviewten entgegengehalten werden, damit er Stellung beziehen muss. Wie bereits erwähnt, formuliert der Interviewer von Becker häufig Fragen in Aussagesatzform. Beispiele finden sich viele:

„Und Ihre Ex-Frau kennt alle Geheimnisse?“

„Die Droge war Ruhm? Oder waren es die Siege?“

„Darum war es so schwierig den „Has been“-Blickwinkel zu finden?“
(*Der Spiegel*).

Eine weitere Möglichkeit, Antwortvoraussetzungen zu schaffen, besteht darin, dem Interviewer in Form von offenen Vermutungen Worte in den Mund zu legen, wie oft im *Spiegel*-Interview:

„Kann es sein, dass [...]?“

„Und Sie glauben, dass [...]?“
(*Der Spiegel*)

Tabelle Inhalt und inhaltliche Steuerung (Presse)

Interview	Inhalt				Inhaltliche Steuerung								Gesamt
	Meinung	Person des Interviewten	Wissen / Sachverhalt	Sonstiges	Konfrontation mit Thesen und Meinungen	insistierende Frage	präzisierung Äußerung, Beispiel	Frage mit Frage-voraussetzung	Frage mit Antwort-tendenz	Einwand	Frage ohne Steuerung	Sonstiges	
SZ Heinz Hoenig	1	34	1	12	5		5	3	1	1	26	7	48
SZ-Magazin V. von Bülow	18	75	13	6	29		5	6	10		59	3	112
Mainpost M. Groß	2	12			3			1			10		14
Mainpost Doris Dörrie	2	22			5		3	2	2		12		24
FAZ H. Lauterbach		12		1	3		1		2		7		13
Bild Ulla Kock am Brink		9			2						7		9
Bild Gottschalks		7						1			6		7
Die Zeit F. Haberlandt	15	20	2		7		3	2	3		22		37
Spiegel H. Schmidt	20	11	1	1	6			1	14		10	2	33
Spiegel Jürgen Fliege	5		4		1				3	1	4		9
Spiegel Oliver Geißen		3	2		1				2		2		5
Spiegel T. Gottschalk	9	18	3	5	<u>10</u>	1	1	1	11		8	3	35
Spiegel Boris Becker	15	84	2	2	30	1		8	31	2	29	2	103
Spiegel M. Westernhagen	13	28	3	4	2		<u>5</u>	<u>8</u>	14	2	13	4	48
Spiegel F. Potente	5	11		1	2		2	5	<u>4</u>		4		17
Focus Franka Potente	2	10	1		4			1	2		6		13
Focus R. Beckmann	3	3	1		2			1		1	3		7
Focus No Angels	3	15			2		2	2	1		11		18
Stern Boris Becker	1	54	4	3	10		2	<u>3</u>	<u>8</u>	5	30	4	62
Stern Patrice Faramah	2	22		1	10		1	1	3		9	1	25
Stern H. Grönemeyer	1	38			3			<u>8</u>	<u>1</u>	1	26		39
Stern Rolf Zacher	3	33	3		17			6			16		39
Stern Veronica Ferres	1	18	3	1	12			1	<u>6</u>		3	1	23
Stern Harald Schmidt	2	44	1		10			<u>8</u>	<u>1</u>		27	1	47
Stern Ulla Kock am Brink	3	25		4	6			4	5	3	12	2	32

Die *Spiegel*-Interviewer arbeiten jedoch nicht nur mit Antworterverwartungen, sondern gerade im Interview mit Marius Müller-Westernhagen fällt eine vergleichsweise hohe Anzahl an Fragen mit Fragevoraussetzungen auf, die der Interviewte in dieser Form zum Zeitpunkt des Fragens zumindest innerhalb des für den Rezipienten zugänglichen Fließtextes nicht akzeptiert hat. Entscheidend ist hierbei, dass die Voraussetzung nicht derart nahe liegend ist, dass eine Einwilligung des Interviewten selbstverständlich ist. So wird Westernhagen gefragt: „Wie haben Sie es dann überhaupt so lange ausgehalten, Konzerte in Stadien zu absolvieren?“, obwohl er kurz zuvor lediglich geäußert hat, dass er sich nach der letzten Stadientournee unfrei gefühlt habe und deshalb nicht mehr in Stadien auftreten wolle. Davon, dass es sich bei derartigen Auftritten um Prozeduren handelt, die „ausgehalten“ werden müssen, war nicht die Rede.

Die Methodik der Konfrontation mit Thesen und Meinungen findet sich in drei Interviews der Zeitschrift *Stern* in hohem Ausmaß realisiert, wie die Tabelle zeigt (Faramah, Zacher und Ferres). Der *Stern* weist jedoch keine Einheitlichkeit auf, was die inhaltliche Beeinflussung anbelangt. Er arbeitet teils mit geladenen Fragen, teils mit Kommentaren.

Die Kategorien „insistierende Frage“ und „Einwand“ spielen in allen Interviews eine untergeordnete Rolle. Allein „präzisierende Äußerungen“ sind von Relevanz. Hierunter fallen alle Fragen und Bemerkungen, die entweder eine nähere Erläuterung, eine Präzisierung der Ausführung oder ein Beispiel vom Interviewten verlangen (Interviewer zu Heinz Hoenig in der *SZ*: „Ehrfurcht vor was?“) oder dies auch selbst vornehmen. Der Interviewte kann dann entscheiden, ob er die Präzisierung als solche anerkennt oder seinen Standpunkt anders darstellt. Der Interviewer im *Spiegel* etwa gibt vor, Gottschalks Äußerung auf den Punkt zu bringen: „Mit anderen Worten: Die Kritiker sollen sich nicht so anstellen?“. Gottschalk gibt dieser Äußerung aber im Folgenden einen anderen Schwerpunkt, wenn er den Kritikern andere Aufgaben zuweist:

„Die sollen lieber an anderen Stellen aufpassen, wo das öffentlich-rechtliche System wirklich auf dem Prüfstand steht [...]“. (*Der Spiegel*)

3.3.3.4 Themensteuerung

Nicht zuletzt dem Einflussbereich des Interviewers unterliegt die Steuerung der thematischen Progression. Der Umfang des Analysematerials macht es unmöglich, detaillierte Thema-Rhema-Strukturen⁴³ nachzuzeichnen, doch es ist praktikabel, Isotopieebenen innerhalb des Interviews festzulegen und zu verfolgen, wer neue Themen aufwirft und ob Themenbrüche vorhanden sind. Bildet das zu betrachtende Interview ein Gesprächsgeschehen ab, in dem ein Übergang der Themen vollzogen wird oder liegt eine lose Abfolge von Fragen und Antworten vor?

⁴³Zum Thema-Rhema-Konzept vgl. die Ausführungen bei František Daneš (abgedruckt in Hoffmann 1996, 591ff.). Einen Überblick über das Thema-Rhema-Konzept der Prager Schule bietet Brinker (1997, 48ff.).

Bei der Untersuchung des thematischen Bereichs ist es erneut unmöglich, den Interviewer allein zu untersuchen, sondern hier wird gleichzeitig der Einfluss des Interviewten deutlich. Dieses Kapitel soll demnach nicht allein dem Interviewer zugeordnet werden, sondern in gleichem Maße dem Interviewten, weshalb es sich auch räumlich direkt vor die Analysekapitel „Interviewter“ reiht und als Übergangsbereich zu verstehen ist.

Egal, welches der Interviews man sich aus dem Textkorpus auswählt – es ist generell der Interviewer, der neue Themen aufwirft, selbst wenn sich diese aus dem Gespräch entwickeln können, nicht also als völlige Themensprünge eingeführt werden. Selbst wenn sich der Interviewer thematisch auf einen Aspekt der vorhergehenden Antwort bezieht, trifft ganz klar er die Auswahl. Die themensteuernde Funktion kommt ihm zu. Betrachtet man das *Spiegel*-Interview mit Thomas Gottschalk genauer, stellt man fest, dass im wesentlichen fünf Themenblöcke abgehandelt werden: 1) Seine Erfolgchancen als Moderator in den USA, 2) das öffentlich-rechtliche Fernsehen im Vergleich zum privaten, 3) die neue Sendung Gottschalks, 4) sein Privatleben in den USA und 5) seine Position innerhalb der deutschen Medienlandschaft.

Der Übergang von einem Themenblock zum nächsten erfolgt ohne Themensprung. Der Interviewer leitet zu Thema 2 über, indem er das Stichwort „öffentlich-rechtliche Welt“ aus einer Antwort Gottschalks aufgreift. Er reißt das dritte Themengebiet dadurch an, dass er die Wendung „Hort der Hoffnung“ aus Gottschalks Äußerung als Überleitung verwendet. Auch das vierte Thema entwickelt sich aus dem Gesprächsgeschehen heraus ohne jeglichen Bruch: Der Interviewer kontert Gottschalk, der die Fragwürdigkeit Amerikas als Vorbild ausführt, mit der Frage, weshalb er dann dort lebe. Die Überleitung zum nächsten Themenblock zeigt ebenfalls keine thematische Lücke. Kontrastiv zu Gottschalks Ausführungen über sein „Leben als Nobody“ in den USA führt der Interviewer dessen Position in Deutschland an.

Selbst wenn man die einzelnen Themenblöcke im Detail betrachtet, bemerkt man, dass die Intervieweräußerungen meist in direktem Bezug zur Vorgängeräußerung stehen. Dies wird nicht nur im *Spiegel*-Gespräch mit Gottschalk deutlich, sondern ganz allgemein lässt sich sagen, dass der Gesprächscharakter in allen *Spiegel*-Interviews sehr ausgeprägt ist. Es werden keine zusammenhangslosen Frage-Antwort-Abfolgen abgebildet, sondern Gespräche. Erstaunlich ist dies insbesondere bei den Kurzinterviews.

Die Tatsache, dass der Interviewer das Interview thematisch steuert und dass die Themenprogression ohne Brüche vonstatten geht, zeigt sich – mit Ausnahme der *Bild*-Zeitung und teilweise auch *Stern* und *Focus* – in allen Interviews. Analysiert man das Interview mit Ulla Kock am Brink (*Bild*) genauer, stellt man fest, dass das Thema der ersten Frage ihre TV-Präsenz ist. Als abgeleitetes Thema wird sie im Anschluss daran gefragt, wann sie mit einer eigenen Show aufwarten könne. Die nächste Frage nimmt weder Bezug auf die vorausgehende Antwort Kock am Brinks noch auf die vorherige Frage und beinhaltet die „Affäre Christiansen“. Es liegt demnach ein Themenbruch vor. Die sich anknüpfende Frage nach kritischen Stimmen zu ihrem Verhalten leitet sich aus der Vorgängerfrage ab. Alle weiteren

Fragen besitzen nur einen losen Zusammenhang und beziehen sich im weitesten Sinne auf das übergeordnete Thema „Beziehung mit Theo Baltz“, das im Lead angesprochen wird. Die Aufeinanderfolge der Fragen erscheint in beliebiger Reihenfolge. Ähnliches lässt sich im zweiten *Bild*-Interview des Korpus feststellen (Thomas und Rutila Gottschalk).

Bei den Interviews des *Sterns* gibt es unterschiedliche Tendenzen. Das Interview mit Ulla Kock am Brink hat offenbar einen vorgefertigten Fragenkatalog zur Grundlage. So führen die Themenabschnitte ineinander über, indem sie sich linear auf vorhergehende Fragen beziehen oder sich voneinander ableiten lassen, während nur selten Elemente der Antworten aufgegriffen werden. Dieselbe Methodik kann man im Interview mit Rolf Zacher (*Stern*) verfolgen. Die einzelnen Fragen sind oft durch einen Oberbegriff, ein übergreifendes Thema gebunden, selten aber durch explizites Aufgreifen eines Themas aus den Interviewten-äußerungen. Vereinzelt zeigt sich diese Vorgehensweise auch in der Zeitschrift *Focus*.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Interviewer großen Einfluss auf die Themenbehandlung in Presseinterviews ausübt. Während in vielen Zeitungen ein perfektes Gespräch, ein Gespräch in idealisierter Form abgebildet wird, indem der Fragende auf die Antworten des Interviewten eingeht und die Themen sich weitgehend innerhalb des Gesprächs entwickeln, steht bei *Stern*, *Bild* und teilweise *Focus* meist ein Themengebiet im Vordergrund, aus dem sämtliche Fragen ableitbar sind. Die Antworten des Interviewten spielen bei der Formulierung der Frage kaum eine Rolle. Hieraus kann nicht unbedingt geschlossen werden, dass der Interviewer dominanter wäre, sondern eher, dass das Interview weniger spontan ist bzw. nach anderen Kriterien verschriftlicht wurde. *Stern*, *Bild* und *Focus* bilden „Frage-Antwort-Spiele“ ab, während alle anderen Wert auf eine Veröffentlichung legen, die den Gesprächscharakter hervorhebt. Was die generelle Dominanz des Interviewers bei der Themensteuerung betrifft, mag diese auch darauf zurückzuführen sein, dass es sowohl im Interesse des Interviewers als auch in dem der Medienmacher liegt, die Oberhand zu behalten. Da es den Medienmachern ohnehin nicht schwer fällt, Äußerungen, die einen solchen Eindruck mindern, zu eliminieren, ist die thematische Dominanz der Interviewer, unabhängig von der Person, nicht verwunderlich.

3.3.4 Der Interviewte

In Zeitungsinterviews finden sich Stars unterschiedlichen Popularitätsgrades. Sowohl die Prominenz innerhalb der Musikbranche als auch Fernsehstars und bekannte Sportler sind häufig in Presseinterviews zu finden. Der Bekanntheitsgrad kann maximal sein, wie im Fall von Boris Becker, aber selbst weniger bekannte Persönlichkeiten wie die Schauspielerin Fritzi Haberlandt kommen zu Wort. Mitunter sind mehrere Interviewte vorhanden, was jedoch nicht wie bei den Interviewern als situativer Vorteil gewertet werden kann. Die Mitglieder der Pop-Band „No Angels“ vertreten zwar als Musikgruppe das gleiche Interesse, werden sie allerdings zu persönlichen Dingen befragt, agieren sie als Einzelpersonen, nicht als Teil einer Gruppe.

Die Interviewten sind leicht identifizierbar, da deren Name an exponierter Stelle steht, und die Interviews mit einem Foto versehen sind.

Der Interviewte bezweckt im Interview – egal welchen Mediums – hauptsächlich eine positive Selbstdarstellung. Er kann nicht nur sein Ansehen und seine Popularität steigern, sondern das Interview gleichzeitig als Werbeplattform für sich und seine Produkte nutzen. Demnach versucht er, Sympathien bei der Leserschaft zu gewinnen und gleichzeitig ein gutes Verhältnis zum Interviewer/Redakteur aufzubauen, da dieser seinen Text verschriftlicht. Bei einigen Zeitungen/Zeitschriften erhält der Interviewte vor Erscheinen des Interviews eine schriftliche Fassung, die er schließlich autorisieren muss.⁴⁴ Dies ist allerdings nicht obligatorisch, weshalb der langjährige Journalist Michael Haller in seinem Handbuch für Journalisten den angehenden Interviewern die Autorisierung lediglich als Ratschlag mitgibt (2001, 318ff.):

„[...] die Zeitung [ist] keineswegs verpflichtet, die zum Druck bestimmte Fassung dem Interviewpartner vorzulegen. [...] Um der Gefahr einer Verletzung des Persönlichkeitsrechts zu begegnen, sollte die Redaktion, wenn Aussagen oder Frageinhalte neu formuliert werden, den druckfertigen Text dem Interviewpartner zwecks Zustimmung vorlegen.“

Da es aber nicht im Interesse der Medienmacher sein kann, dass der Interviewte den Text nach der Veröffentlichung widerruft, liegt auch ihnen etwas an einem möglichst wahrheitsgetreuen Text. Dies alles zeigt, dass – ebenso wie bei der Untersuchung der Intervieweräußerungen – bei der Analyse des Interviewten die Problematik darin besteht, dass sein Einflussbereich nicht klar von dem der Medienmacher abgegrenzt werden kann.

3.3.4.1 Aufbau der Interviewbeiträge

Bereits die Analyse der Intervieweräußerungen brachte zum Vorschein, dass die Gesprächsbeiträge des Interviewten meist länger und ausführlicher als die des Interviewers sind. Im Spaltendruck umfassen Äußerungen des Interviewten bis zu 25 Zeilen, sie können allerdings ebenso aus Ein-Wort-Sätzen bestehen.

Die Struktur der Interviewbeiträge lässt sich in aller Kürze für alle Presseinterviews abhandeln. Betrachtet man die Antwort in Relation zur Frage, so sind die Ergebnisse keineswegs überraschend. Der Leser erwartet einen homogenen Text, also einen Text, bei dem Frage und Antwort nach syntaktisch-semantischen Kriterien zusammenpassen. Die schriftliche Bearbeitung der Texte ermöglicht es problemlos, kohärente Interviewtexte zu erzeugen. Da aber beispielsweise Entscheidungsfragen nicht allein dann zufrieden stellend beantwortet sind,

⁴⁴ Die Praxis der Text-Autorisierung durch den Interviewten birgt durchaus auch Schwierigkeiten. Wie „Spiegel Online“ am 03.12.2003 berichtet, warnt der Deutsche Journalistenverband Journalisten vor diesen „Nachbesserungen“ der Interviewten und davor, zur „Spielart der Public Relations“ zu werden. Die Konsequenz sei: „Interviews, die vor ihrer Autorisierung durch den Interviewten stark verändert wurden, sollten von Journalisten nicht mehr veröffentlicht werden.“ (Spiegel online, www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,276687,00.html, Stand: 01/2004). Es muss jedoch hinzugefügt werden, dass die gesamte Diskussion, die unter Federführung der „taz“ ins Rollen gebracht wurde, sich vor allem auf Interviews mit Politikern bezieht.

wenn der Interviewte ein „Ja.“ oder „Nein.“ erwidert, sondern – ganz im Gegenteil – eine Reihe weiterer Antwortmöglichkeiten kommunikativ möglich sind, ist eine strukturelle Analyse hier wenig hilfreich.

3.3.4.2 Gesprächsverhalten des Interviewten auf Ebene der Gesprächsorganisation

Auch die Darstellung der Gesprächsorganisation, insbesondere des Sprecherwechsels liegt im Einflussbereich der Medienmacher. Wenn also Heinz Hoenig in der *SZ* die Interviewer-äußerung: „Irgendwie kann ich mich erinnern, dass Sie in dem Film waren und ...“, unterbricht und mit den folgenden Worten einen Sprecherwechsel herbeiführt: „In so einer Situation beginnt in Sekundenschnelle dein Leben an dir vorbeizurasen. [...]“, zeigt dies nicht nur, dass der Interviewte sich zu behaupten versucht. Es gibt auch Hinweis auf die Praxis der Verschriftlichung durch den Medienmacher.

Im Allgemeinen lässt sich jedoch konstatieren, dass der Sprecherwechsel fast ausschließlich kooperativ dargestellt wird. Kompetitive Gesprächsschrittbeanspruchungen durch den Interviewten bilden eine Seltenheit.

3.3.4.3 Gesprächsverhalten des Interviewten auf der Handlungsebene

Bei der Analyse des Interviewtenverhaltens bietet sich wie bei der Untersuchung des Interviewers an, die Gesprächshandlungen auf zwei Ebenen zu betrachten: der Beziehungsebene und der inhaltlichen Ebene.

Beziehungsebene

In diesem Kapitel soll unabhängig davon, ob der Interviewte inhaltlich zufrieden stellende Antworten gibt, herausgefunden werden, welche Art von Kontakt der Interviewte aufzubauen versucht. Interessant sind vor allem die Interviews, die auf Interviewerseite bereits Extreme aufgewiesen haben (*Spiegel, Stern*: kompetitiv, *SZ-Magazin*: kooperativ).

Die Einteilungskriterien der folgenden tabellarischen Auswertung reichen vom „Lob der Frage“ bis hin zum „Ausdruck von Unmut und Ärger“. Eine freundliche Atmosphäre offenbart sich durch den Ausdruck von Freude, aber auch durch die Zustimmung zu Aussagen des Interviewers. Weniger gut ist die Beziehung zwischen Interviewer und Interviewtem, wenn Fragen zurückgewiesen werden, die Beantwortung verweigert wird. Anzeichen einer gespannten Interviewer-Interviewten-Atmosphäre ist ebenso, wenn der Interviewte Aussagen des Fragenden ablehnt, wenn er kundtut, dass er völlig anderer Meinung ist. Im neutralen Bereich liegen Antworten, die geforderte Erklärungen liefern oder geschlossene Fragen beantworten. In dieser Hinsicht ist interessant, ob unter den Ja-/Nein-Fragen eine Mehrzahl verneint oder bejaht wird. Zur Kategorie „Sonstiges“ habe ich u.a. Äußerungen gezählt, die nicht gezielt auf

eine Frage antworten, auch nicht direkt die Aussage des Interviewers ablehnen oder ihr zustimmen, sondern einfach in losem Bezug zum vorher Geäußerten stehen.

Zur Auswertung der folgenden Tabelle soll ebenfalls die tabellarische Übersicht über das Interviewerverhalten in Kapitel 3.3.3.3 zu Rate gezogen werden. Es zeigt sich Folgendes. Das Interview mit Heinz Hoenig verläuft neutral. Interessant an diesem Interview ist die Anrede. In allen Presseinterviews des Korpus siezen sich die Beteiligten durchgehend, auch im Hoenig-Interview. Allein die letzte Äußerung Hoenigs, die – wie viele andere des Interviews – situative Elemente der Primärsituation beinhaltet, lautet: „[...] Hey – holst du den Kellner?“ (SZ). Man bekommt den Eindruck, die Gesprächspartner sind im Laufe des Interviews Freunde geworden.

Obwohl das Interview mit Vicco von Bülow auf Seiten der Interviewer viel Zuneigung offenbart, wird dies bei von Bülows Antworten nicht so deutlich. Zwar beantwortet er fast alle Fragen neutral und stimmt den Interviewern häufig zu, doch stoßen sie teilweise auch auf direkte Ablehnung. Im Folgenden versucht er erst eine Frage höflich zu umgehen, um sie bei genauer Nachfrage dann zurückzuweisen:

SZ: Bereuen Sie etwas?

vB: Leider weiß ich, dass ich nun nicht mehr gutmachen kann, was ich bereue.

SZ: Zum Beispiel?

vB: Mir wäre lieb, wenn ich am Ende unseres Gespräches noch Geheimnisse hätte.
(SZ-Magazin)

Vicco von Bülow wirkt den Interviewern gegenüber sehr selbstbewusst. Bei geschlossenen Fragen überwiegen verneinende Antworten von Bülows, wie in den folgenden Beispielen:

SZ: Es gibt Millionen Menschen, die ständig ihre Sketche nacherzählen. Stört Sie das?

vB: Nö.

SZ: Können Sie sich erinnern, wann genau Sie das Gefühl hatten, nun alt zu sein?

vB: Nee, nicht genau, ich war so um die siebzig. [...]

SZ: Gibt es so etwas wie Altersweisheit?

vB: Kaum. Die Jahre vergehen fast zu schnell, um aus Erfahrungen zu lernen. [...] (SZ-Magazin)

Für die meisten Zeitungsinterviews lässt sich konstatieren, dass sie Fragen und Antworten enthalten, die keine genauen Erkenntnisse über die Beziehung der Interaktanten liefern. Weder Ablehnung noch das Bemühen um eine freundliche Gesprächssituation sind festzustellen. Es sei hier als Ausnahme das Interview mit Ulla Kock am Brink in *Bild* genannt. Obwohl der Interviewer durchwegs ihr Privatleben anspricht, findet sich bei Kock am Brink in keiner Aussage eine Zurückweisung der Fragen und Kommentare:

Bild: Nach Beginn Ihrer neuen Liebe haben sich fast alle auf die Seite von Sabine Christiansen geschlagen. Sie waren die Buhfrau.

KaB: Das alles hat mich sehr viel Kraft gekostet. [...]

Bild: Sie sind kinderlos. Mit 41 könnten Sie durchaus noch Mutter werden.
KaB: Ich bin kein Lebensplaner. Ich habe mir nie gedacht mit 40 hast du
Versicherung, Haus, Garten, Kind. Es hat sich vieles immer einfach so ergeben.

Willig und sachlich neutral pariert Kock am Brink alle Fragen. Als sie gefragt wird: „Was verbindet Sie mit Theo Baltz?“, antwortet sie sogar äußerst freudig gestimmt:

„Lacht: Wir sind beide Krebs, Aszendent Waage...“ (*Bild*)

Aussagekräftiger sind die Langformen der Zeitschrifteninterviews in *Stern* und *Spiegel*, da die Interviewerhaltung hier sehr viel aggressiver als bei den Zeitungen ist. Im *Spiegel*-Interview wird Harald Schmidt beispielsweise vereinzelt mit negativen Implikationen, Nachfragen und Konterversuchen konfrontiert, denen er jedoch auf neutraler Position begegnet. Aussagen, die er nicht unterstützt, und Unterstellungen weist er resolut und direkt zurück. So quittiert er die Bemerkung: „Sie entstammen eben einer medienkritischen Familie.“, mit dem Satz: „Nein. Daraus lerne ich, dass Inhalte im Fernsehen immer wenig gezählt haben. [...]“. Obwohl das Interview auf Seiten des Interviewers zumindest in einigen Äußerungen eine gespannte Haltung zum Interviewten zum Ausdruck bringt, ist dies bei den Antworten Schmidts nicht festzustellen.

Dieser Gleichmut der Interviewten ist auch in anderen kompetitiven Presseinterviews festzustellen. Weit stärker als Schmidt ist Gottschalk beim *Spiegel* kritischen Äußerungen ausgesetzt. Dennoch ist seine Haltung den Interviewern gegenüber keineswegs aggressiv, sondern er antwortet sachlich neutral. In seinen Augen ungerechtfertigten Äußerungen begegnet er häufig mit Gegenbeispielen. Selbst auf die Provokation: „Gottschalk, das Sensibelchen?“, reagiert er in keiner Hinsicht beleidigt oder gekränkt, sondern relativiert diese Aussage mit den Worten: „Auf die Psychiater-Couch muss ich nicht.“

In vergleichbarer Weise verlaufen die *Spiegel*-Gespräche mit Westernhagen und Becker. Während Westernhagen nur eine einzige Antwort direkt verwehrt, weist Becker mehrmals Fragen zurück, meist mit Verweis auf juristische Gründe.

Spiegel: Und Sie wollen uns erzählen, dass Sie diese Platte damals in den Siebzigern so ganz ohne Drogen angehört haben.

W: Ich werde hier nicht auspacken, was für Drogen ich in meinem Leben schon genommen habe. [...]

Spiegel: Da ist aber auch noch Ihre Affäre mit dem russischen Model Angela Ermakowa, mit der sie in London eine Tochter haben sollen.

B: Aus juristischen Gründen kann ich dazu nichts sagen. (*Spiegel*)

Tabelle Verhalten des Interviewten auf der Beziehungsebene (Presse)

	Lob der Frage, Schmeichelei	Ausdruck von Freude, besondere Höflichkeit	Aussage des Interviewers zustimmen	neutrale Antwort, Erklärung, Sonstiges	auf geschlossene Frage: (ja) + Explikation	auf geschlossene Frage: (nein) + Explikation	(Teil der) Aussage anzweifeln/ablehnen	Frage zurückweisen	Ausdruck von Unmut, Ärger	Gesamt
SZ Heinz Hoenig		1	6	34	5	2				48
SZ-Magazin V. von Bülow			5	75	13	17	1	1		112
Mainpost M. Groß		1	1	6	4	2				14
Mainpost Doris Dörrie		1	2	13	2	5	1			24
FAZ H. Lauterbach			1	9	1	2				13
Bild Ulla Kock am Brink		1		4	2	2				9
Die Zeit F. Haberlandt		1	7	21	4	2	2			37
Der Spiegel H. Schmidt			2	21	4	3	2			32
Der Spiegel Jürgen Fliege				8	1		1			9
Der Spiegel Oliver Geißlen				3	1		1			5
Der Spiegel T. Gottschalk			1	21	4	4	4			34
Der Spiegel Boris Becker			9	59	13	12	5	4		102
Der Spiegel Westernhagen			3	27	3	11	1	1		46
Der Spiegel F. Potente			1	8	5	3				17
Focus Franka Potente			1	8	2	1		1		13
Focus R. Beckmann				1		3	3			7
Stern Boris Becker			3	37	10	7	3	2		62
Stern Patrice Faraméh			1	20	2	1	1			25
Stern H. Gröne- meyer			2	24	6	7				39
Stern Rolf Zacher			11	22	5	1				39
Stern Veronica Ferras			2	14	4		1	2		23
Stern Harald Schmidt				35	7	5				47
Stern Kock am Brink				14	9	5		2	1	32

Auch die Nachfrage der Interviewer nützt nichts: „Es ist ein schwebendes Verfahren, zu dem ich erst mehr sage, wenn die Ergebnisse des Gentests vorliegen.“ Nach dem Motto „Keine Aussage ist auch eine Aussage“ lassen sich die Redakteure nicht entgehen, diesen Teil des Interviewgesprächs in die Schriftfassung zu übernehmen. Zieht man aber in Betracht, dass Becker einer Vielzahl kritischer Äußerungen und mitunter direkter Provokation ausgesetzt ist, fallen seine Antworten auffallend kooperativ aus.

Für die Langformen der *Spiegel*-Interviews lässt sich zusammenfassend feststellen, dass den Interviewten sehr viel mehr an einer freundlichen Gesprächsatmosphäre zu liegen scheint als den Interviewern. Weder auf Provokationen, Kritik oder für die Interviewten nachteilige Unterstellungen reagieren sie verärgert. Nur selten weisen sie Fragen zurück oder widersprechen offen.

Wie sieht die Situation bei Interviews des *Sterns* aus? Ruft man sich das Interviewerverhalten nochmals vor Augen, stellt sich folgendes Bild dar. Patrice Faraméh sieht sich nicht nur direkter Provokation ausgesetzt, sondern auch Kritik. Dennoch zeigt die Ex-Freundin von Boris Becker keine Anzeichen von Ärger, sondern ignoriert die Frage schließlich offen:

Stern: Frau Faraméh, sind Ihre Brüste echt?

F: Wie kommen Sie denn auf die Frage?

Stern: Naja, wenn eine Frau plötzlich aus dem Nichts an der Seite eines Boris Becker auftaucht und monatelang die Medien beschäftigt, wird halt viel getratscht. Da hört man dann sowas wie: Das war der Chirurg.

F: Okay, was noch? (*lacht*) (*Stern*)

Auch wenn Faraméh generell den Ausdruck von Verärgerung vermeidet, schreckt sie nicht davor zurück, Aussagen abzulehnen. Die Unterstellung, dass ihre Beziehung zu Boris Becker von einer PR-Frau lanciert wurde, weist sie deutlich zurück: „Nein. Es war Zufall, dass wir uns trafen.“ Kennzeichen aller weiteren *Stern*-Interviews ist, dass persönliche, oft intime Fragen gestellt werden. Der Interviewte gerät dadurch unter Zugzwang, er muss sich beständig entscheiden, wie viel von seiner Person er preisgeben will. Besonders Ulla Kock am Brink, aber auch Boris Becker und teilweise Rolf Zacher werden ohne Umschweife provoziert und oft auf persönlicher Ebene kritisiert. Während sich Rolf Zacher nicht einmal ansatzweise aus der Ruhe bringen lässt und alle Fragen und Äußerungen willig akzeptiert, versucht Kock am Brink sich zu wehren und wirkt teilweise genervt. Interessant ist hierbei die Sequenz, in der ihre Beziehung zum Ex-Mann von Sabine Christiansen thematisiert wird:

Stern: Sabine Christiansen sagte, Theo Baltz habe Sie mit seinem Charme erobert. Was mögen Sie an ihm?

KaB: Dazu möchte ich jetzt nichts sagen.

Stern: Haben Sie Frau Christiansens Sendung am 9. September gesehen, bei der die Moderatorin ein bisschen, sagen wir mal, neben der Spur war?

KaB: Warum wollen Sie das wissen?

Stern: Weil uns das interessiert.

KaB: Oje. (*Stern*)

Becker scheint im *Stern* nur sporadisch einzelne Äußerungen abzulehnen. Er will keine Auskunft zum Thema Steuerhinterziehung geben: „Bitte entschuldigen Sie, aber das ist ein schwebendes Verfahren. Dazu kann ich leider nichts sagen.“, und auch die Frage nach seiner Affäre weist er zurück. Wie Schwitalla feststellt, entstehen durch Antwortverweigerungen in Dialogen „Interaktionsblockaden“ (vgl. Schwitalla 2001, 1358), was als Erklärung für die meist neutrale Antwortstrategie der Interviewten durchaus plausibel ist.

Eine Sonderrolle im Interviewerverhalten spielen die Interviews mit Harald Schmidt und Veronica Ferres, bei denen neutrale Fragen im Vordergrund stehen. Erst an zweiter Stelle finden sich persönliche Fragen bzw. negative Implikationen. Es ist nachvollziehbar, dass kaum Ablehnung bemerkbar ist. Allein Ferres weigert sich, eine zu persönliche Frage zu akzeptieren, unterbricht den Interviewer im ersten Beispiel sogar. Während sie zuerst noch den höflichen Wunsch äußert, nichts über ihre Beziehung zu Helmut Dietl sagen zu müssen („möchte“), zeigt sie sich im zweiten Beispiel entschieden und resolut:

Stern: Bei Ihnen passiert offenbar alles gern schnell. Nach der Trennung von Helmut Dietl, mit dem Sie neun Jahre zusammenlebten ...

F: Zu Dietl und mir möchte ich nichts sagen.

Stern: Die Trennung von Dietl verwirrte Sie nicht weiter?

F: Zu Helmut Dietl und mir sage ich nichts. (*Stern*)

Da Grönemeyer ebenfalls keiner direkten Kritik ausgesetzt ist, zeigt er keine Anzeichen von Verstimmung. Die Vielzahl an Fragen über seine Persönlichkeit scheinen die Grenze der Privatsphäre in seinen Augen nicht zu überschreiten, weshalb er willig antwortet, wenn er beispielsweise gefragt wird:

Stern: Haben Sie eine Trauertherapie gemacht?

G: Ich war kurze Zeit bei einem Londoner Therapeuten. [...]

Stern: Gibt es Tage, an denen Sie nicht an Anna denken?

G: Ich trage Anna nach wie vor in mir [...]

Stern: Haben Sie sich seit Annas Tod verliebt?

G: Das ist noch nicht möglich. [...] (*Stern*)

Die Zeitschrift *Focus* zeigt sich von verschiedenen Seiten. Franka Potente trifft oft auf Fragen, die keine Aussage über die Beziehung zwischen Interviewer und Interviewtem enthalten und beantwortet sie dementsprechend neutral. Beckmann hingegen muss sich gegen die negativen Implikationen des Interviewers zur Wehr setzen, was er auch ohne Umschweife tut. Die Bemerkung über sein Gespräch mit dem Politiker Jürgen W. Möllemann: „Für Ihre weiche Gesprächsführung gab es harte Kritik.“, lehnt er mit den Worten ab: „Es gab auch viel Lob. [...]“.

Antwortverhalten

Durch die situativ festgelegte Rollenverteilung im Interview ist der Interviewte weitgehend auf die Rolle des Antwortenden beschränkt. Kann demnach eine Gegenfrage als Sonderform von Antwort gelten? Um dies herauszufinden, ist vorerst eine Klärung notwendig, was überhaupt als Antwort bezeichnet werden kann. Während im vorigen Kapitel ganz selbstverständlich für alle Interviewtenäußerungen der Terminus „Antwort“ verwendet wurde, stellt sich die Frage, ob dies gerechtfertigt ist. Sind alle Äußerungen des Interviewten aus situativen Gründen bereits Antworten?

Conrad (1977, 51) ist der Meinung, dass Antworten nur einen Teil der möglichen Reaktionen auf eine Frage bilden.

„Eine Antwort A auf eine Frage F ist ein Satz bzw. eine Folge von Sätzen, der bzw. die dem in der Struktur der Frage F vorgegebenen Antwortschema genügt und die in der Frage F festgelegten Einsetzungsbedingungen für die im Fragesatz enthaltene Frageunbekannte erfüllt.“

Auch wenn diese Definition Conrads sehr strikt ist und noch im Einzelnen zu prüfen wäre, enthält sie einen wichtigen Aspekt. Sie lässt die Bezeichnung „Antwort“ nur für solche Äußerungen zu, die die „Frageunbekannte“ erfüllen. Gibt man also nicht die durch die Frage geforderte Information, hat man ebenso wenig eine Antwort gegeben, wie wenn man schweigt. Eine derartige Einschränkung erscheint mir zu restriktiv und in Zusammenhang mit dem alltäglichen Antwortbegriff verwirrend. Zudem können Antworten nur innerhalb eines Dialoggeschehens beurteilt werden – auch eine nicht erfolgte Antwort ist auf Dialogebene aufschlussreich. Deshalb genügt es nicht, allein die syntaktisch-semantische Struktur der Frage in Relation zur Antwort zu betrachten; die Menge möglicher Antworten ist nicht bestimmbar, eine fixe Menge von Antwortschemata, die die „Frageunbekannte“ Conrads ausfüllen, kann es nicht geben.

Auf dialogischer Ebene will Bucher (1994, 242) „Antworthandlungen“ von „Entgegnungshandlungen“ trennen. Er nimmt somit ebenfalls eine Untergliederung vor, die hier aufgrund der interviewbedingten Rollenverteilung jedoch nicht übernommen werden soll. Außerdem ergeben sich bei einer derartigen Trennung Probleme daraus, wie Teilantworten zu bewerten sind.

Da eine Unterscheidung demnach mehr Probleme als Vereinfachungen mit sich bringt, sollen in dieser Arbeit alle Reaktionen auf Intervieweräußerungen als „Antworten“ bezeichnet werden, ihnen aber in inhaltlicher Hinsicht unterschiedliche Grade der Frageerfüllung zugeschrieben werden. Das Bewertungssystem der Dialoganalyse erscheint mir dabei hilfreich.

Tabelle Antwortverhalten des Interviewten (Presse)

Interview	Antwortverhalten responsiv		Antwortverhalten teilresponsiv			Antwortverhalten non-responsiv					Sonstiges	Gesamt
	Antworterwartung übertreffen	Antworterwartung erfüllen	auf Teilaspekt antworten, teilweise ausweichen	Außerung des Interviewers korrigieren, verändern, umdeuten (Teil der Intervieweräußerung explizit zurückweisen)	Ausweichen	kontern (Frage-Gegenfrage, Vorwurf-Gegenvorwurf)	Nachfragen	Antwort explizit verweigern	Sonstiges non-responsives Verhalten			
SZ Heinz Hoenig	2	35		2		2	1				6	48
SZ-Magazin V. von Bülow	8	73	4	16		4	1		1	1	4	112
Mainpost M. Groß	2	10	1			1						14
Mainpost Doris Dörrie	2	20		2								24
FAZ H. Lauterbach		9	2	1							1	13
Bild Ulla Kock am Brink	2	6	1									9
Die Zeit F. Haberlandt	1	34	2									37
Spiegel H. Schmidt	7	11	1	5		5	1				2	32
Spiegel Jürgen Fliege	1	5	3									9
Spiegel Oliver Geißén	2	3										5
Spiegel T. Gottschalk	5	19		8							2	34
Spiegel Boris Becker	23	48	14	7		4	2		4			102
Spiegel M. Westernhagen	1	32	2	6	1				1		3	46
Spiegel F. Potente	1	12		2		1		1				17
Focus F. Potente	1	5	2	3		1			1			13
Focus R. Beckmann		2		4			1					7
Stern Boris Becker	4	50	1	2		1			2		2	62
Stern Patrice Faramé	1	15		5			2			1	1	25
Stern H. Grönemeyer	5	29	2	2		1						39
Stern Rolf Zacher	8	22	4	6						1		39
Stern V. Ferres		11	2	6					2		2	23
Stern Harald Schmidt	3	39		3		1					1	47
Stern U. Kock am Brink		25	1	1	1	1			2		1	32

Manche Antworten liefern vollständig Auskunft über das Gefragte und können demnach als „responsiv“ bezeichnet werden. Antworten können aber ebenso Teilbereiche der Frage abdecken, also „teil-responsiv“ sein, oder gar nicht auf den Inhalt der Frage Bezug nehmen und somit „non-responsiv“ sein. Hierzu müsste man u.a. Gegenfragen rechnen. Handelt es sich um Äußerungen, die nicht als Antworten im weitesten Sinne zu identifizieren sind – da ihnen auch keine Fragehandlung zugrunde liegt – finden sie sich in der Kategorie „Sonstiges“ wieder. Bei Äußerungen, die zwar auf Interviewerseite nicht als Frage interpretierbar sind, kann es durchaus vorkommen, dass die Erwiderung des Interviewten als responsive Antwort zu werten ist, wenn die Reaktion des Interviewten die Erwartung des Interviewers voll erfüllt. Auch wenn einzelne Zuweisungen innerhalb der Tabelle sicher anfechtbar sind, lässt sich eines ganz deutlich erkennen. Die meisten Intervieweräußerungen geben eine befriedigende Antwort auf die Frage.

Mitunter liefert der Interviewte sogar mehr Informationen als verlangt. Er geht auf andere Themenkomplexe über oder weitet die Antwort durch andere Aspekte aus. Dies ist besonders in den *Spiegel*-Interviews mit Becker und Schmidt und in einzelnen *Stern*-Interviews auffällig. Im folgenden Beispiel verneint Zacher nicht nur, seine damalige Freundin Geli zum Heroin geführt zu haben, sondern liefert die Lebensgeschichte Gelis bis zu ihrem Tod noch dazu:

Stern: Haben Sie Geli zum Heroin gebracht?

Z: Sie scharwenzelte so lange um einen Typen rum, bis der ihr einen Snief gab. Die Geli war eine alte Speed-Nudel, die schon als Kind Tabletten fraß. Sie bekam mit vierzehn ein Baby und wuchs in einer Erziehungsanstalt auf. Als sie von mir schwanger war, sind wir nach Holland gefahren und haben eine Abtreibung machen lassen. Es war zu gefährlich, denn wir hatten das Kind auf Heroin gezeugt. Später ist Geli dann an Krebs gestorben. (*Stern*)

Selten weist der Interviewte Teile der Frage ausdrücklich zurück. Gibt der Interviewte nicht vollständig Auskunft über das Gefragte, überwiegen Antworten, die zumindest noch Teile der Frage beantworten oder die Äußerung des Interviewers umdeuten, wie im folgenden Beispiel. Vicco von Bülow verharmlost Momente der Frustration als morgendliche Melancholie, die schnell vorübergeht.

SZ: Gibt es Momente wo sie aufwachen und nicht mehr wollen?

vB: Sie meinen diese zeitgemäße weit verbreitete Morgenmelancholie? Die ist nach zehn Minuten vorbei. (*SZ-Magazin*)

Hinsichtlich des non-responsiven Verhalten zeigt sich, dass die Interviewer oft lieber die Frage umgehen, anstatt sie explizit abzulehnen. So will Becker der impliziten Aussage nicht zustimmen, früher in einer Scheinwelt gelebt zu haben und weicht der Frage aus:

Spiegel: Fehlt Ihnen heute manchmal das Tennisspiel, wenn Sie merken, wie kompliziert das wirkliche Leben sein kann?

B: Ich denke zurück an Zeiten, wo das Leben so viel einfacher war als heute. (*Spiegel*)

3.3.4 Themensteuerung

Hinsichtlich der thematischen Progression muss hier auf die Themenanalyse bei Untersuchung des Interviewers verwiesen werden. Dort wurde herausgefunden, dass der Interviewte zwar durchaus innerhalb einer Antwortpassage Themenübergänge vollziehen kann. Inwieweit diese als neue Themen in der Frage aufgegriffen werden, entscheidet allerdings der Interviewer. Insofern kann dem Interviewten im Presseinterview kaum Einfluss auf die Themensteuerung zugesprochen werden. Allein durch Antwortverweigerung ist es ihm möglich, Themen abzuwenden.

3.3.5 Der Leser

Der Leser ist der Rezipient des Textes. Für ihn wird der Interviewtext produziert. In ihrem Aufsatz „Auf der Suche nach dem verlorenen Zuschauer“ kritisiert Ruth Ayaß, dass bei aller Medienforschung der letzten Jahre der Zuschauer vernachlässigt worden sei. Schließlich dürfe man nicht vergessen, dass auch er ein sozial Handelnder sei (vgl. Ayaß 1993, 27ff.). Doch in welchem Verhältnis stehen Medienprodukt und Rezipient, speziell Presseinterview und Leser? Was die Wirkung der Medien im Allgemeinen auf den Rezipienten angeht, herrschen in der Kommunikationsforschung zwei Ansätze vor: der „Stimulus-Response-Ansatz“ und das „Uses-and-Gratifications-Modell“. Die erste Theorie hat einen weitgehend passiven Rezipienten zur Grundlage, der die Medienbotschaft als Reiz erfährt, auf den er in voraussagbarer Weise reagiert. Das zweite Modell betrachtet den Rezipienten als aktiv Beteiligten: Der Leser, Hörer oder Zuschauer hat die freie Wahl, sich bestimmten Medienprodukten zuzuwenden; er bestimmt, ob und wie lange er das Medienangebot nutzt. Überdies interpretiert und deutet er das Konsumierte in seiner eigenen Art und Weise, was zur Folge hat, dass eine allgemeine und verbindliche Medienwirkung ausgeschlossen wird.⁴⁵

Das Reiz-Reaktions-Modell steht in völligem Widerspruch zur Zielsetzung dieser Analyse, die im Rezipienten einen Textbeteiligten sieht. Was den zweiten Ansatz betrifft, setzt dieser meiner Meinung nach das Medienprodukt zu sehr in den Hintergrund. Er lässt außer Acht, dass ein Text verbindliche Größen enthält und zwar einen gewissen Deutungsspielraum zulässt, nicht aber völlig frei interpretiert werden kann. Schönbach und Eichhorn (1992, 11f.) wenden sich aufgrund der Nachteile dieser beiden Modelle bei ihrer Untersuchung einem „transaktionalen Modell“ zu. Dieses rückt die Wechselwirkung zwischen Medienprodukt und Publikum in den Mittelpunkt:

„Medienbotschaften können das Interesse des Publikums an ihnen steigern oder vermindern; Rezipientenerwartungen können Medieninhalten erst zu einem Effekt verhelfen, aber ihn natürlich auch verhindern.“ (Schönbach/Eichhorn 1992, 12)

⁴⁵ Vgl. hierzu Schönbach/Eichhorn (1992, 11f.).

Während Schönbach/Eichhorn sich bei ihrer Wirkungsforschung auf die außertextliche Welt beziehen und den Einfluss der Medien bei Kommunalwahlen untersuchen, will ich die Einflussnahme des Lesers auf den Text betrachten. Problematisch an dieser Themenstellung ist, dass der Einfluss des Lesers selten direkt aufgezeigt werden kann. Zwar lassen sich Entwicklungsprozesse erkennen, wenn man Interviews über eine längere Zeitspanne hinweg beobachtet. Zeitungen und Zeitschriften verändern sich im Laufe der Zeit und passen sich den Konsumenteninteressen an. Das Textkorpus hier kann aber derartige Entwicklungstendenzen innerhalb der Presse nicht zum Vorschein bringen.

Auch wenn eine direkte Einflussnahme des Lesers auf das Dialoggeschehen in Presseinterviews nicht nachweisbar ist, lassen sich zumindest einige Faktoren nennen, wie der Rezipient indirekten Einfluss ausübt.

3.3.5.1 Der Einfluss des Lesers im Vorfeld

Betrachtet man die Leserreaktionen auf das Becker-Interview im *Spiegel*, auf das ich später genauer eingehen will, ist nicht verwunderlich, dass beispielsweise die Zeitung *FAZ* sehr sparsam mit Starinterviews umgeht. Die *Spiegel*-Leserschaft reagierte teilweise sehr erbost darauf, dass das Interview mit einem ehemaligen Tennis-Star die Titelstory der Zeitschrift füllte. Jede Zeitung, alle Magazine wählen die Interviewpersonen in Hinblick auf ihre Leserschaft aus und verwenden eine große oder kleine Anzahl an Interviews in ihren Publikationen. Dies trifft natürlich gleichermaßen für den Rundfunk zu.

3.3.5.2 Die indirekte Textpräsenz des Lesers

Die Textpräsenz des Lesers zeigt sich besonders deutlich in erklärenden Einschüben des Interviewers, wenn der Interviewte Personen oder Sachverhalte nennt, deren Kenntnis beim Leser nicht vorausgesetzt werden kann. Da der Interviewte dem Leser gegenüber einen Wissensvorsprung hat und er sich mit einer Person unterhält, die auf das Interview speziell vorbereitet ist, muss ein eventuelles Wissensdefizit auf Seiten des Rezipienten durch die Medienmacher ausgeglichen werden. Bei der Verschriftlichung des Interviewtextes wird also darauf geachtet, dass der Text für die Leser verständlich ist. Im folgenden Beispiel wird Patrice Faramehs Antwort unterbrochen, damit der Interviewer eine Erklärung anfügen kann:

Stern: Nach der Trennung von Becker sagten Sie, Sie fühlten sich wie ein „Spielball im Flipperautomaten“, der hin und her geschossen wird. Wer spielt da mit Ihnen?

Farameh: Die Zeitungen, die Fotografen, das Fernsehen. Ich hatte diesen ersten Auftritt nach der Trennung ...

Stern: ... bei einer Vernissage von Karl Lagerfeld.

Farameh: Ich wollte mich nicht verstecken. [...]

Unabhängig davon, ob dieser Kommentar auch innerhalb der Primärsituation geäußert wurde oder nicht, dient er als Erklärung für den Rezipienten.

Ein weiteres anschauliches Beispiel findet sich im Interview mit Westernhagen im *Spiegel*. Hier mischt sich der Interviewer in eine Äußerung Westernhagens ein, um dem Leser die temporale und lokale Einordnung der Antwort zu erleichtern. Der Interviewte wird gefragt, wann er seinen Musikerkollegen Herbert Grönemeyer das letzte Mal gesehen habe:

Spiegel: Wann zuletzt?

Westernhagen: Bei den MTV Europe Music Awards ...

Spiegel: ... deren Verleihung vergangenen November in Frankfurt am Main stattfand ...

Westernhagen: ... hinter der Bühne.

Weitere Beispiele dieser Art finden sich insbesondere in *Spiegel* und *Stern*. Erwähnt sei hier noch das *Spiegel*-Gespräch mit Thomas Gottschalk, der in zwei Passagen Personen nennt, die dem Leser möglicherweise nicht bekannt sind. Daraufhin greift der Interviewer erklärend ein und versucht den Wissensvorsprung der Interviewpartner dem Leser gegenüber auszugleichen:

Gottschalk: Die sollen lieber an anderen Stellen aufpassen, wo das öffentlich-rechtliche System wirklich auf dem Prüfstand steht - zum Beispiel bei Hans Janke.

Spiegel: ... dessen Ernennung zum ZDF-Programmdirektor seit Monaten von der CDU verhindert wird.

Gottschalk: [...] Ich hoffe, dass mein Freund Markus Schächter, den ich früher immer als Hauskaplan des ZDF veräppelt habe ...

Spiegel: ... und der heute Intendant ist ...

Gottschalk: ... sich durchsetzt und Janke Programmdirektor wird.

3.3.5.3 Der Einfluss des Lesers im Nachhinein

Auch nach Veröffentlichung der Publikation hat der Leser noch Einflussmöglichkeiten, natürlich nur auf künftig erscheinende Ausgaben. In Form von Leserbriefen kann er einzelne Artikel loben oder kritisieren. Dass Leserbriefe nicht immer abgedruckt werden können, ist bei der Masse an Einsendungen nachvollziehbar. Vor allem bei polarisierenden Artikeln oder gerade Titelstorys, die eine größere Anzahl an Leserbriefen nach sich ziehen, ist es jedoch durchaus möglich, dass sich die Leser öffentlich äußern. In einer *Spiegel*-Ausgabe (8/2001, 11f.) habe ich eine Reihe von Leserbriefen gefunden, die zum *Spiegel*-Gespräch mit Boris Becker Stellung beziehen. Viele Lesermeinungen sind hierbei sehr kritisch, gerade was die exponierte Position des Interviews als Titelstory anbelangt. Ich will an dieser Stelle Meinungen verschiedener Leser zitieren:

„[...] Dass jetzt auch schon im SPIEGEL achtseitige Interviews über Privatprobleme alternder Sportstars abgedruckt werden, stimmt doch bedenklich. [...]“

„Gibt es keine interessanteren Titelthemen als die Seifenoper eines in der Pubertät stecken gebliebenen Tennis-Multimillionärs? [...]“

„[...] haben wir nicht wichtigere Probleme?“

„Gibt es auf der Welt nichts Wichtigeres? [...] Ich will Infos, nicht den ‚bunten‘ SPIEGEL!“

„Den ständigen Seelenstriptease des Boris Becker, den zu meinem Bedauern nun auch noch der SPIEGEL mitmacht [...].“

Die Auswahl der abgedruckten Texte obliegt den Medienmachern. Insofern ist schwer zu sagen, ob die Einsendungen bei der *Spiegel*-Redaktion irgendwelche Veränderungen bewirkt haben und ob die abgedruckten Briefe überhaupt repräsentativ sind. Überdies behalten sich die Redakteure das Recht vor, Leserbriefe nicht nur zu kürzen, sondern auch zu verändern, wie Burger (2001a, 615) betont:

„Doch ist die Abgrenzung von redaktionellem Text und Leserbrief nur scheinbar klar. Leserbriefe werden in der Regel bearbeitet (ohne daß der Rezipient die Bearbeitung merkt) und die Bearbeitung geschieht natürlich nach journalistischen Kriterien wie Verständlichkeit, Relevanz usw.“

Generell sollte die ökonomische Macht des Rezipienten nicht unterschätzt werden. Zeigt sich eine Vielzahl an Lesern längere Zeit unzufrieden, müssen Veränderungen vorgenommen werden, um die Käufer nicht zu verlieren. Außerdem müssen die Medienmacher auf die Lesegewohnheiten ihres Publikums Rücksicht nehmen, die sich im Laufe der Zeit aus unterschiedlichen Gründen wandeln können. So änderten sich vermutlich durch das World Wide Web die Ansprüche an Texte⁴⁶, auf die die Zeitungen und Zeitschriften reagieren mussten. Bucher (1996, 31) nennt bei den Printmedien den verstärkten Einsatz von Bildern, in Farbe und in größerem Format, Informationsgraphiken, die Sachverhalte visualisieren, Farb- leitsysteme, die das Blatt ordnen, Logos, farbunterlegte Kästen, neue und größere Schrifttypen sowie großzügigere Formen des Seitenlayouts. Gerade in diesen Bereichen wird deutlich, dass sich der Einfluss von Leser und Herausgeber oft vermischen; es schließt sich demnach der Bogen hin zum Analysekapitel „Herausgeber/(Chef-)Redakteur“. Harald Burger bemerkt zu diesem Thema ganz allgemein, dass die Medienmacher zwar durchaus den Rezipienten fest im Blick haben, wenn sie Texte gestalten. Ob sich die beiderseitigen Vorstellungen jedoch decken, ist nicht gewährleistet (Burger 2001a, 617):

„Die Kommunikatoren (insbesondere die Redakteure) machen sich in der Regel ein bestimmtes Bild von den Textsortenvorstellungen und -erwartungen der Rezipienten, und nach diesem Bild gestalten sie ihre Texte. Der Text ist also in erster Linie ein Produkt dieser Vorstellungen. Die Rezipienten auf der anderen Seite haben bestimmte Erwartungen an Medientexte und bilden sich ihre kategoriellen

⁴⁶ Vgl. hierzu Schmitz (1996, 15): „Die aktuelle Lesewirklichkeit zeigt allerdings, daß der moderne Leser in schnellebiger Zeit auch als aktives Prinzip der Konstruktion von Texten wirkt. Das tut er nämlich, indem er aus vielfältig vorgegebenem Material verschiedenartige Fetzen oder Teile auswählt und zusammenstellt. Das Lesen selbst hat sich also verändert, jedenfalls im Bereich massenmedialer Texte, die ja heute den Löwenanteil wahrgenommener Texte ausmachen.“

Vorstellungen über Textsorten, die durchaus nicht mit den Vorstellungen der Kommunikatoren übereinstimmen müssen.“

3.4 Zusammenfassung „Presseinterviews“

Will man die wichtigsten Ergebnisse der Presseanalyse kurz zusammenfassen, sticht im Hinblick auf den Einfluss des Mediums in erster Linie ins Auge, dass durch die Verschriftlichung Daten verloren gehen, Veränderungen der Medienmacher beliebig vorgenommen, aber vom Rezipienten nicht nachvollzogen werden können. Der Text richtet sich nach dem Raum, er präsentiert sich als lineare Abfolge und vermittelt nur wenig von der Primärsituation. Dass die Rezeption zeitlich und räumlich variabel ist, lässt sich im Aufbau der Zeitung/Zeitschrift und des Textes selbst erkennen.

Die Medienmacher können den Text nicht nur weitgehend verändern, sondern bestimmen auch Textaufbau und -position. Einen wesentlichen Einflussfaktor bilden die Paratexte. Mit Hilfe von Überschriften und Bildern kann der Leser in seiner Rezeption gesteuert werden. Durch missverständliche Kombinationen von Text und Bild wird der Rezipient ebenfalls beeinflusst, was insbesondere *Der Spiegel* auszunutzen weiß. Informationen können überdies über Grafiken und Bilder vermittelt werden. Der Herausgeber legt den Bildanteil fest, der gerade im *Stern* teilweise höher als der Wortanteil ist. Ferner bestimmt er, in welchem Ausmaß Elemente gesprochener Sprache in das Transkript mit aufgenommen werden. Es wurde dabei deutlich, dass gesprochensprachliche Elemente mitunter überraschend großen Raum bei den Presseinterviews meines Korpus einnehmen. Generell hat sich gezeigt, dass die Medienmacher einen sehr großen Einfluss auf den Presstext ausüben.

Der oder die Interviewer treten nicht als singuläre Persönlichkeiten, sondern in ihrer Funktion als Interviewer innerhalb der Publikation auf. Analysiert man das Interviewer-Interviewten-Verhalten aus Rezipientensicht, ist man auf die verschriftlichte Version angewiesen. Die Interviewerbeiträge sind weitaus kürzer als die des Interviewten. In erster Linie handelt es sich hierbei um Fragehandlungen, wobei ein Schwerpunkt auf geschlossenen Fragen liegt. Über den Sprecherwechsel lassen sich kaum Angaben machen. Auf der Beziehungsebene scheinen die Zeitungen eine überwiegend neutrale Fragestrategie einzusetzen (mit Ausnahme von *Bild*). Die Magazine hingegen weisen durchaus kompetitive Gesprächsbeiträge auf, wobei *Der Spiegel* sich oft kritisch äußert, während *Stern* den Interviewten durch Gefühlsfragen einzuengen versucht. Auch direkte Provokationen finden sich vereinzelt, insbesondere bei den zwei genannten Magazinen. Inhaltlich überwiegen Fragen zur Person. Während die Zeitungen kaum inhaltliche Steuerung vornehmen, fallen im *Spiegel* „geladene Fragen“ – Fragen mit Fragevoraussetzung und Fragen mit Antworttendenz – besonders auf. Ähnliches lässt sich im *Stern* erkennen. Bei der Themenprogression liegt die Oberhand eindeutig auf Seiten des Interviewers. Augen-

scheinlich ist, dass der *Stern* sich wenig auf Antworten des Interviewten bezieht, sondern sich Folgefragen oft aus der vorhergehenden Frage entwickeln.

Die Äußerungen der Interviewten sind in der Presse weitaus länger als die der Interviewer, überschreiten aber selten den Umfang von 25 Zeilen im Spaltendruck. Auf der Beziehungsebene kam bei der Analyse überraschend einheitlich zum Vorschein, dass die Interviewten fast ausnahmslos sehr gleichmütig reagieren, egal mit welcher Fragestrategie sie konfrontiert werden. Sie verhalten sich meist neutral. Auch inhaltlich zeigen sich die meisten Interviewten kooperativ. Sie beantworten häufig alle Fragen zufrieden stellend, selten weisen sie Äußerungen des Interviewers direkt zurück und nur manchmal beschränken sie sich auf eine Teilbeantwortung.

Die Präsenz des Lesers in den Texten ist nicht ganz so einfach nachzuvollziehen. Ein klares Indiz bilden erläuternde Einschübe. Darüber hinaus übt der Käufer ökonomische Macht aus. Die Zeitung muss inhaltlich und optisch auf seine Bedürfnisse reagieren. Der Rezipient kann insofern Einfluss ausüben, als er sich mit Briefen an die Redaktion bemerkbar macht. Dies ändert zwar nichts mehr an dem veröffentlichten Text, nimmt aber möglicherweise Einfluss auf zukünftige Erscheinungen. Die Macht des Käufers ist somit nicht zu vernachlässigen, lässt sich aber nur schwer am Text selbst greifen.

4 Das Hörfunkinterview

4.1 Hintergrundwissen zum Hörfunkinterview

Dass Interviews in den Anfängen der Radiosendungen noch nicht die Selbstverständlichkeit besitzen, mit der wir sie heute rezipieren, zeigen Ausführungen des Schriftstellers Bertolt Brecht. In seiner zwischen 1927 und 1932 entwickelten „Radiotheorie“ (1967, 124 ff.) hebt er die Vorzüge von Rundfunkinterviews gegenüber denen in Zeitungen hervor:

„Außerdem können Sie vor dem Mikrophon an Stelle toter Referate wirkliche Interviews veranstalten, bei denen die Ausgefragten weniger Gelegenheit haben, sich sorgfältig Lügen auszudenken, wie sie dies für die Zeitungen tun können.“
(Brecht 1967, 125)

Diese Äußerung lobt nicht nur die Lebendigkeit von Rundfunkinterviews, sondern behauptet gleichzeitig, dass der Interviewte weniger Spielraum zur Täuschung hat. Sein Einfluss auf den Interviewtext wäre demnach im Vergleich zum Presseinterview vermindert, was es jedoch im Laufe der Analyse noch zu überprüfen gilt.

Entwicklung des Hörfunkinterviews

Eine Vorform des Hörfunkinterviews bildete in den 40er Jahren das so genannte „Feature“. Hierbei handelt es sich um eine Art Collage aus berichtenden Elementen und Originalaufnahmen von der Straße. Schon bald enthielten die Aufnahmen längere Gesprächspassagen zwischen dem Reporter und den Befragten, und schließlich entstanden „reine“ Interviews. Diese wurden oft über das Telefon abgewickelt und stellten nur kurze Gesprächssequenzen dar.

Wenn die Textsorte „Hörfunkinterview“ auch weitgehend von den Presseinterviews übernommen wurde, hat das Radiointerview doch einige Vorteile, auf die Schwitalla (1993, 13) hinweist:

„Hintergrundgeräusche vermitteln etwas von der Situation; Prosodie und sprachliche Eigenschaften der Rede verraten etwas von der Person des Interviewten; die dialogische Textform paßt prinzipiell zur gesprochenen und gehörten Sprache.“

Kommunikationssituation im Hörfunkinterview

Bei Hörfunkinterviews handelt es sich um gesprochensprachliche Texte, die mithilfe eines Radiogeräts empfangen werden. Die akustischen Texte sind zeitlich fixiert und werden zu einem bestimmten Zeitpunkt gesendet, während sie räumlich nicht gebunden sind, wenn man einen drahtlosen Empfänger besitzt. Die Rezeption erfolgt in der Regel nachzeitig, da zwischen Produktion und Rezeption ein zeitlicher Abstand besteht, wenn es sich nicht um Live-Interviews handelt. Selbst wenn den Medienmachern viel an einer Live-Atmosphäre während des Interviews liegt, wird es allein aus organisatorischen Gründen meist kurze Zeit vorher aufgenommen. Der Text ist demnach monologisch als Textganzes an einen Rezipienten gerichtet, der sich zu einem festgelegten Zeitpunkt zuschalten muss.

Die Kommunikationssituation im Hörfunkinterview stellt sich wiederum am einfachsten durch das Modell der Kommunikationskreise dar. Der erste Kreis konstituiert sich aus dem Interviewer, der meist gleichzeitig der Moderator der Sendung ist, und dem interviewten Star. Während bei Hörfunkinterviews nur ein Interviewer vorhanden ist, kann auf Seiten der Interviewten durchaus eine zusammengehörige Gruppe stehen.⁴⁷ Da der Hörer die Personen jedoch allein anhand der Stimmqualität differenzieren kann, wird die Zuordnung der Gesprächsbeiträge schwieriger, je mehr Gesprächspartner vorhanden sind. Überlagert wird der erste Kreis durch die Sekundärsituation, in der der Hörer vor dem Radioapparat mit dem Mediensystem, vom Medium selbst bis hin zu allen daran beteiligten technischen und menschlichen Komponenten, in Kommunikation tritt.

Den Medienmachern steht die Möglichkeit offen, den Primärtext zu bearbeiten, wenn es sich nicht um Live-Interviews handelt. Interviewer und Moderator sind meist ein und dieselbe Person, müssen aber funktional getrennt werden. So habe ich innerhalb der Analyse eindeutig als Moderatorenäußerungen identifizierbare Beiträge dem Einflussbereich der Medienmacher zugeordnet. Gesprächsbeiträge innerhalb der Primärsituation, die nicht klar dem einen oder anderen zugeordnet werden können, sind zu den Äußerungen der Interviewer zu rechnen.

Beschreibung der verschiedenen Interviewformen im Hörfunk

Burger unterscheidet (1984, 77) im wesentlichen drei Interviewformen des Rundfunks: 1) das live-Interview, 2) das nicht (oder wenig) bearbeitete non-live-Interview und 3) das stark bearbeitete Interview. Live-Interviews bestehen meist aus kurzen Telefongesprächen, die von tagesaktuellen Themen handeln, wie das im Sender „Deutschlandfunk“ häufig der Fall ist. Haller (2001, 37) erwähnt Vor- und Nachteile dieser Interviewpraktik:

„So findet heute das Radio-Interview in aller Regel per Telefon statt. Der Vorteil: Die anonyme Gesprächssituation und der vertraute Umgang mit dem Telefon bauen bei ungeübten Interviewpartnern Ängste ab; sie sprechen meist ungezwungener. Der Nachteil: Der Interviewer kann den Partner meist nicht

⁴⁷ Bei mehreren Interviewten, die unabhängig voneinander auftreten, handelt es sich um eine „Diskussion“, ein „Talk-Show-Gespräch“ oder ganz allgemein eine „Unterhaltung“.

beobachten, meist kennt er ihn auch nicht; er kann das Gespräch nur schwer steuern [...]“

Starinterviews kommen allerdings kaum als Telefoninterviews vor, da hier selten „tagesaktuelle“ Ereignisse besprochen werden.

Stark bearbeitete Interviews verwendet man oftmals zusammen mit anderen Beiträgen als Einschub in längeren Magazinen. Der Interviewtypus, den mein Korpus jedoch zur Grundlage hat, kommt dem „wenig bearbeiteten non-live-Interview“ sehr nahe. Die Interviews stellen bis auf eine Ausnahme kein Live-Geschehen dar und es handelt sich nur um längere Interviews, die eine ganze Sendung füllen.

Reine Starinterviewsendungen sind im Hörfunk eine Seltenheit. Der Sender *Bayern 3* setzt Sonntagvormittags zwischen neun und zwölf Uhr auf Unterhaltung mithilfe von Starinterviews. *Antenne Bayerns* sonntägliche Interviewsendung „Sonntagsfrühstück“ wurde 2003 von der ähnlichen Sendung „Insider“ (sonntags zwischen neun und elf Uhr) abgelöst. Eine weitere wichtige Interviewsendung namens „Leute“ strahlt der Südwestdeutsche Rundfunk (*SWR 1*) wochentags zwischen zehn und zwölf Uhr aus, wobei keine Personenbeschränkung vorliegt. Sowohl Experten, Politiker als auch Stars kommen zu Wort.

Allein die Tatsache, dass es – überspitzt formuliert – möglich ist, die wichtigen Starinterviewsendungen des Hörfunks an einer Hand aufzuzählen, zeigt, dass diese Textsorte weitaus weniger verbreitet ist als Presse- oder Fernsehinterviews. Dies mag damit in Zusammenhang stehen, dass das Radio als „Begleitmedium“ gilt und textlastige Sendeformen zu wenig Aufmerksamkeit vom Publikum bekommen.

4.2 Textmaterial „Hörfunkinterviews“

- 1) **Sendung:** „Sonntags-Frühstück“, 25.02.2001, 9.00-11.00 Uhr auf Antenne Bayern
Fließtextlänge: 31 Minuten
Interviewer: Mola Adebisi, * 1973, langjähriger Fernsehmoderator des Musiksenders „Viva“
Interviewer: Frank Januschke
Interviewort: Studio in Köln
Themen: die Karriere beim Musiksender „Viva“, Vorlieben und Geschäftsideen
- 2) **Sendung:** „Insider“, 11.05.2003, 9.00-11.00 Uhr auf Antenne Bayern
Fließtextlänge: 22 Minuten
Interviewer: Kai Pflaume, * 1967, Moderator von Fernsehshows wie „Nur die Liebe zählt“ (SAT1)
Interviewerin: Kathie Kleff
Interviewort: Sheraton Hotel am Münchner Flughafen
Themen: die neue Casting-Show „Star Search“, bisherige und künftige Sendungen
- 3) **Sendung:** „Insider“, 29.06.2003, 9.00-11.00 Uhr auf Antenne Bayern
Fließtextlänge: 26 Minuten
Interviewte: Sabrina Staubitz, * 1968, moderiert Fernsehshows wie „Deutschland Champions“ (ARD)
Interviewerin: Sabine Altena
Interviewort: Bekleidungsgeschäft „Talbot Runhof“ in München
Themen: die neue Sendung von Staubitz: „Deutschland Champions“, ihre Kleidersuche für die anstehende Moderation des „Sportpreises des bayerischen Ministerpräsidenten“, ihr Privatleben

- 4) **Sendung:** „Stars und Hits“, 18.05.2003, 9.00-12.00 Uhr auf Bayern 3
Fließtextlänge: 33 Minuten
Interviewer: Dieter Hildebrandt, * 1927, Schauspieler und Kabarettist
Interviewer: Thorsten Otto
Interviewort: Hörfunkstudio
Themen: Fußball, der eigene Lebens- und Berufsweg, Kollegen, das Altern
- 5) **Sendung:** „Leute“, 04.04.2003, 10.00-12.00 Uhr auf SWR 1
Fließtextlänge: 31 Minuten
Interviewer: Michael Schanze, * 1947, Fernsehmoderator und Sänger
Interviewer: Michel Ries
Interviewort: Hörfunkstudio
Themen: vergangene und zukünftige Fernsehshows, Urlaub und Privatleben
- 6) **Sendung:** „Leute“, 22.05.2003, 10.00-12.00 Uhr auf SWR 1
Fließtextlänge: 29 Minuten
Interviewer: Howard Carpendale, * 1946, langjähriger Schlagersänger
Interviewer: Wolfgang Heim
Interviewort: Hörfunkstudio
Themen: das bevorstehende Karriereende, das Leben als Showstar, die Krankheit Multiple Sklerose

4.3 Die Textproduzenten und ihr Einflussbereich

4.3.1 Das Medium „Hörfunk“

Die erste Rundfunk-Sendung fand 1906 in den USA statt. Radiosender entstanden allerdings nicht vor 1921 (USA). Während des Ersten Weltkrieges wurde in Deutschland die Nachrichtentechnik ausgebaut, es gab 1917 jedoch auch erste Versuche von Vorlesungen und Musikübertragungen per Funk. Da ein Jahr später die Arbeiter per Funk ihren Aufstand koordinierten, erfolgte von diesem Zeitpunkt an eine starke Reglementierung des Rundfunks durch die Reichsregierung. Als Beginn des öffentlichen Hörfunks kann eine Übertragung der *Deutsche Stunde AG* im Herbst 1923 genannt werden. Zu Beginn des Zweiten Weltkrieges wurde das Hören ausländischer Sender verboten. 1945 übernahmen die alliierten Militärregierungen alle Sender. Erwähnenswert für die sowjetische Zone ist der *Berliner Rundfunk*, der als *Familienwelle* von 1949 bis 1990 auf Sendung war und danach als Privatsender weitergeführt wurde. Während die Briten in ihrer Besatzungszone den länderübergreifenden *NWDR* (später *NDR* und *WDR*) gründeten, gingen die Franzosen in ihrem Gebiet mit dem *SWF* auf Sendung. In der Zone der Amerikaner entstanden in den jeweiligen Bundesländern u.a. der *BR*, *HR* und *SDR*.⁴⁸

In den ersten Jahrzehnten seit Entstehen des Mediums „Hörfunk“ war dieser auf öffentlich-rechtliche Bahnen beschränkt. Erst im Jahre 1984 löste sich die Abhängigkeit vom Staat

⁴⁸ Die Daten stammen vorwiegend aus Chill/Meyn (1996), Ludes (1998) und Faulstich (2000).

dadurch, dass private Sendeanstalten ebenfalls Zulassungen bekamen. Das Nebeneinander von öffentlich-rechtlichen Hörfunksendern und privaten wird als „duales System“ bezeichnet. Während Erstere sich durch Gebühreneinnahmen und Werbung finanzieren, sind private Sendeanstalten hauptsächlich auf Werbeeinnahmen angewiesen.⁴⁹ Dies hat zur Folge, dass auch die Programmstruktur unterschiedlich ist. Die öffentlich-rechtlichen Sender können es sich leisten, ein breites Programm zur Verfügung zu stellen, das einen gewissen Bildungsanspruch erfüllt und „nach Umfang, Qualität und Reichweite eine Vollversorgung aller gewährleistet“ (Hall 1997, 31). Privatsender hingegen müssen sich vollständig an den Wünschen des Publikums orientieren, da die Werbeeinnahmen mit der Zahl der Zuhörerschaft steigen.⁵⁰

Beim Hörfunk handelt es sich um ein Massenmedium, das nur mithilfe eines Empfangsgeräts rezipiert werden kann. Aus diesem Grund gehört es zu den tertiären Medien. Wie bereits erwähnt, wird der Hörfunk als „Begleitmedium“ bezeichnet, da das Radio häufig eingeschaltet ist, während man sich anderen Tätigkeiten widmet. Im Durchschnitt konsumiert jeder Hörer fast drei Stunden am Tag⁵¹ Radioprogramme, die Hauptsendezeit liegt zwischen 6 und 9 Uhr.

„Das Radio ist zu Beginn des 21. Jahrhunderts das meistgehörte Medium (jeder Hörer lauscht etwas drei Stunden täglich), aber auch das am geringsten beachtete. Innerhalb der Medienwissenschaft wird es nur marginal wahrgenommen.“
(Metzler Lexikon Medientheorie 2002, 139)

Nicht nur in der Medienwissenschaft wird der Hörfunk wenig beachtet, sondern auch vom Konsumenten scheint der Hörfunk weder gezielt noch konzentriert wahrgenommen zu werden. Claudia Mast (1998, 224) bezeichnet den Hörfunk als „flüchtig“:

„Der Hörfunk ist das flüchtigste Medium. Was überhört oder nicht gleich verstanden wird, ist unwiederbringlich. Der Hörer hat nicht wie der Zeitungsläser die Möglichkeit zurückzublättern. [...] Die Flüchtigkeit des Radios wird dadurch verstärkt, daß viele Hörer „nebenbei“ hören.“

Es lässt sich einerseits also festhalten, dass das Radioprogramm oft nicht bewusst gewählt wird, sondern nebenbei läuft. Der Hörer wendet sich nicht gezielt einer Sendung zu; die Gefahr des Umschaltens oder Zappens ist weitaus geringer als beim Fernsehen. Das Radioprogramm erhält meist keine ungeteilte Aufmerksamkeit; ist der Inhalt der Sendung zu kompliziert, zu wenig unterhaltsam, besteht die Gefahr, dass der Hörer abschaltet. Auf der anderen Seite ist der Hörfunk auf auditive Daten angewiesen, er liefert keine ablenkenden

⁴⁹ Bei den Werbepausen im Rundfunk müssen öffentlich-rechtliche Sender strenge Richtlinien einhalten. Beispielsweise dürfen Sendungen, die länger als 110 Minuten sind, maximal dreimal durch Werbung unterbrochen werden, während private Sender bis zu zwölf Minuten pro Stunde Werbung senden können (vgl. Hall 1997, 40).

⁵⁰ Die Landesrundfunkanstalten haben sich an die Zielgruppen der Hörer angepasst und bieten unterschiedliche Programmstrukturen an. Einzelne öffentlich-rechtliche Kanäle und nahezu alle Privatsender setzen auf ein Unterhaltungsprogramm mit viel Musik. Der Programmschwerpunkt kann bei einzelnen Sendern auf Kultur, Jugend, Musik, Service (wie Nachrichten, kurzen Informationen und Hinweisen für Autofahrer) oder Wortbeiträgen liegen.

⁵¹ Die Angaben stammen aus Brünjes/Wenger (1998, 31ff.).

visuellen Informationen, was zur Folge hat, dass der Hörer sich ganz auf das Gehörte konzentrieren kann. Auf diesen Aspekt weist Friederike Herrmann (1999, 185) hin:

„Obwohl das Radio zunächst eine weniger reichhaltige Kommunikation bietet, erleben die Zuhörer intensiver, was gesagt wird und wie es gesagt wird.“

Hieraus ergibt sich ein scheinbarer Widerspruch. Ist der Hörfunk nun als Begleitmedium anzusehen, das nur oberflächlich rezipiert wird, oder handelt es sich um ein intensiv wahrgenommenes Medium, da die akustischen Daten nicht durch die visuellen in den Hintergrund rücken?⁵² Eine Antwort auf die Fragestellung kann ich an dieser Stelle nicht bieten, doch möglicherweise bringt die Interviewanalyse Ergebnisse zum Vorschein, mit deren Hilfe zumindest in Bezug auf Starinterviews festgestellt werden kann, inwieweit die akustischen Daten eine Informationsbeschränkung oder -ausweitung darstellen.

4.3.1.1 Die (ausschließlich) auditive Vermittlung

Ein wesentlicher Unterschied des Hörfunkinterviews im Vergleich zum Presseinterview liegt in der Darstellung der Prosodie. Der Hörfunk vermittelt die Stimmqualität von Interviewer und Interviewtem. Somit kann sich der Hörer sicher sein, dass das Interview nicht fingiert ist, er kann den Interviewten eventuell allein anhand der Stimme identifizieren, und er erkennt in der Regel, ob es sich um ein Telefoninterview handelt oder ein Studiointerview. Durch die Stimme(n) werden überdies Daten der Beziehungsebene transportiert, z.B. hört man häufig ein Lachen oder die Stimme wird leiser, wenn vermeintlich geheime Äußerungen getätigt werden. Der Hörer kann die Modalität einzelner Äußerungen erkennen. Im Interview mit Schanze (S) etwa fragt Michel Ries (R), ob Beckenbauer oder er der bessere Golfer sei. Schanze antwortet ironisch, indem er Teile der Äußerung betont und so tut, als ob nur eine vage Möglichkeit bestehe, dass der ehemalige Fußballprofi mehr Ballgefühl habe als er:

R: WER is der BESSere GOLfer? franz BEckenbauer oder SIE?

S: na franz;

R: ja?

S: ja SELBSTverSTÄNDlich. ich mein der mit verlaub er SPIELT auch a bisschen mehr- und es KÖNNte sein, dass der sogar n=BISSchen mehr ballgefühl hat. es KÖNNte sein. ((schmunzelt))

Ein wesentlicher Aspekt der auditiven Vermittlung liegt darüber hinaus in der Darstellung von Pausen, gefüllten Pausen (wie z.B. „äh“), aber auch der genauen Wortwahl, dem Satzaufbau der Sprechenden. Was generelle Unterschiede zwischen geschriebener und gesprochener Sprache betrifft, sei hier auf Johannes Schwitallas Buch „Gesprochenes Deutsch“ (1997)

⁵² Haller (2001, 37) weist ebenfalls darauf hin, dass das Radio durch seine Einkanaligkeit Vorteile bietet, drückt sich jedoch vorsichtiger aus: „Das auf die akustische Wahrnehmung begrenzte Radio-Interview kann unter Umständen mehr transportieren als die Presse, mehr auch als das reizüberflutete Fernsehen: Es kann die Gesprächspartner mit ihrem Spontanverhalten ohne viel Aufwand und dabei sehr geräuschvoll vorführen – und so ein Stück Alltäglichkeit widerspiegeln.“

verwiesen. Doch nicht nur die grammatischen Merkmale der gesprochenen Sprache unterscheiden das Hörfunkinterview stark vom Presseinterview. Es ist überdies keinen so starken Kürzungen unterworfen wie in Zeitungen und Zeitschriften. Der Gesprächsprozess wird, wenn auch nicht komplett, ebenfalls vermittelt, was wiederum Erkenntnisse über das Verhältnis von Interviewer und Interviewtem ermöglicht. Die folgende Passage aus dem Interview mit Michael Schanze zeigt nicht nur die komplexe Verflechtung der Gesprächsbeiträge, sondern ebenso die vielen Pausen Schanzes (S), die dessen Wortfindungsprobleme zum Ausdruck bringen. Die Sequenz enthält eine Reihe überlappender Gesprächsbeiträge und vermittelt eine freundschaftliche Atmosphäre zwischen den Interviewpartnern, wenn Ries (R) dem Entertainer verbal zu Hilfe eilt und die Sequenz mit einem Lachen endet. Da die Textpassage rein inhaltlich wenig ergiebig ist, wäre sie bei einem Presseinterview sicher nicht enthalten.

S: [...] und da (-) äh- kinderquatsch s' s=is die äh (-) ja (-) am LÄNGsten:::, (-)
 <<spricht langsam und sehr unsicher> im proGRAMM (-) SEIende->
 <<kommentierend> DES is ein SCHÖ:::;[nes-
 R: [beFINDliche.
 S: AU, VIElen herz[lichen dank HERR kolLEge;
 R: [exisTIErende.
 S: VIElen [dank.
 R: [(lacht))

Für den Radiohörer ist die Rezeption des Hörfunkinterviews insofern reichlich abstrakt, als ihm eine derartige Kommunikationssituation außerhalb des Medienbereichs kaum begegnet. Selten geschieht es, dass man ein Gespräch nur akustisch, nicht visuell verfolgen kann und noch dazu keine Möglichkeit hat, sich direkt einzumischen. Die Kommunikationssituation ist am ehesten mit dem Lauschen an einer Zimmertür vergleichbar. Problematisch an diesem Vergleich ist, dass Gespräche selten für den Lauschenden stattfinden. Dadurch, dass visuelle Informationen fehlen, sind im Hörfunkinterview mitunter Passagen schwer verständlich. Vergessen die beiden Interviewpartner diese Beschränkung des Hörfunks, können Passagen wie die folgende entstehen, die ohne Vorkenntnis der Sendung Schanzes nicht verständlich ist. Es fehlt die typische Handbewegung, die in Schanzes früherer Fernsehsendung „1, 2 oder 3“ obligatorisch war, wenn der Zeigefinger aus dem geschlossenen Mund schnellt und ein „plopp“ zu hören ist. Dies ist nur für denjenigen nachvollziehbar, dessen Weltwissen die Sendung Schanzes enthält. Als Presstext wäre die Sequenz nur mithilfe von Umschreibungen möglich.

R: ALles sendungen, die michael schanze mal geMACHT hat, beziehungsweise IMmer noch macht, und heute (.) ist er bei UNS, in swr eins leute; EINS zwei oder DREI, das war das KINderquiz MIT dem, (-) ((macht dumpfes Geräusch))
 S: mit dem [PLOPP-
 R: [mit dem plopp ne-
 S: (DAS war jetz) geFRAGT- [oder? hähähä.
 R: [(genau.) michael schanze war der PLOPper der nation.
 S: des stimmt=

R: =mal KÜcken <<spricht mit dem Finger im Mund> ob ich das AUCH noch kann-> ((ploppendes Geräusch)) ja. meine TOCHter wird immer verRÜCKT, wenn ich das zu HAUse mach, weil SIE=S nämlich nich HINKriegt.

S: ja:., [äh ()]-

R: [gibts da n TRICK dabei? [()]

S: [<<spricht grinsend> naja man muss halt DA, wenn (man den finger schon im mund) STECKT, ja,>

R: ja-

S: DA wo der RAUSkommt, DA darf zum ERSten mal der mund AUFgehen. anSONSten muss er immer geSCHLOSSen sein. ja also wenn man den finger in MUND macht, alles ZUMacht, <<spricht leise wie zu sich selbst> das (is ja alles LÄNGST) vorBEI ja-> <<mit geschlossenem Mund> so;> ((ploppendes Geräusch)) und DANN eben RAUS macht. [...]

Zudem zeigt die Textsequenz, dass anhand der Stimmqualität erkannt werden kann, wann lächelnd, wann mit geschlossenem Mund und wann leise gesprochen wird.

Der akustische Text vermittelt gegenüber dem Preetext somit ein Reihe von Zusatzinformationen, die teilweise auch nicht mit ins Transkript aufgenommen werden können. So spricht der in Südafrika geborene Howard Carpendale (C), interviewt von Wolfgang Heim (H), durchgehend mit Akzent, was im Lesetext nicht vermerkt ist. Allein die enthaltenen Grammatikfehler weisen ihn als Nicht-Muttersprachler des Deutschen aus:

H: [...] haben sie schon mal mit der überlegung gespielt, wieder nach südAFrika zu ziehen? oder ist das VÖLLig außen vor;

C: nein, obwohl ich mein land immer (.) UNendlich vermisst hab. mein mein HEImat, äh grade weil es irgendwo ein ein KLEIN land war- die nicht so eine beDEUtende land war; auch so mit poLItischen probleme- glaube ich da hängt man umso MEHR da dran, aber (-) inZWischen MUSS ich zugeben, was ich zuletzt gesehen habe, vor zwei jahre, da würd ich NIEMals eine familie- (-) was heißt NIEMals; aber zumindes- tens nicht im moMENT erwarten, dass eine familie eine ZUKunft dort ausbaut-

Dies sind Phänomene, die darauf zurückzuführen sind, dass der Hörfunk gesprochene Sprache vermittelt, auf Interviewspezifika des Hörfunks soll im Folgenden eingegangen werden.

4.3.1.2 Die technischen Möglichkeiten des Textaufbaus beim Hörfunkinterview

Das Hörfunkinterview ermöglicht Unterbrechungen durch eingespielte Liedtitel, durch Werbung, Jingles, Nachrichten, Verkehrsmeldungen und Wetterberichte. Ferner bietet der Hörfunk die Möglichkeit, innerhalb der Primärsituation verschiedene Audioelemente einzuspielen. Schanze wird mit einem seiner frühen Lieder konfrontiert, Carpendales Hits werden angespielt und auch ein junger, singender Hildebrandt kommt vor. Das letztgenannte Interview ist ohnehin sehr reichhaltig an Einspielungen. Doch nicht nur aufgezeichnete Beiträge durchbrechen die Äußerungen von Interviewer und Interviewtem, sondern als Überraschungsgast betritt Hildebrandts Kollege Bruno Jonas das Studio. Das Interview weitet sich kurzzeitig auf drei Personen aus. Ferner besteht im Hörfunk die Möglichkeit, einzelne Leute telefonisch zu kontaktieren. So ist der Schulleiter von Hildebrandts früherer Schule plötzlich am Apparat.

Der Hörfunk ermöglicht also eine Mischung aus Interviewgeschehen und anderen aufgezeichneten Beiträgen. Auf einer dritten Ebene kann selbst das Interviewgeschehen noch moderatisch kommentiert werden, wie dies beim Interview von Adebisi der Fall ist. Hier leitet der Moderator der Sendung die Gesprächssequenzen ein, was daran erkennbar ist, dass er von einem vergangenen Geschehen spricht. Prinzipiell ist es für den Hörer selten möglich, nachvertonte Fragen und live eingespielte Gesprächsbeiträge von den aufgezeichneten Elementen des Interviews zu trennen. Allein Verkehrsmeldungen und Passagen mit exakten Zeitangaben können mit Sicherheit als live gelten.

Bei Hörfunkinterviews sind generell weniger Veränderungen möglich als in der Presse. Die Medienmacher können auf Interviewtenseite keine neuen Textsegmente konstruieren oder Sätze beliebig umformulieren, wie dies bei Zeitungsinterviews der Fall ist. Allein die Ausparung oder Umstellung längerer oder kürzerer Redeeinheiten ist möglich.

4.3.1.3 Redundanzen

Da sich während des Interviews beliebig Zuhörer zuschalten können, muss auch für sie ein thematischer Einstieg ermöglicht werden. Die Unterbrechungen des Fließtextes dürfen außerdem nicht dazu führen, dass der Hörer den Faden verliert. Das Interview enthält deshalb eine Reihe von Wiederholungen, die die Kohärenz und den Zusammenhalt des Textes stärken. Eine inhaltliche Zusammenfassung des bereits Besprochenen liefert beispielsweise Kathie Kleff (K), nachdem das Interview mit Kai Pflaume durch Lieder, Werbung und Verkehrsmeldungen unterbrochen worden war:

K: WIR sind äh im SHERaton hotel- in FRANKfurt DIrekt am flughafen heute mit kai PFLAUme, wir ham schon VIEL gesprochen über STAR search, ähm dieser INfo day, den wir übermorgen haben am DIENStag bei der ANtenne, zwischen VIER und äh [...]

Die Äußerung Kleffs enthält Informationen zum Ort und zur Person des Interviews. Nicht jeder erkennt die redenden Personen an der Stimme und weiß auswendig, um welche Sendung es sich handelt, die er gerade anhört. Damit der Hörer die Gesprächspartner identifizieren kann, werden am Anfang der Sequenzen meist ihre Namen sowie der Name der Sendung genannt. Dies kann mithilfe von Jingles, durch Einflechten der Informationen in die Frage oder auch durch die Kombination von Jingle und Moderatorenaussage erfolgen, wie dies im obigen Beispiel und bei *SWR 1*-Interviews mitunter der Fall ist:

<<Jingle> swr eins baden WÜRTtemberg, LEUte; mit Michel RIES=>

R: UND mit einem MANN den man NICHT groß vorstellen muss; die meisten KENnen ihn nämlich aus dem FERNsehen; <<euphorisch> HALlo (.) michael SCHANze.>

Die meisten Sequenzen enden damit, dass vom Interviewer erneut der Name der Sendung und des Interviewten genannt werden. Selbst zwischen Liedtiteln kann ein zur Sendung gehörender

Jingle den neuen Hörer inhaltlich grob aufklären und im besten Fall fesseln. Derartige Redundanzen entfallen bei der Presse, da der Leser zurückblättern kann, weitgehend auch beim Fernsehen, da die Unterbrechungen nicht so zahlreich sind und die Identifikation der Personen visuell erfolgen kann.

4.3.1.4 Vermittlung der Situation

Hörfunkinterviews enthalten nicht nur direkte situative Hinweise, sondern vermitteln ganz nebenbei Informationen zur Situation. So wird die Erklärung Kleffs, dass das Interview im Flughafenhotel stattfindet, vom dazugehörigen Geräuschpegel im Hintergrund begleitet.

Ein weiteres Beispiel für Situationsvermittlung bietet eine Textpassage, die inhaltlich wenig aufschlussreich ist, beim Presseinterview unmöglich ist und im Hörfunk eigentlich die visuelle Seite vermissen lässt. Dieter Hildebrandt (H) spielt am Anfang des Gesprächs mit Thorsten Otto (O) Kicker. Der Redaktionskicker scheint sich direkt im Hörfunkstudio zu befinden. Hier ist die Kombination von Interviewerfragen, die in Zusammenhang mit dem Thema „Kicker“ stehen, und Spielkommentaren interessant. Elementar ist, dass die beiden Gesprächspartner nicht stumm spielen, sondern sich zum Spiel äußern. Beim folgenden Textabschnitt handelt es sich nur um einen Auszug aus dem Spielgeschehen.

- O: SIE dürfen EINwerfen. wie ALle großen,
H: (falscher) EINwurf,
O: des macht nichts. ((Ballgeräusch zu hören)) und LOS gehts.
H: ou; und sie ham den <<laut und energisch> [BALL].
O: [ich hab die ROTen, ja. SIE die
BLAUen. aber des PASST ja, weil SIE sind ja SECHzger fan; gell?
H: ich bin SECHziger (!) !FAN!
O: scho=schon IMmer?
H: <<angestrengt> IMmer (schon).>
O: ajajaj.aber sie ham ja auch mal selber geSPIELT,
H: RECHTS AUßen ja, oh neijejei- DAS war falsch jetz. der mann !DECKT! hier nich richtig. jhahah ich mein, (muss ich mehr) DRUCK mach[en].
O: [s=is IHR problem.
H: dhja. über die !FLÜ!gel spielen und das MITtelfeld muss schneller über!BRÜCKT! werden.
O: ja::::: abe' jetz jetz-
H: <<laut in Aktion> a::::::::::h.>
O: wo ham sie denn ANgefangen zu spielen?
H: in der schule. in der [schule].
O: [in der schule?
H: <<verärgert> a::::::::::h.> jetzt sind sie DRAN.

Als weiteres Textbeispiel für die Situationsdarstellung im Hörfunk dient wiederum ein Auszug aus dem Interview mit Dieter Hildebrandt. Bruno Jonas tritt in dieser Passage zur Gesprächsrunde hinzu. Die Kombination aus Äußerungen der Interaktanten und Hintergrundgeräuschen ermöglicht es dem Hörer, den Weg von Jonas ins Studio zu imaginieren und die Überraschung

Hildebrandts zu verstehen, ohne dass diese paraphrasiert werden muss. Die Textpassage beginnt mit einer Beurteilung Hildebrandts über seinen Kollegen Jonas, worauf Thorsten Otto dessen Anwesenheit verkündet:

O: ja. man SIEHTS ihm gar nicht AN, wenn man ihn so stehn sieht. da STEHT er nämlich.
H: <<laut rufend> HALlo;>
O: ((lacht)) ich glaub wir kön[nen-
H: [<<laut rufend> HALlo->
O: hähähä. wir können ihn gerne REINlas[sen.
H: [is ja UNGLAUBlich.
O: da isser.=
H: =da ham sie mich aber (geLEGT) jetzt.
O: hähähä.
H: das is- WAR das vorher ABgesprachen?
O: hähähä-
H: du HUND.=
O: =naTÜRlich.
H: also sag a mal des is ja (der wahnsinn). mensch STELL dir mal vor ich hätte jetzt was ANDres gesagt.
((Unruhe im Raum))
O: SERvus bruno.
J: <<aus dem Hintergrund> grüß dich.>

Interessant ist ebenfalls, dass situative Elemente Gesprächsthema werden können. Im Interview mit Michael Schanze macht dieser unvermittelt sein Mineralwasser zum Thema einer längeren Passage, die ich hier trotz deren Umfang komplett zitieren will. Leider ist der Themeneinstieg nicht verständlich, der auf Seiten Schanzes (S) liegen muss. Ries' (R) Äußerung ist bereits eine Reaktion.

R: Michael SCHANze ist heute vormittag da, wir kennen ihn ALle, eigentlich NUR gut geLAUNT, auch mit sechsfünfzig immer noch (-) JUNG aussehend; und JUNG geblieben; und [möglicherweise macht er ja auch noch mit SIEBzig- ((lacht))
S: [() hahaha.
R: mit KINDern quatsch, und WENNS nur mit seinen EIgenen is. ICH trink mineRALwasser, das GLEIche wie SIE.
S: gut ja, aber MIT bubbles [()-
R: [(ich hab MIT bubbles;)
S: (ich HAB mit) [OHne ()-
R: [(ich hab MIT, [warum eigentlich?
S: [was ich was ich SEHR interessant finde, was ich WIRKlich geMEIN finde, ist dass hier zwei KAMeras stehen, und ich NICHT aus der FLASche trinken darf. ich trinke gerne [aus diesen PLAStikflaschen-

4.3.1.5 Zeitliche Fixierung

Das Hörfunkinterview wird durch zeitliche Rahmen begrenzt, die durch das Sendeformat vorgegeben sind. Während die Interviewsendungen meines Korpus jeweils zwei oder drei Stunden dauern, umfasst das Interview selbst nur zwischen 22 und 33 Minuten. Die Interviewpassagen sind nie länger als fünf Minuten am Stück. In der Regel umfassen sie drei bis vier Minuten und es spielt keine Rolle, wie viele Fragen in dieser Zeit gestellt und beantwortet werden.

Die Interviews enthalten aktuelle Zeitangaben am Anfang oder am Ende von Textpassagen, sie sind somit isoliert von den eigentlichen Beiträgen der Gesprächspartner. Darüber hinaus wird viel mit Temporaldeixis gearbeitet, kaum mit direkten Datumsangaben. Besonders am Anfang von Textpassagen finden sich Angaben wie „heute“, „heute Vormittag“, „jetzt“, „gleich“ usw. Äußerungen wie „am Sonntagvormittag“ sind zwar präziser, sagen jedoch nicht zwangsläufig etwas über den Tag der Aufzeichnung aus. Derartige Angaben können fingiert sein, da die Sendung schließlich immer sonntags ausgestrahlt wird. Bei einem Telefonat mit Wolfgang Heim, dem Interviewer von Carpendale, wurde mir genau dies bestätigt, dass die Interviews oft vorher aufgezeichnet werden. Da aber der Sendetermin schon feststeht, kann der Moderator der Sendung dennoch Datumsangaben machen. Die Sendung „Leute“ in *SWR 1*, die wochentags gesendet wird, zeigt beim Interview mit Carpendale, dass direkte Zeitangaben problematisch sein können. So wurde das Interview an einem Freitag erstmals gesendet, wobei mein Mitschnitt von einem Donnerstag stammt.⁵³ Es wird im Interview dreimal der Freitag und zweimal der Donnerstag als aktuelles Datum genannt. Da in der Regel Interviews nicht zweimal ausgestrahlt werden, wie Heim mir bestätigt hat, kommen derartige Probleme allerdings nicht sehr häufig vor.

4.3.2 Der Intendant/Programmleiter/Redakteur

Innerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gibt es verschiedene Verantwortungsbereiche. Der Rundfunkrat kontrolliert das Programm der Sender, während der Verwaltungsrat sich um die Finanzen kümmert. Der Intendant muss sich mit beiden Gremien auseinandersetzen. Ihm obliegt in letzter Instanz die Programmgestaltung und die Organisation des Medienunternehmens. Dem Intendanten wiederum sind Direktoren für die verschiedenen Organisationsbereiche unterstellt, wie der Hörfunkdirektor oder der Verwaltungsdirektor. Die Programmverantwortung gliedert sich weiter auf in Hauptabteilungen (beispielsweise HA „Musik“, HA „Sendeleitung“) und Abteilungen bis hin zur Fachredaktion.⁵⁴

Ebenso wenig wie beim Presseinterview geht es in dieser Analyse darum, anhand von Verantwortungsbereichen Einflussnahmen zu bestimmen und Hierarchien aufzudecken. Wie bereits bei der Presse soll also verallgemeinernd von „Medienmachern“ die Rede sein.

⁵³ Das Interview mit Howard Carpendale wurde nicht nur am 22.05.2003, sondern bereits drei Wochen vorher, am 02.05.2003, ausgestrahlt.

⁵⁴ Die Angaben entstammen weitgehend Hall (1997, 75ff.).

4.3.2.1 Auswahl des Sendeplatzes

Der Medienmacher legt fest, wann die Sendung ausgestrahlt wird. Es fällt auf, dass die Starinterviews generell keine besonders beliebte Textsorte zu sein scheinen. Reine Interviewsendungen werden nur von wenigen Sendeanstalten produziert und nie zur „Primetime“ gesendet. Sie sind offenbar zu textlastig. Während *SWR 1* „Leute“ jeweils wochentags zwischen zehn und zwölf Uhr ausstrahlt, setzen *Antenne Bayern* und *Bayern 3* auf den Sonntagvormittag. Zieht man in Betracht, dass der Hörfunk ein Medium ist, das zwischen sechs und neun Uhr die höchste Auslastung hat und die Zahl der Hörer danach stetig sinkt⁵⁵, wird deutlich, dass die Interviewsendungen zwar nicht in die Randbereiche verdrängt werden, aber auch keine erhöhte Priorität besitzen.

Während beim Presseinterview Vorsicht geboten ist, wenn heikle Passagen abgedruckt werden und eine Autorisierung des Textes durch den Interviewten ratsam ist, muss der Programmverantwortliche sich im Hörfunkbereich nicht so stark absichern. Schließlich sendet er O-Töne.⁵⁶

4.3.2.2 Der Aufbau des Gesamttextes

Betrachtet man die Gesamttexte⁵⁷, fällt auf, dass sie sich in der Grobstruktur kaum unterscheiden. Unabhängig davon, welcher Sender die Interviews produziert, ob eine private Sendeanstalt oder eine öffentlich-rechtliche, folgen die Texte einem bestimmten Schema, das im Folgenden abgebildet ist.⁵⁸ Alle Interviews werden jeweils über einen Zeitraum von zwei („Insider“, „Sonntags-Frühstück“ und „Leute“) oder drei Stunden („Stars und Hits“) gesendet, unterbrochen durch Musik, Werbung, Nachrichten, Verkehrsfunk und andere Meldungen. Diese Sendeelemente sind jedoch nicht als störende Einfügungen zu betrachten, sondern auch sie konstituieren die komplexe Textsorte „Hörfunkinterview“. Die Länge der reinen Interviewtexte, also des Fließtextes, variiert je nach Sender und füllt zwischen einem Viertel und einem Sechstel der Gesamtsendezeit. Innerhalb einer Sendung sind zwischen acht und zwölf längere und kürzere Interviewpassagen enthalten.

Die Interviewsendungen beginnen jeweils zur vollen Stunde mit Nachrichten, Wettervorhersage und Verkehrshinweisen.⁵⁹ Danach folgt entweder eine Ankündigung des Interviewers, wer in der nächsten Stunde sein Gast sein wird, oder bereits eine kurze Einleitungssequenz

⁵⁵ Die Angaben sind Brünjes/Wenger (1998, 33) entnommen.

⁵⁶ Der Interviewer von Dieter Hildebrandt, Thorsten Otto, hat mir in einer E-Mail bestätigt, dass Interviews nicht autorisiert werden: „Die Interviewten hören die Sendung vorher nicht.“

⁵⁷ „Gesamttext“ meint im Gegensatz zu „Fließtext“ oder „Textkörper“ die gesamte Sendung, nicht nur das dialogische Geschehen.

⁵⁸ Die Strukturvorgabe ist nicht zwingend, sondern nur als Richtlinie zu verstehen. Thorsten Otto, der Interviewer von Dieter Hildebrandt, hat mir versichert: „[...] da sind wir duechau [sic!] flexibel.“ Die Flexibilität bezieht sich vermutlich hauptsächlich auf die Anzahl der Lieder und die Länge der Wortbeiträge, wie die Texte schließlich zeigen.

⁵⁹ Es ließe sich darüber streiten, ob die volle Stunde den Sendungsbeginn markiert oder ob es der spezielle „Showopener“ ist. Diese Diskussion halte ich in meiner Analyse aber für nebensächlich.

zwischen Interviewer und Interviewtem von wenigen Sekunden. Nach einer Liedunterbrechung beginnt die erste Gesprächssequenz, die etwa drei bis vier Minuten lang ist. Diese wird wiederum durch zwei Lieder abgelöst. Im Anschluss daran findet sich die zweite Textpassage, die im Schnitt wiederum drei bis vier Minuten dauert. Programm- und senderspezifische Jingles sind an beliebigen Stellen eingebaut, durchbrechen aber weder Wort- noch Liedbeiträge, sondern finden sich an deren Anfang und/oder Ende. Bei dringlichen Verkehrshinweisen kann durchaus ein Liedbeitrag verkürzt werden. Es folgen wiederum ein bis zwei Lieder, die teilweise von Werbung umgeben sind. Da der öffentlich-rechtliche Rundfunk strenge Vorgaben hat, wann und wie viel Werbung er senden darf, finden sich beispielsweise bei *Bayern 3* im Unterschied zu *Antenne Bayern* sonntags keine Werbeunterbrechungen.

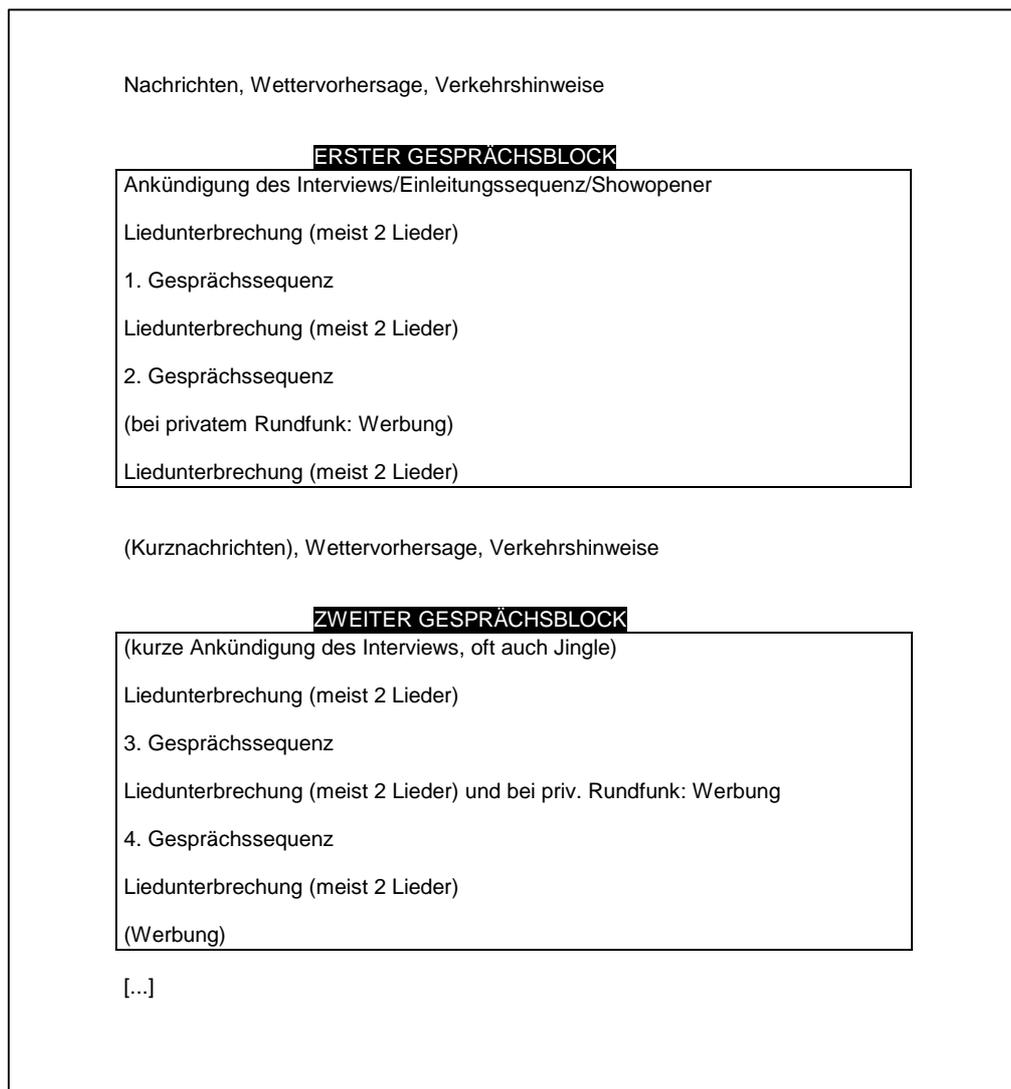
Etwa zur halben Stunde werden Kurznachrichten, Verkehrshinweise und ein Wetterbericht zwischengeschaltet, bevor der zweite Gesprächsblock beginnt. Dieser verläuft parallel zum ersten.

Die erste Stunde des Interviews geht nahtlos über in die Nachrichten zur vollen Stunde. Es schließen sich wiederum zwei Gesprächsblöcke an. Das Interview kann vom Interviewer/Moderator nochmals angekündigt werden oder durch einen sendungsspezifischen Jingle eingeleitet werden. Mitunter gehen die Serviceinformationen aber auch direkt in Lieder über und erst danach setzt das Gesprächsgeschehen fort. Der letzte Gesprächsblock des Interviews ist manchmal kürzer als die restlichen. Dies zeigt sich beim Interview mit Mola Adebisi und bei Dieter Hildebrandt.

Vergleicht man die verschiedenen Starinterviews der unterschiedlichen Sender, was das Verhältnis von Fließtext und Gesamttext anbelangt, lässt sich erkennen, dass die Gesprächsblöcke von Interview zu Interview unterschiedlich umfangreich sind. Innerhalb ein und desselben Interviews sind sie jedoch erstaunlich symmetrisch. So umfassen die zwei Gesprächssequenzen pro Block beim Interview mit Adebisi auf *Antenne Bayern* zusammen jeweils zwischen acht und neun Minuten, der letzte Block ist kürzer (ca. 5,5 Minuten). Die vier Textsegmente beim Interview mit Michael Schanze (*SWR 1*) sind jeweils etwa acht Minuten lang. Der gleiche Sender gibt Howard Carpendale ungefähr sieben Minuten Zeit, um sich zu äußern, während Kai Pflaume und Sabrina Staubitz sich auf *Antenne Bayern* mit relativ konstanten sechs bzw. sieben Minuten begnügen.

Eine strukturelle Besonderheit findet sich beim Interview mit Hildebrandt. Dort liegen die Redebeiträge zwar ebenfalls ziemlich exakt bei 5,5 bis sechs Minuten, doch sind die jeweiligen Sequenzen häufig durch ein bis zwei aufgezeichnete Wortbeiträge unterbrochen.

Überblick Grobverlauf einer Interviewsendung im Hörfunk (1h)



4.3.2.3 Paratexte

Untersuchen will ich nun vor allem die Moderatorentexte und die standardisierten Elemente der Intervieweinleitungen, die nach Unterbrechungen und vor der eigentlichen Frage als Übergang eingeflochten sind. Nur kurz soll auf Jingles eingegangen werden.

Servicetexte wie Nachrichten, Wettervorhersagen und Verkehrsmeldungen bleiben unberücksichtigt. Die Liedauswahl will ich genauso wenig kommentieren, da sie nicht in direktem Zusammenhang mit dem Gesprächsgeschehen steht.⁶⁰

⁶⁰ Hier kann ich wiederum den Rundfunkmoderator Thorsten Otto zitieren, der das Interview mit Hildebrandt geführt hat. Auf meine Frage, ob die Musik in Zusammenhang mit dem Interviewten stehe, erwähnt er in einer E-Mail nur die Ausnahmehbereiche: „So weit es Vorlieben gibt oder die Interviewten [sic!] selber Musiker sind.“

Da nie ganz klar ist, welche Texte der Interviewte hört und welche nur dem Hörer zu Hause zugehört sind, will ich auf eine Unterteilung der Paratexte, wie ich sie beim Fernsehen vorgenommen habe, verzichten.⁶¹

Intervieweinleitungen und (Zwischen-) Ansagen

Egal, ob man die Intervieweinleitungen der Gesprächssequenzen betrachtet oder Zwischenansagen, fällt auf, dass sie durchweg positiv formuliert sind. Sie enthalten standardisiert informative Angaben neben Beschreibungen der Persönlichkeit. Zu den informativen Angaben am Anfang von Gesprächspassagen gehören der Name des Senders, der Name der Sendung und teilweise deren Dauer, der aktuelle Wochentag und die Tageszeit (bei unterschiedlicher Genauigkeit) sowie der Name des Interviewten. Manchmal werden auch Titel und Interpret des vorherigen Liedes genannt, was als klares Kennzeichen des Live-Interviews zu gelten hat (Schanze). Überdies erfolgt oft eine thematische Vorschau. Die zweite Gesprächssequenz bei *SWR 1* „Leute“ beginnt beispielsweise mit einem impliziten Lob des Interviewten durch Wolfgang Heim (H). Ferner werden Sender- und Sendungsnamen genannt und eine temporale Angabe gemacht („heute“), die Aktualität und Unmittelbarkeit ausdrücken soll:

H: swr eins baden württemberg LEUte, heute vormittag mit einem MANN- der ich glaube mehr als FÜNFundzwanzigmilliOnen TONträger verKAUFT hat, DREIzehn goldene SCHALLplatten, wenn die zahl die ich gelesen hab STIMMT, [...]

Ankündigungen zwischen zwei Liedbeiträgen sehen oft ähnlich aus wie die oben zitierte Äußerung, enthalten zusätzlich aber Vorverweise auf Kommendes. In dem Fall erscheint es mir sinnvoll, von „Moderatorenäußerung“ zu sprechen, denn es kommt nicht der Gesprächspartner des Interviewten zu Wort, sondern jemand, der das Interview „verkaufen“ will. Diese Anmoderationen sind zumindest bei *Bayern 3* immer live.⁶² Das Beispiel stammt wiederum aus dem Interview mit Carpendale auf *SWR 1*. Die Äußerung enthält den Namen des Senders, den des Interviewten, temporale Elemente, ein implizites Lob des Interviewten und einen thematischen Vorverweis:

H: swr eins LEUte an diesem vormittag; MIT howard CARpendale; GLEICH reden wir über die biLANZ einer UNGewöhnlich erfolgreichen karRIEre.

Einen ähnlichen Aufbau zeigen die Sequenzenden des eben zitierten Interviews. Auch hier erfolgen bereits Ankündigungen dessen, was folgen wird. Die Akzente zeigen einen gewissen anpreisenden Ton:

H: Swr eins leute an diesem DONnerstag vormittag !MIT! howard CARpendale, der !NACH! elf uhr !SEHR! offen über die ALkoholkrankheit seiner frau SPREchen wird.

⁶¹ Vgl. Kapitel 5.3.2.3

⁶² Nach Aussage von Thorsten Otto in einer E-Mail an mich.

Ein Problem des Mediums Hörfunk ergibt sich daraus, dass nur funktional nachvollziehbar ist, was eine Moderatoren- und was eine Intervieweräußerung ist, da sie meist von derselben Person stammen. Eine klare Trennung von aufgezeichnetem Material und live eingesprochenem ist für den Hörer meist nicht möglich. Allein im Interview mit Adebisi tritt der Moderator explizit als Kommentator des Geschehens auf. Seine Beiträge enthalten oft exakte Uhrzeiten, sind meist umfangreich und betrachten das Interviewgeschehen als vergangen. Im folgenden Abschnitt gibt der Moderator nur eine vage Zeitangabe, indem er auf *vorhin* verweist. Er spricht den Hörer an, nicht den Interviewten, von dem er in der dritten Person (*ihn*) redet:

J: <<Musikbett, eingesprochen> gleich elf minuten nach ZEHN, UNser frühstücksgast ist heute der WI: tschey [vj] ⁶³, wie man so schön SAGT- MOla adeBisi, von anfang an (-) sendestart bei viva mit daBEI, neunzehnhundertdreiundNEUNzig, sehr sehr beKANNT natürlich mittlerweile, einer der DIENSTältesten (-) als AUSHängeschild auch von VIVA- wir haben VORhin schon über das CASTing gesprochen, AUCH über seine RENNleidenschaft, und jetzt wolln mir mal KÜcken; wie=s so AUSschau in der welt der stars und promis. WELche ham ihn denn am MEISTen beEINDruckt;>

Ansagen können als Sendungsjingle aufgemacht sein, wie dies beim *Antenne Bayern* Interview mit Kai Pflaume der Fall ist, und sich vor, nach oder zwischen Liedern befinden. Im Unterschied zu den Intervieweinleitungen werden sie nicht vom Interviewer oder Moderator gesprochen und sind mit einer bestimmten Sendungsmelodie unterlegt. Auch sie enthalten in der Regel den Namen des Senders, der Sendung, der Gesprächspartner und manchmal eine grobe zeitliche Angabe. Nicht ganz klar ist in einzelnen Fällen, ob auch der Interviewte sie hört:

<<Sendungsjingle> anTENne bayern INSider; HEUTE mit KATHie kleff UND KAI PFLAUme.>

<<Sendungsjingle> ZWEI tage vor dem STAR search INfo day; KAI pflaume zu GAST bei anTENne bayern INSider.>

<<Sendungsjingle> der LIEbesbote zu GAST bei anTENne bayern INSider; kai PFLAUme.>

<<Sendungsjingle> INSider. saBIne alena trifft tV moderatorin sabrina STAUBitz.>

Unterhaltende Texteschübe

Neben Ansagen enthält das Interview weitere „Paratexte“. Hierbei sticht die Interviewsendung des *Bayerischen Rundfunks* besonders hervor, die den Interviewten mehrmals mit eingespielten Texten konfrontiert. Im ersten Beitrag begrüßt man Hildebrandt musikalisch, im Laufe des Interviews wird dann aus Gerhard Schröders und Edmund Stoibers Geburtstagsrede zu Hildebrandts 80. zitiert, der Karikaturist Dieter Hanisch kommt zu Wort, der Fernsehkoch Alfons Schubeck erklärt ein Kochrezept, die Schauspielerin Senta Berger sagt ihre Meinung über Hildebrandt, eine Straßenumfrage wird gesendet, eine Astrologin verliert Hildebrandts

⁶³ VJ meint den Videojockey, analog gebildet zu DJ, Discjockey.

Horoskop und die Pförtnerin der Münchner Kammerspiele lädt ihn ein. Im ersten Gesprächsblock findet sich keine Unterbrechung, allein das Kickerspiel zwischen ihm und dem Interviewer dient der Unterhaltung des Hörers. Im zweiten Block erfolgt ein Einschub innerhalb der ersten (insgesamt dritten) Sequenz, während die zweite (insgesamt vierte) Passage bereits zwei Unterbrechungen aufweist. Die Struktur sieht folgendermaßen aus: Ansagetext – aufgezeichnete Einspielung - Interviewtext – aufgezeichnete Einspielung - Interviewtext. Davor und danach finden sich Lieder. Die Struktur der sich anschließenden Gesprächsblöcke ist ähnlich. Die Texteingänge beim Hildebrandt-Interview besitzen die Gemeinsamkeit, dass sie der Unterhaltung dienen, und dem Interviewten eher schmeicheln als angreifen. Während der Ausstrahlung dieser Textelemente hört man mitunter zustimmende oder ablehnende, oft auch belustigte Reaktionen des Interviewten. Die Medienmacher bezwecken mit diesen Einschüben, dass die Sendestruktur abwechslungsreicher wird. Bei *SWR 1* werden frühere Lied-Aufnahmen der Interviewten eingespielt. Dabei handelt es sich allerdings um einmalige Einschübe, um die Reaktion des Interviewten auf sein früheres Schaffen zu testen. Überdies werden derartige Einspielungen zum Zwecke der Unterhaltung von Interviewtem und Hörer eingebaut.

4.3.2.4 Die Art der Darstellung des Gesprächsgeschehens

SWR 1 scheint es ein Anliegen zu sein, Aktualität und Seriosität in ihrer Unterhaltungssendung zu vermitteln. Es wird weitgehend auf Hintergrundmusik verzichtet, Einschübe sind selten und es finden sich sehr viele temporale Angaben („heute“, „am Donnerstagvormittag“, „heute Vormittag“).

Beim Interview mit Kai Pflaume, genauso wie bei Sabrina Staubitz (*Antenne Bayern*) geht es vielmehr darum, das Format der Interviewten, Geschäftigkeit, Spaß und gute Laune neben Aktualität zu vermitteln. Bei Pflaume wird mehrmals erwähnt, dass das Interview in einem Hotel am Flughafen stattfindet. Zeitangaben sind ebenfalls sehr viele eingestreut. Außerdem ist das Musikbett relativ laut, wobei man das unruhige Treiben des Flughafenhotels dennoch vernehmen kann. Sabine Altena erzählt immer wieder, dass sie sich auf Kleidersuche mit der Fernsehmoderatorin Sabrina Staubitz befindet. Im dritten *Antenne-Bayern*-Interview hingegen spielt die Interviewsituation eine vergleichsweise geringe Rolle. Mola Adebisi befindet sich mit Frank Januschke in einem Studio in Köln. Hintergrundmusik ist vorhanden.

Im Vergleich dazu verläuft das *Bayern-3*-Interview mit Dieter Hildebrandt ruhig. Die Hintergrundmusik ist sehr dezent. Die Aktualität des Interviewgeschehens steht nicht im Vordergrund. Durch die vielen Texteingänge vermittelt das Interview eher den Eindruck eines abwechslungsreichen Personenporträts, das die Unterhaltung des Interviewten und des Hörers zum Ziel hat.

4.3.2.5 Veränderungen des Primärtextes

Die Veränderung des Primärtextes ist beim Hörfunkinterview nicht so einfach wie bei der Presse. Die Medienmacher übernehmen jedoch die Auswahl der Interviewsequenzen und können den Interviewten dadurch unter einem bestimmten Blickwinkel und möglicherweise recht einseitig erscheinen lassen. Überlegt man sich, dass für eine dreistündige Sendung auf *Bayern 3* bis zu 40 Minuten Interviewtext benötigt werden, das Rohmaterial jedoch nahezu doppelt so lang sein kann, sind die Kürzungen nicht unerheblich.⁶⁴ Wolfgang Heim von *SWR 1* hingegen hat mir erklärt, dass das gesendete Interview in der Regel nicht viel länger ist als die Aufzeichnung. Dies scheint von Sender zu Sender zu variieren.

Kürzungen des Interviewmaterials sind jederzeit möglich, doch nur auf Satzebene. Die eingesprochenen Interviewereinführungen Januschkes beispielsweise zeigen deutlich, dass hier die Interviewerfrage ersetzt wurde. Zudem haben die Verantwortlichen die Möglichkeit, Antworten vorzeitig auszublenden. Dies bleibt aber nur unbemerkt, wenn an der Stelle der Unterbrechung die Stimme des Interviewten nach unten geht. Einzelne Wörter oder der Satzbau können nicht verändert werden, um Äußerungen zu kürzen oder prägnanter zu machen.⁶⁵

Aus Sicht des Hörers ist es meist nicht möglich, derartige Kürzungen oder Unterbrechungen nachzuvollziehen. Er kann nur Mutmaßungen anstellen. So gibt es beispielsweise im Adebisi-Interview einige Passagen, die sehr abrupt enden. Adebisi wird gefragt, ob er sich etwas lange Ersehntes von seinem ersten Gehaltsscheck gekauft habe. Weit ausholend erzählt er von seiner Vorliebe für VW Polos. Bevor er von seiner neuen Anschaffung sprechen kann, wird er durch einen Jingle, dem Lieder folgen, unterbrochen. Da er an dieser Stelle jedoch gerade mit der Stimme nach unten geht, kann man nicht genau sagen, ob wirklich eine Kürzung vorliegt oder Adebisi den Faden verloren hat und deshalb seine Antwort nicht weiter ausführt:

A: ja=ja. also ich wollte IMmer, ich wollte IMmer, das war meine groß' ich wollte immer den schnellsten polo aus solingen haben; also- man nannte mich auch MOlo; halb mensch halb POlo; (-) und ähm ich hatte früher dann halt so=nen kleinen polo mit SECHzig pe: es- und hatte den dann frisiert auf FÜNfundsechzig pe: es- und dann dann nem freund einen mit fünfundACHT zig pe: es- das war schon die HÖLle mit () und registervergaser und so- das war äh der helle wahnsinn; und äh der hatte sogar WEbervergaser drauf; und [äh ()

J: [hähä

A: weberDOPpelvergaser.

((Jingle))

Dass die Gesprächsbeiträge häufig überlappend sind, ist ein weiterer Punkt, der es der Redaktion erschwert, Kürzungen vorzunehmen. Außerdem sind Äußerungen des Interviewers dadurch veränderbar, dass völlig neue Fragen an Stelle der alten eingespielt werden. Dies fällt nur dann auf, wenn die Hintergrundgeräusche divergieren. Auch das mag ein Grund dafür

⁶⁴ Hierzu Thorsten Otto, Interviewer auf *Bayern 3* (in einer E-Mail an mich): „Die Interviews sind in der Regel zwischen 60 und 75 Minuten lang. Für die 3 stündige Sendung kann ich etwa 40 Minuten brauchen.“

⁶⁵ Mithilfe von Computertechnik kann man mittlerweile Texte auch intonatorisch so verändern, dass eine Stimmhebung zu einer -senkung (Satzende) wird. Dieser Aufwand stimmlicher Veränderungen wird jedoch eher in der Musikbranche, in der Regel aber nicht im journalistischen Bereich getätigt.

sein, weshalb viele Interviews mit Hintergrundmusik versehen sind. Gerade die eingesprochenen Fragen beim Adebisi-Interview sind mit vergleichsweise lauter Musik unterlegt.

4.3.3 Der Interviewer

Der Name des Interviewers wird am Anfang der Sendung und in eingestreuten Jingles genannt. Er tritt beim Hörfunk weit mehr als Einzelperson und nicht als Vertreter der Institution (wie bei der Presse) auf, hat aber selten den Status, selbst ein Star zu sein, wie dies beim Fernsehen oft der Fall ist.

Weit weniger Einfluss als bei der Presse hat der Interviewer auf die Präsentation seiner Fragen innerhalb der Sendung, da Veränderungen sehr viel schwerer handhabbar sind (wie im vorigen Kapitel gezeigt werden konnte). Der Interviewer muss auf der einen Seite an interessante Informationen kommen, darf aber auf der anderen Seite dem Interviewten nicht zu nahe treten. Auf die Schwierigkeit dieser Position weist Jana Hoffmanová hin, die speziell Untersuchungen zum Interviewerverhalten angestellt hat. Sie macht darauf aufmerksam, dass der Interviewer keineswegs von vorneherein als überlegen gelten kann (1996, 159):

„[...] in such a dialogue the dominant participant, the one who knows where the dialogue should lead, will be its initiator, who must regulate its course. But his position is made difficult by the fact that he is obliged to ask a favour of his partner, hence to some extent to inconvenience him. Therefore [...] the interviewer is in no position openly to display his dominance or even to operate „from a position of strength“. On the contrary, he must behave with extraordinary tact, friendliness and flexibility.“

Hoffmanovás Erläuterungen treffen in erster Linie für Rundfunkinterviews zu. Die Presse kann sich – überspitzt formuliert – selbst überlegen, ob sie vorwiegend kompetitive Äußerungen publiziert und das Interview enthüllend erscheinen lässt oder nicht.

Im Hörfunk kann der Interviewer sich überdies die Fragen vorher notieren und mit dem Interviewten absprechen, damit es zu keinen unangenehmen Überraschungen kommt.⁶⁶ Es obliegt somit dem Interviewer, einerseits den Hörer in seinen Erwartungen zu befriedigen, andererseits den Interviewpartner nicht zu verstimmen.

Was den Einfluss des Interviewers und dessen Textbeiträge anbelangt, will ich ähnlich vorgehen wie bei der Untersuchung der Presseinterviews, jedoch nicht auf die Parallelen, sondern vorwiegend auf die Unterschiede zum Presseinterview eingehen.

⁶⁶ Wolfgang Heim (*SWR 1*) hat mir in einem Telefonat jedoch versichert, dass die Fragen sich immer erst aus dem Gespräch entwickeln. Er versteht seine Aufgabe mehr als die eines Gesprächsleiters, nicht eines Interviewers.

4.3.3.1 Aufbau der Interviewerbeiträge

Umfang der Interviewerbeiträge

Der Umfang der Interviewerbeiträge ist beim Hörfunk sehr viel schwerer festzustellen, als dies beim Presseinterview der Fall ist, da nicht jede Äußerung des Interviewers ein eigener und klar abgrenzbarer initiativer Gesprächsschritt ist, sondern mitunter kurze Hörerrückmeldungen oder fehlgeschlagene Gesprächsschrittbeanspruchungen vorhanden sind. Während ein Gesprächsschritt⁶⁷ eine eigene kommunikative Handlung darstellt, handelt es sich bei Höreraktivitäten um Äußerungen, die Aufmerksamkeit, Zustimmung oder Ablehnung signalisieren und keinen Sprecherwechsel zur Folge haben. Bei der praktischen Analyse stößt man sehr schnell auf Schwierigkeiten, wenn man eine genaue Einteilung vornehmen will. Diese Problematik bringt Schwitalla (1997, 50) in „Gesprochenes Deutsch“ auf den Punkt, wenn er sich die Frage stellt:

„Wo ist die Grenze zwischen einer kommentierenden Bemerkung eines Hörers und einem eigenständigen Beitrag?“

Rainer Rath (2001, 1213) zieht in Anbetracht dieser Fragestellung den Schluss, dass das Gespräch in seiner Entstehung betrachtet werden muss, und die Einteilung der Redebeiträge schließlich Interpretationssache ist:

„Die hier angedeutete Problematik besteht im wesentlichen darin, daß Gesprächsschritte nur mit Rückgriff auf sequentielle und entstehungsbedingte Eigenschaften des Textes vom Hörer in der Interaktion verstanden und vom Analytiker im Nachhinein interpretiert werden können.“

Bei dieser Analyse muss insbesondere beachtet werden, dass die beiden bei der Entstehung des Textes Beteiligten klare Rollen besitzen. Insofern kann ein einfach zustimmendes „Ja.“ nach einer geschlossenen Frage durchaus ein Sprecherbeitrag sein, da hierdurch eine Frage beantwortet wird und eine Aussage des Interviewers bestätigt wird, und darf folglich nicht als Signal der Aufmerksamkeit betrachtet werden. Die Einteilung in Gesprächsbeiträge ist demnach tatsächlich interpretierende Arbeit, die durchaus anfechtbar ist.

Betrachtet man den Umfang der Interviewerbeiträge im folgenden Ausschnitt, so erkennt man zwei Gesprächsbeiträge. Mit der Äußerung „hm=hm“ stimmt Sabine Altena (A) der interviewten Sabrina Staubitz (S) weder zu noch widerspricht sie ihr. Es handelt sich um ein Rückmeldesignal, das nicht als einzelner Gesprächsbeitrag gezählt wird.

1 A: aber FLIP flops auch (.) bei DIR (.) ein (-) gutes THEma.

2 S: JA. KLAR. also ich mein äh- man will ja nicht umSONST, äh leiden wenns nicht SEIN muss. wobei ich ja SAGEN muss, tatsächlich durchs TANzen eben, ist ja

⁶⁷ Rainer Rath weist darauf hin, dass für den englischen Begriff „turn“ mehrere gleichbedeutende deutsche Begriffe kursieren: „Gesprächsschritt“, „Gesprächsbeitrag“, „Sprecherbeitrag“, „Redebeitrag“, „Redezug“ (s. Rath 2001, 1213f.).

MEIne persönliche SCHWACHstelle, sind ja meine waden. ich persönlich bin der meinung ich habe VIEL zu dicke WAden,

A: hm=hm,

S: und deswegen äh trage ich RELativ SELten kurze röcke, und WENN kurze röcke, also DANN aber schon HIGH heels;⁶⁸

Interessant an folgendem Beispiel ist, dass es sich bei keinem der Beiträge Altenas um Fragen handelt. Zuerst äußert sie einen Wunsch, der die Primärsituation betrifft. Es folgt eine Bemerkung über die Situation. Danach erklärt sie Staubitz das weitere Vorgehen in der Sendung. Die Gesprächsbeiträge der beiden Gesprächspartner weisen keine signifikanten Unterschiede im Umfang auf:

A: schluck WASser wär vielleicht nicht schlecht.

S: es IST nicht mehr viel wasser Übrig; muss ich sagen. kuck mal wie geRECHT wir das jetzt AUFGeteilt haben.

A: hm=hm,

S: hm,

A: bei den (.) geFÜHLten (.) SECHzig grad, die es heute hat,

S: (und gleich) IN die klamotte rein und raus wird es noch WÄRmer werden. fürcht ich. und mir fällt ein ich hab glaub ich NICHT meine BESte unterwäsche an. ((kichert))

A: DESwegen haben wir ja ein extra langes KAbel sabrina; damit du einfach dein mikroFON MIT in die UMkleidekabine NEHmen kannst;

S: um GOTtes WILlen. hahahahahaha.

An dieser Stelle eröffnet sich nun wiederum eine Problematik: die Trennung von Intervieweräußerungen und Fragehandlungen. Betrachtet man nämlich allein die Fragehandlungen, fällt auf, dass diese kürzer sind als die Antworten, vergleichbar mit Presseinterviews. Bei Kommentaren oder anderen Bemerkungen verwischt dieser Unterschied. Längere Textpassagen stammen generell meist vom Interviewten, so dass außer Frage bleibt, wie die Gesprächsgewichtung ist.

Im Vergleich zur Presse gibt es im Hörfunk jedoch auch einzelne Intervieweräußerungen, die umfangreicher sind.⁶⁹ Dies liegt zum einen daran, dass die Beiträge Wiederholungen enthalten und zum anderen, dass Spontansprache meist weniger präzise und prägnant formuliert ist als Schriftsprache, die man mehrmals ändern und kürzen kann. Eine der längeren Äußerungen stammt von Wolfgang Heim (H), der Carpendale interviewt. Die Frage wird hier durch eine ausschweifende inhaltliche Einführung eingeleitet:

H: howard CARpendale, UNser swr eins LEUte gesprächspartner heut VORmittag; ums NOCHmal zu sagen; VIEle viele jahre erfolgreich im geschäft; VIEle hits; VIEle verkaufte TONträger, ein mann der vor allem (.) HÖhen erlebt hat; aber auch ein paar TIEfen; es hat (-) äh vor zwei zweieinhalb JAHren ein sehr beMERkenswertes INterview geGEBen, im STERN, das SIE zusammen mit ihrer FRAU, und mit ihrer LEBensgefährtin gegeben haben; es ging DARum, dass ihre LEBensgefährtin ein

⁶⁸ Dieses Exzerpt ist auch hinsichtlich des Beziehungsaspekts interessant.

⁶⁹ Zu quantitativen Unterschieden geschriebener und gesprochener Äußerungen in Bundestagsreden vgl. auch Heinze (1977, 218): „in den gesprochenen Reden [werden] erheblich mehr Wörter produziert, als in den „Stenographischen Berichten“ wiedergegeben sind.“

Auf sprachliche Unterschiede zwischen Presse- und Rundfunkinterviews verweist Fräbel (1988).

GROßes alkoholproblem HATte, und über diesem proBLEM, (.) die äh beziehung schier (.) in die brüche (.) gegangen WÄre. DARF ich sie ganz persönlich fragen, ob es wieder GUT geworden ist?

Zudem erscheinen Gesprächsbeiträge länger, je häufiger sie vom Interviewten unterbrochen werden, da dieser sich äußern will oder auch nur eine Rückmeldung abgeben möchte.

Struktur der Interviewerbeiträge

Bei der Untersuchung der Struktur der Interviewerbeiträge will ich mich an die Methode anlehnen, die ich im Presseinterview verwendet habe. Es soll eine tabellarische Unterteilung in „geschlossene Fragen“, „offene Fragen“ und „Aussagesätze“ erfolgen. Dies ist durch die vielen Unterbrechungen im Hörfunkinterview nicht einfach. Aus diesem Grund will ich eine Vereinfachung nach dem Ausschlussprinzip vornehmen und nur eigenständige Gesprächsbeiträge in die oben genannten Kategorien aufnehmen. Handelt es sich bei Sprecherbeiträgen nicht um Fragehandlungen, sollen sie innerhalb der Tabelle unter „Sonstiges“ aufgeführt werden.

Interessant ist vorerst die Menge an Interviewerbeiträgen, die innerhalb der verschiedenen Hörfunkinterviews stark differiert. Da die Interviews unterschiedlich lang sind, erscheint es mir sinnvoll, die Anzahl der Interviewerbeiträge pro Minute grob zu berechnen.⁷⁰ Die Interviews von *SWR 1* und die *Antenne Bayern* „Insider“ Interviews weisen hier ähnliche Werte auf. Die Interviewer äußern sich pro Minute etwa zwei- bis dreimal. Das Interview Frank Januschkes, der auf *Antenne Bayern* Adebisi befragt, weist nur etwa eine Intervieweräußerung pro Minute auf, während Thorsten Otto sich Dieter Hildebrandt gegenüber auf *Bayern 3* vier- bis fünfmal innerhalb einer Minute mit einem Gesprächsbeitrag zu Wort meldet.

Überspitzt gesagt bedeutet dies, dass Frank Januschke im Sonntagsfrühstück ein Monologisieren Adebisis zulässt, während Thorsten Otto das Interview sehr stark mitgestaltet. Passagen wie die folgende wären im Interview mit Thorsten Otto undenkbar, der Interviewauszug zählt jedoch nicht einmal zu den längsten Beiträgen Adebisis (A). Er wird hier von Januschke (J) zu seiner Rennfahrleidenschaft befragt:

- J: kannst du da ABSchalten? oder warum machst du [das? ()
- A: [ja:::- (-) es es IST, es IST, ()
ich liebe die geSCHWINDigkeit auf eine (-) art und weise; und ich glaube es ist einfach dieses die diese konTROLLe, (-) eines () der eigentlich nicht zu zu kontrollieren ist; also dass man eigentlich so auf ner kurve- und dass man wirklich- muss HOCHKonzentRIERT sein- und es is einfach der KICK- den man dabei kriegt; wenn man auf so=ne kurve ZUfliegt im dritten GANG- und beschleunigt RAUS- hundertsechzig- und man weiß- NOCH=n meter NOCH=n meter NOCH=n meter- und dann BREMST- und dass dann die kurve dann EINbrems- genau im richtigen WINKel- dann dann dann ABwinkelt- aus=m kurveninnern raus dann RAUSbeschleunigt- und äh die GÄNge gut trifft- und GASanschluss- es is einfach- das KANN man nich erKLÄR=N. ich glaub ich SACH immer, entweder man IS gaskrank oder man ist NICHT gaskrank. und ähm ich bin kein (-) klassischer HEIzer; also ich fahr jetz nicht mit hundertachtzig durch die STADT; weil das is ASSi; und das is geFÄHRlich; und das MACHT man nicht- aber ich würd schon sagen dass ich eine (-) AMbitioniert sportliche FAHRweise habe; aber das is

⁷⁰ Diese Daten zum Aufbau des Interviews bieten bereits erste Aufschlüsse zum Sprecherwechsel, der im folgenden Kapitel thematisiert wird.

natürlich dann auch immer mit mit viel viel KÖPFchen verbunden, und ähm ich hab dementsprechend mein AUto modifiziert, von den BREMSen, bis zum FAHRwerk, bis in REIFen, hin, und mich natürlich auch SELber sich in fahrerlehrgängen, ähm und natürlich auch in diesem lIZENZlehrgang, der auch relativ SCHWIERig war, und ähm so=nen normalen fahrer [() aber=

Tabelle Fragestruktur im Hörfunk

Einteilung	geschlossene Frage	offene Frage	Aussagesatz	Sonstiges	Gesamt	Interviewbeiträge (IB) pro Minute
Korpus						
<i>Antenne Bayern</i> „Sonntagsfrühstück“ mit Frank Januschke und Mola Adebisi	13 (35 %)	9 (24 %)	9 (24 %)	6 (16 %)	37	31 Minuten ca. 1,2 IB pro Minute
<i>Antenne Bayern</i> „Insider“ mit Kathie Kleff und Kai Pflaume	9 (21 %)	10 (23 %)	6 (14 %)	18 (42 %)	43	22 Minuten ca. 2,0 IB pro Minute
<i>Antenne Bayern</i> „Insider“ mit Sabine Altena und Sabrina Staubitz	8 (11 %)	5 (7 %)	14 (19 %)	46 (63 %)	73	26 Minuten ca. 2,8 IB pro Minute
<i>SWR 1</i> „Leute“ mit Michel Ries und Michael Schanze	23 (24 %)	24 (25 %)	20 (21 %)	28 (29 %)	95	31 Minuten ca. 3,1 IB pro Minute
<i>SWR 1</i> „Leute“ mit Wolfgang Heim und Howard Carpendale	28 (47 %)	11 (19 %)	10 (17 %)	10 (17 %)	59	29 Minuten ca. 2,0 IB pro Minute
<i>Bayern 3</i> „Stars und Hits“ mit Thorsten Otto und Dieter Hildebrandt	37 (25 %)	28 (19 %)	35 (24 %)	48 (33 %)	147	33 Minuten ca. 4,5 IB pro Minute

Natürlich spielt bei derart langen Passagen die Redefreude des Befragten eine Rolle. Auch beim Interview von Michel Ries mit Michael Schanze finden sich einige längere Redepassagen Schanzes. Wie die Berechnung der Beitragsanzahl pro Minute zeigt, nimmt Ries (3,1 Interviewerbeiträge (IB) pro Minute) dennoch weitaus intensiver Einfluss auf das Gespräch als Januschke (1,2 IB pro Minute).

Betrachtet man die Intervieweräußerungen nun strukturell, fällt wiederum auf, dass sich die Interviews je nach Interviewer stark unterscheiden. Der Frage-Antwort-Charakter ist in den *Antenne-Bayern*-Interviews von Kathie Kleff und Sabine Altena nur sehr schwach ausgeprägt. Etwa die Hälfte aller Äußerungen (Altena: 63 %, Kleff: 42 %) beinhalten keine Frageabsicht. Während in allen weiteren Hörfunkinterviews des Korpus der Anteil sonstiger Äußerungen niedriger ist und sich bei Prozentzahlen zwischen 16 und 33 bewegt, offenbart sich immer noch ein signifikanter Unterschied zu den Presseinterviews. Hier lag der Anteil an Äußerungen, die keine Frage ausdrücken, in der Regel immer unter der 10 %-Marke. Demnach ist der Gesprächscharakter in den Hörfunkinterviews meines Textmaterials rein strukturell viel stärker ausgeprägt als in der Presse. Eine beliebig ausgewählte Passage zeigt, wie schwach das Frage-Antwort-Schema ist und wie wenig die Interviewte Thema des Gesprächs ist. Während die erste Äußerung noch Fragecharakter besitzt, folgt danach eine Feststellung, auf die sie sicher eine Reaktion erwartet und es verliert sich damit allmählich die Rollenverteilung von Fragendem und Antwortendem:

A: du HAST aber nicht psychologie studiert; oder?

S: äh UNter anderem markt und werbepsychologie. und organisationspsychologie.
doch-

A: saBRIna staubitz im antenne bayern INSider- <<leise und heimlich> in dem LAden hier
äh gibts NICHT mal PREIse an den klamotten. das IS aber [()>

S: [DOCH, do=DOCH gibts
[PREIse

A: [ja?

S: an den klamotten. KUCK mal; ich hab- also das is ja grad mit eins [der GÜNStigeren
modelle.

A: [<<leise
murmeln> (ah ja. okay) () kleines HEMDchen für fünfundneunzig
EUro?>

S: fünfundneunzig EUro, das is aber wirklich GÜNStig hier. s=is praktisch n
SCHNÄPPchen.

A: <<ironisch> SPI[tze.>

S: [hm, da Oben is aber KASHmir. kashmir is meistens schon mal- soll
ich mal KÜcken=

A: =ja,

S: was das WÄre?

A: bei kashmir geht glaub ich EINiges=

S: =hm,

A: im eurobereich fünfhundertneunundfünfzig euro;

S: für so=n- ich glaub das ist eine EINarmstola. soweit ich die jetzt erKENnen kann;
und bei gefühlten mittlerweile <<schmunzelnd> neunzig grad> DENKT man ja auch
GERN drüber NACH; über die kashmir(.)stola. haha.

Bei der strukturellen Unterscheidung der Fragen fällt auf, dass es keine signifikanten Unterschiede innerhalb des Korpus gibt. Offene Fragen werden weniger oft als geschlossene gestellt, obwohl diese laut Friedrichs/Schwinges (1999, 145) als Aufforderung zum Sprechen sehr hilfreich sind. An Bereitschaft zu reden mangelt es auf Interviewtenseite offenbar ohnehin nicht. Allerdings sind die Unterschiede der Frageverwendung innerhalb der drei Kategorien weit geringer als bei der Presse, wo sich meist sehr klare Tendenzen hin zu geschlossenen Fragen gezeigt haben. Allein das Interview, das Wolfgang Heim mit Howard Cappendale durchführt, weist einen stark ausgeprägten Hang zu geschlossenen Fragen auf. Bei einem für das Hörfunkinterview vergleichsweise niedrigen Wert von 17 Prozent Äußerungen, die keinen Fragecharakter besitzen, kann hier am ehesten von einer Annäherung an das Presseinterview gesprochen werden.

4.3.3.2 Gesprächsverhalten des Interviewers auf Ebene der Gesprächsorganisation

Aufschlüsse über die Einflussnahme des Interviewers geben neben der Äußerungsstruktur auch die Gesprächsorganisation, also die Art des Sprecherwechsels und die Höreraktivitäten. Interessant ist hierbei, inwieweit der Interviewer die Verteilung des Rederechts gezielt steuert. Handelt es sich also um Selbstwahl des Folgesprachers oder um Fremdwahl durch den Interviewer. Die Fremdwahl kann im Hörfunk nicht so leicht nachvollzogen werden, da die nonverbale Adressierung nicht beobachtbar ist. Bei Selbstwahl des Sprechers können die Sprecherwechsel auf drei Arten vor sich gehen: mit Unterbrechung, ohne Unterbrechung, mit Überlappung.⁷¹

Inwieweit überlappende oder unterbrechende Gesprächsbeiträge Dominanz zum Ausdruck bringen, ist umstritten. Tiittula (2001, 1365) weist darauf hin, dass eine Überlappung oder Unterbrechung auch der Unterstützung des Vorredners dienen kann. Dem stimme ich zwar zu, doch diese Erkenntnis ändert meiner Meinung nach nichts an der gesprächsorganisatorischen Dominanz. Dennoch gibt es Überlappungen und Unterbrechungen, die nicht kompetitiv gedeutet werden können, da der Folgespracher den Beitrag bereits für beendet hielt.⁷²

Es zeichnet sich ein relativ einheitliches Bild ab, was den Sprecherwechsel im Hörfunkinterview betrifft. Direktes Unterbrechen ist eine Seltenheit, häufiger überlappen Beiträge. Allein im Interview von Wolfgang Heim (H) mit Cappendale (C) sind einige wenige nennenswerte Beispiele von „harten“ Unterbrechungen:

H: wie hält man das zehn jahre DURCH? auch noch parallel diese diese enorme berufliche (.) belastung und anspannung zu haben?

⁷¹ Zur Methodik der Analyse von Gesprächssteuerung vgl. Tiittula (2001, 1361-1375).

⁷² Bei Kowal u.a. (1998, 286f.) werden 6 Kategorien des Sprecherwechsels unterschieden, die ich hier kurz auflisten will, für meine Analyse aber nicht so detailliert angewandt werden können: 1a) Ablösung eines vollständigen Redebeitrags durch einen Redeanfang, 1b) Ablösung eines unvollständigen Redebeitrags durch einen Redeanfang, 2a) Überlappung eines vollständigen Redebeitrags durch einen Redeanfang, 2b) Überlappung eines unvollständigen Redebeitrags durch einen Redeanfang, 3a) Begleitung eines Redebeitrags durch einen vollständigen Redebeitrag, 3b) Begleitung eines Redebeitrags durch einen unvollständigen Redebeitrag.

C: WEISS ich nicht; ich hab äh-
H: oder wars ne bestätigung. diese andre geschichte dann-

Bevor Carpendale eine Antwort auf die erste Frage geben kann, wird er von Heim unterbrochen, der ihm eine Antwortmöglichkeit vorgibt. Im selben Interview finden sich zwei weitere Beispiele, die kurz aufeinander folgen:

C: ICH glaube dass es im allgemeinen- es GAB (-) drei vier fünf geschichten, die (-) mich selbst UMgehauen haben, aber ((atmet ein))
H: was war die SCHLIMMSte? wenn ich fragen darf-
C: es gab ein einen MORDfall vor vor vielen jahren, und die FRAU die erMORdet wurde, da war ein KIND- is übrig geblieben, und es hieß das wär MEIN kind; da hab ich (-) ZWEI JAHre lang (-) gerichtlich versucht zu beweisen, dass es NICHT mein kind war, weil es äh es GING da nicht um MICH, aber dass diese kind GLAUBte ich war ihr VATER nur weil ein paar BRIEfe da waren, das äh is es WAR kein schöne geSCHICHte; und
H: =gabs denn VAterschaftstest?

In beiden Fällen unterbricht Heim, um genauere Informationen einzufordern. Es fällt auf, dass die Unterbrechung jeweils nach einer Konjunktion stattfindet.

Je nach Interview überlappen oder unterbrechen etwa 15 bis 40 Prozent aller Gesprächsbeiträge des Interviewers eine Äußerung des Interviewten. Während Kathie Kleff den Interviewten sehr häufig unterbricht und jede zweite bis dritte Äußerung mit Teilen seiner Äußerungen kollidiert, überlappt nur etwa jeder sechste Beitrag Ottos das von Hildebrandt Gesagte. Ähnliches zeigt sich im Interview von Wolfgang Heim. Doch es gilt generell, nicht nur die absoluten Zahlen zu analysieren, sondern die gesprächssteuernden Eingriffe des Interviewers im Vergleich zu denen des Interviewten zu betrachten. Quantitativ dominant ist der Interviewer hinsichtlich der Steuerung des Sprecherwechsels allein im Interview mit Sabrina Staubitz. Sabine Altenas Äußerungen überlappen die Aussagen der Interviewten nahezu doppelt so häufig als dies umgekehrt der Fall ist. Es muss aber hinzugefügt werden, dass sich Staubitz hinsichtlich der Gesprächssteuerung sehr zurückhaltend verhält.

Eine quantitative Analyse reicht jedoch nicht aus, sondern es muss unterschieden werden, ob Unterbrechungen strategisch als kompetitiv interpretiert werden können oder nicht. Nur im Interview von Schanze gibt es viele Beispiele von Sprecherwechseln, in denen Michel Ries Schanze bewusst in seiner Redefreude bremsen will und in denen er sich oft hart durchsetzen muss, um Schanzes Versuche einer Gesprächsschrittbeanspruchung abzuwenden. Dies tut er im folgenden Abschnitt, indem er dessen Unterbrechung ignoriert:

R: sie warn SEgeln, ham sie erZÄHLT,
S: ja.
R: vor MEXiko,
S: genau [wir warn-
R: [es war WUNderschön, was genau is das REIZvolle am segeln? (-) is doch auch viel ARbeit; oder?

Im Folgenden gehen Schanzes Überlappungen akustisch völlig unter, da Ries weiterredet und sich nicht unterbrechen lässt. Der zweite Versuch Schanzes jedoch gelingt:

- R: was für ein gefühl IS des wenn man (.) wenn man so ne alte aufnahme heute HÖRT?
[(is man da) n bisschen PEINlich
- S: [()
- R: beRÜHRT? oder [()
- S: [nei::n- es war einfach ne schöne zeit- ich war n junger MANN, und
äh was mich als MUSiker damals- denn des war äh als solche f' als solcher FÜHLte
ich mich, aber was mich da sogar be=be=beDRÜCKT hat ähm (fifth dimension) mit
aQUARIus- wir warn (.) BEIde äh nummern sind ähm () oder wir sind BEIde
bei united ARTists verTRIEben (.) worden- und die haben von aQUARIus- ich glaube
hundertfuffzigtausend platten WENiger verkauft als ICH- und des fand ich einfach ja
ne geMEINheit an (fifth MENschen.) haha[haha-

Selbst wenn es im Interview mit Schanze einige Passagen gibt, in denen der Interviewer sich behauptet, gibt es noch mehr, in denen das Umgekehrte zu Tage tritt. Näheres hierzu soll die entsprechende Untersuchung des Interviewtenverhaltens in einem späteren Kapitel bringen. Es bleibt festzuhalten, dass gesprächsorganisatorische Steuerungen bei Sabine Altena, Kathie Kleff und Michel Ries in größerem Ausmaß zu Tage treten als bei den übrigen Interviews des Korpus. Allein bei Ries fällt auf, dass durchaus Kompetition im Spiel ist. Ries will Schanzes Redefreude bändigen. Alle anderen Interviews sind diesbezüglich eher unauffällig.

4.3.3.3 Gesprächsverhalten des Interviewers auf der Handlungsebene

Beziehungsebene

Was die Beziehungsebene anbelangt, ist es mir wichtig zu erwähnen, dass es hierbei nicht nur darum geht, wie der Interviewer die Beziehung zwischen sich und dem Star gestaltet, sondern auch, welche Art von Beziehung er dem Hörer „verkaufen“ will. Beim Hörfunkinterview lässt sich die Beziehungsebene zwischen den Gesprächspartnern genauer untersuchen, da Original-äußerungen vorhanden sind, also keine Verschriftlichung wie beim Presseinterview vorliegt. Der erste Schritt der Analyse soll als Parallele zum Presseinterview aufgebaut sein und die dort verwendete Einteilung übernehmen. Es werden nur Sprecherbeiträge analysiert, keine Höreraktivitäten, obwohl diese nicht selten Zustimmung ausdrücken, demnach also Einteilungskriterium für die Tabelle sind. Ein Grund für diese Restriktion liegt darin, dass Höreraktivitäten auch nonverbal erfolgen können und demnach die Auswertung ohnehin bruchstückhaft wäre. Im Interview Frank Januschkes, bei dem einige Fragen als eingesprochen gekennzeichnet sind (vom Interviewten wird in der dritten Person gesprochen), habe ich die Äußerungen in der nachfolgenden Tabelle⁷³ unter „neutrale Äußerung, Sonstiges“ aufgelistet.

⁷³ Näheres zu den Kategorien dieser Tabelle findet sich im entsprechenden Kapitel der Presseinterviews.

Tabelle Verhalten des Interviewers auf der Beziehungsebene (Hörfunk)

	schmeicheln, loben	Positives implizieren	zu-/ übereinstimmen	neutrale Äußerung/Sonstiges	nachhaken	nach Gefühlen fragen/ Persönliches enthüllen	kontern	Negatives implizieren	Unglauben demonstrieren	vorwerfen, unterstellen, kritisieren	offen provozieren; Image verletzen	Summe
<i>Antenne Bayern</i> „Sonntagsfrühstück“ mit F. Januschke und M. Adebisi	3	7		25	2							37
<i>Antenne Bayern</i> „Insider“ mit Kathie Kleff und Kai Pflaume	5	9	2	26	1							43
<i>Antenne Bayern</i> „Insider“ mit Sabine Altena und Sabrina Staubitz	1	3	1	61	1		2	1		1		73
<i>SWR 1</i> „Leute“ mit Michel Ries und Michael Schanze	4	21	1	50	4	3	2	10				95
<i>SWR 1</i> „Leute“ mit Wolfgang Heim und Howard Carpendale	1	6	1	32	8	2		9				59
<i>Bayern 3</i> „Stars und Hits“ mit Thorsten Otto und Dieter Hildebrandt	12	6	1	105	12	4	1	6				147

Die Tabelle zeigt, dass generell ein breites „Mittelfeld“ bei Hörfunkinterviews vorhanden ist. Dies bedeutet, dass hauptsächlich Fragen und Äußerungen vorkommen, die unter „neutrale Äußerung, Sonstiges“ zu listen sind. Vergleicht man die Hörfunkinterviews untereinander, bemerkt man, dass die Interviewer bei *Antenne Bayern* völlig auf eine kompetitive Fragestrategie verzichten. Allein einige Schmeicheleien, positive Implikationen und Übereinstimmungen finden sich. Man erkennt demnach, dass Frank Januschke, Sabine Altena und Kathie Kleff sehr viel Wert auf eine angenehme Gesprächsatmosphäre legen und weniger dekuvierend und

observierend vorgehen. Nur unter Altenas Fragen finden sich vier, die Kompetition erkennen lassen. Zumindest beweist die Reaktion der Interviewten, dass sie die Fragen so interpretiert. Doch dies scheint mir hier weniger Anzeichen von kritischem Journalismus zu sein, als vielmehr das Ungeschick der Interviewerin zu demonstrieren. Während Staubitz im folgenden Ausschnitt zuerst Kritik zu erkennen glaubt, wählt sie dann eine positivere Interpretation der Frage. Die Interviewerin bessert ihre Frage nicht nach, versucht keine Richtigstellung, sondern kichert nur:

A: FERNsehmoderatorin sabrina STAUBitz, heute in antenne bayern INSider, über mangelndes selbstbewusstsein musst du dich glaub ich nicht beKLAGen, oder?

S: das ist ja wieder=ne BÖSartige unterSTELLung.

A: ((kichert))

S: wobei- (-) BÖSartig is es ja NICHT unbedingt. aber ich weiß moderatoren kommen immer so WAHNSinnig SELBSTbewusst rüber, [...]

Abwechslungsreicher hinsichtlich der Fragestrategie sind die Interviews auf *SWR 1* oder *Bayern 3*. Dort zeigt sich eine breite Auffächerung der Fragen. Sowohl Michel Ries als auch Wolfgang Heim verhalten sich ihrem Interviewpartner gegenüber einerseits kompetitiv, andererseits schmeichelnd. Auf direkte Kritik oder Provokationen verzichten sie jedoch. Gerade im Vergleich zu den Presseinterviews fällt auf, dass keines der Hörfunkinterviews eine ausgeprägt kompetitive Fragestrategie verfolgt. Dies mag daran liegen, dass es sich bei den verwendeten Hörfunksendern um Unterhaltungssender handelt, die auf Harmonie und gute Laune abzielen. Ein weiterer Grund ist sicherlich, dass es beim *face-to-face*-Gespräch nicht einfach ist, den Partner direkt zu provozieren. In der Presse ist es durchaus denkbar, dass die prekären Passagen im Gespräch selbst nicht so drastisch formuliert waren.

Anders als im Presseinterview, wo ausschließlich die Fragestrategie untersucht werden kann, da inhaltliche Veränderungen und Straffungen vorgenommen wurden, bietet das Hörfunkinterview darüber hinaus die Möglichkeit, anhand sprachlicher Merkmale Informationen über den Beziehungsaspekt zu erhalten. So fällt als erstes auf, dass der Interviewer den Interviewten in Presseinterviews generell siezt, während dies beim Hörfunkinterview nicht selbstverständlich ist. Kathie Kleff, Sabine Altena und Frank Januschke sprechen die Interviewten mit „du“ an. Dass man sich in den *Antenne Bayern* Interviews duzt, heißt nicht, dass sich Interviewer und Interviewter schon lange kennen. Vermutlich handelt es sich um eine für beide Seiten Erfolg versprechende Strategie, um unkompliziert und locker zu wirken. Die Interviewer der anderen Sender bleiben beim „Sie“.

Interessant für den Beziehungsaspekt ist überdies, wie der Interviewer selbst das Verhältnis zum Interviewten beurteilt. Während Sabine Altena offenbar sich und die Interviewte auf einer Ebene als Unterhalter des Hörers sieht, zählt Januschke sich oftmals zum Publikum hinzu, das neugierig auf Informationen wartet. Altena meint im Gegensatz zu Januschke immer die Interviewte und sich, wenn sie von „wir“ redet. Einige Beispiele sind:

A: wir beFINden uns bei TALbot RUNhof,

A: wir SUchen heute auch was GANZ beSTIMMtes,

A: dann STÜRzen wir uns IN die klaMOTten.

Auf diese Art und Weise entsteht – wie auch beim Duzen – eine gewisse Nähe zwischen den beiden Interaktanten. Die Interviewerin vermittelt, dass beide als Team auftreten.

Kathie Kleff hingegen wechselt zwischen den Perspektiven. Manchmal schließt sie in das „wir“ nur Kai Pflaume und sich ein, manchmal meint sie sich und die Hörer. Bei Januschke sind mitunter mit dem Personalpronomen „wir“ ebenfalls die beiden Gesprächspartner gemeint, vor allem wenn es darum geht, den Fortgang des Gesprächs anzukündigen oder Vergangenes zusammenzufassen.

Eine weitere Auffälligkeit findet sich im Interview mit Dieter Hildebrandt. Thorsten Otto verwendet oftmals dann ein „inklusives wir“ dem Interviewten gegenüber, wenn er das Gespräch thematisch lenken will:

O: wir wolln jetzt mal von der- von der beERdigung, die hoffentlich noch möglichst lange HIN sein möge, zur geBURT zurückkommen. is en weiter SPRUNG, ich weiß,

O: stars und hits heute MIT dieter HILdebrandt, und äh wir WOLLN noch ein wenig über ihre JUgend sprechen herr hildebrandt. sie SIND auf einem BAUernhof in SCHLEsien AUgewachsen, dann kam der krieg, und mit SECHzehn wurden sie dann als FLAKhelfer eingezogen; was haben sie für erINnerungen dran;

O: wir MÜSsen noch ein paar dinge KLÄren, herr hilde[brandt].

Ebenso oft bezieht er aber Stellung auf Seiten der Medienverantwortlichen, präsentiert sich also als Teil der Redaktion und nimmt somit nicht unbedingt eine Gegenposition ein, vertritt aber zumindest auch keine einheitliche Position mit Hildebrandt. „Wir“ und „uns“ sind „exklusiv“ gemeint:

O: <<lachend> und der- der WERner SCHNEIder> hat uns erzählt, ihre rückhand, die war schon IMmer saumäßig.

O: wir haben mal die leute auf der STRAße gefragt, was ihnen denn zu dieter HILdebrandt einfällt;

O: [...] am DREIundzwanzigsten fünften siebenundzwanzig in BUNZlau, in SCHLEsien geboren, und ähm (.) weil wir das geBURTSdatum jetzt auch schon HABen, LESlie ROwe hat nämlich ihr GANZ perSÖNliches horosKOP erstellt;

O: DIEsen WUNSCH können wir ihnen jetzt auch noch mal erfüllen, denn die PFÖRTnerin der kammerspiele, DIE haben wir DA.

Die beiden *SWR 1* Interviews sind in dieser Hinsicht wenig auffällig.

Ein weiterer Aspekt, der für die Beziehung Interviewer-Interviewter relevant ist und mithilfe dessen der Interviewer die Beziehungsebene gestalten kann, sind zustimmende

Rückmeldesignale und vor allem zustimmendes oder amüsiertes Lachen. Das Interview mit Carpendale verläuft nicht sehr fröhlich, auf beiden Seiten wird kaum gelacht. Auch das zweite SWR 1 Interview weist auf Seiten des Interviewers nur mäßige Fröhlichkeit auf, wohingegen der Interviewte Schanze sich sehr zu amüsieren scheint. Ein beiderseits lustiges Gespräch findet zwischen Hildebrandt und Otto statt. In den Interviews von Januschke und Kleff sticht ins Auge, dass diese sehr viel Fröhlichkeit und gute Laune demonstrieren. Ihnen scheint viel an einer lockeren Gesprächsatmosphäre zu liegen. Auch Sabine Altena lacht viel, wird aber noch von ihrer Partnerin übertroffen, die nahezu beständig kichert.

Wertvoll für die Untersuchung des Beziehungsverhaltens können zudem einzelne Textpassagen sein, die rein inhaltlich ein bestimmtes Verhältnis zum Ausdruck bringen. Ries kümmert sich sehr herzlich um seinen Gast Schanze, was besonders an zwei Textstellen zum Ausdruck kommt. Zu Beginn der Sendung sorgt er sich um dessen leibliches Wohl, kurze Zeit darauf zeigt er sich besorgt, ob Schanze gut geschlafen hat:

R: [...]Also war die NACHT einigermaßen [okay,
S: [jaja na klar.

Interessant ist in dieser Hinsicht auch das Interview von Altena. Mitunter hat man tatsächlich den Eindruck, bei einer „Shopping-Tour“ zweier Freundinnen dabei zu sein. So wird beispielsweise darüber diskutiert, ob den beiden die Farbe rot steht oder nicht:

A: und ich WAge fast zu beHAUPten; sabrina; naTÜrlich weiß ich es nicht; weil ich bin KEIne STYling-expertin;
S: hm.
A: Aber. ICH (-) HASse rot, weil es mir NULL STEHT. (-) und ich GLAUbe AUCH für DICH ist es nicht unbedingt die OPTimale FARbe. [oder?
S: [KANN man so gar nicht Sagen.
also ich hab mich früher überHAUPT äh farben gegenüber sehr geSTRÄUBT, und mittlerWEile, du siehst ja- bin ich völlig entHEMMT, in diesem äh KNALLorangen ((

Von derartigen Passagen, die man eher im privaten Bereich suchen würde, finden sich in diesem Interview eine Reihe. Die folgende Äußerung Altenas soll persönliche Nähe zum Ausdruck bringen. Möglicherweise sieht auch Staubitz diese Bemerkung als leicht überzogen an, denn sie antwortet ironisch:

A: das äh MACHST du bitte, wenn du mir vorher noch die FRAge beantwortest; wo kommst du eigentlich grade HER? weil du warst ja jetzt irgendwie drei wochen nicht erREICHbar. weil ich hab dich immer ANgerufen, ja, aber (--) nix zu MACHen.
S: ja. ich hab AUCH sehr geLITten, in diesen drei wochen, der trennung, und ähm HAB jetzt aber schwer geSCHUFtet. [...]

Auffällig vorsichtig verhält sich Wolfgang Heim im Gespräch mit Howard Carpendale. Anscheinend will er dem Interviewten keinesfalls zu nahe treten. Die folgenden Formulierungen zeigen übertriebene Höflichkeit und Vorsicht. Negatives wird freundlich verpackt:

H: NICHT dass ich sie drauf FESTlegen will; aber WENN, WAS würde sie da am meisten REIzen?

H: was war im RÜCKblick, und damit schließen wirs auch AB, das das das SCHLIMMSte geFÜHL, in das !SIE! als als als PARTner geRAten sind? [...]

C: ICH glaube dass es im allgemeinen- es GAB (-) drei vier fünf geschichten, die (-) mich selbst UMgehauen haben, aber ((atmet ein))

H: was war die SCHLIMMSte? wenn ich fragen darf-

H: hm=hm, man kann natürlich auch auf der anderen seite SAgen, wenn ich mir diese perSÖNliche anmerkung gestatten DARF, (-) die die musik die SIE machen (-) is überhaupt GAR nich MEIne musik, aber ich hab (-) einen UNglaublichen respekt vor jemandem wie IHnen, der SO eine karriere hingelegt hat, so wie ich auch jemanden wie REINhard MEY (-) oder äh udo JÜRgens respektiere, mit deren musik ich jetzt persönlich AUCH nicht so schrecklich viel anfangen kann.

Inhalt der Fragen und Steuerungsvermögen

Die Untersuchung der Hörfunkinterviews zeigt auf inhaltlicher Ebene, dass die meisten Interviewer die Persönlichkeit des Interviewten ins Zentrum des Interesses stellen. Anders sieht es bei den beiden *Antenne-Bayern*-„Insider“-Interviews aus, bei denen keine klare inhaltliche Priorität zu erkennen ist. Viele Äußerungen passen in keine der Kategorien. Sie sind unter „Sonstiges“ aufgelistet.

Hinsichtlich des inhaltlichen Steuerungsvermögens ist die Quote bei den beiden oben genannten Interviews ebenfalls sehr schwach. Viele Gesprächsbeiträge sind nicht kategorisierbar, da sie nicht als Fragen oder Einwände im weitesten Sinne interpretiert werden können. Hierbei handelt es sich um eine Eigentümlichkeit, die die Hörfunkinterviews generell kennzeichnet. Bei den meisten Äußerungen handelt es sich um Fragen, die inhaltlich keine Steuerung erkennen lassen oder andere Gesprächsbeiträge ohne Steuerungsfunktion. In dieser Hinsicht gibt es einen fundamentalen Unterschied zu den Presseinterviews, die weitaus mehr von den Fragen des Interviewers bestimmt sind.

Von den Äußerungen, die Steuerungsfunktion besitzen, werden den Interviewten im Hörfunkinterview bevorzugt Thesen und Meinungen vorgesetzt, oft einfach Stationen ihres Lebens erwähnt, zu denen sie dann Stellung beziehen sollen (Thorsten Otto, *Bayern 3*). Dass ein Interviewer auf einer Frage beharrt, die ihm nicht beantwortet wird, passiert so gut wie nie. Auch Einwände von Interviewerseite sind selten. Eingeforderte oder vollführte Präzisierung durch den Interviewer, Fragen, die von bestimmten Voraussetzungen ausgehen, und solche, die eine bestimmte Antworttendenz vorgeben, sind in den Hörfunkinterviews des Korpus zwar vertreten, nehmen aber einen eher geringen Stellenwert ein. Allein das Interview Wolfgang Heims (*SWR 1*) zeigt eine vergleichsweise hohe Beeinflussung. Knapp die Hälfte seiner Äußerungen konfrontiert den Interviewer mit Thesen, enthält Voraussetzungen oder Tendenzen, Präzisierungen oder Einwände.

Auf inhaltlicher Ebene ist das Steuerungsverhalten des Interviewers also relativ klein. Die Interviewer lassen den Interviewten mehr Spielraum sich zu äußern als in vielen Interviews der

Presse. Die Personenzentriertheit ist offensichtlich, wenn man sich die Tabelle anschaut. Allein die Interviews von Kathie Kleff und Sabine Altena scheinen kein festes inhaltliches Ziel zu verfolgen.

Tabelle Inhalt und inhaltliche Steuerung (Hörfunk)

Interview	Inhalt				Inhaltliche Steuerung								Summe
	Meinung	Person des Interviewten	Wissen / Sachverhalt	Sonstiges	Konfrontation mit The- sen und Meinungen	insistierende Frage	präzisierung Beispiel	Frage mit Frage- voraussetzung	Frage mit Antwort- tendenz	Einwand	Frage ohne Steuerung	Sonstiges	
Antenne Bayern „Sonntags- frühstück“ mit Frank Januschke und Mola Adebisi	3	25	2	7	7		1	1	8		13	9	37
Antenne Bayern „Insider“ mit Kathie Kleff und Kai Pflaume	7	12	11	13	9			1	4		11	18	43
Antenne Bayern „Insider“ mit Sabine Altena und Sabrina Staubitz	7	21	15	30	4				13		11	45	73
SWR 1 „Leute“ mit Michel Ries und Michael Schanze	9	40	22	24	<u>24</u>	1	4	3	9	1	28	27	95
SWR 1 „Leute“ mit Wolfgang Heim und Howard Carpendale	8	47	2	4	10	1	<u>3</u>	8	<u>7</u>	1	20	11	98
Bayern 3 „Stars und Hits“ mit Thorsten Otto und Dieter Hildebrandt	18	85	9	37	47			3	9	2	49	37	147

4.3.3.4 Themensteuerung

Die Untersuchung der thematischen Progression in Hörfunkinterviews hat mich im Nachhinein dazu veranlasst, das entsprechende Kapitel der Presseinterviews zu überarbeiten. Dort hatte ich anfangs die Abfolge von Fragen und Antworten ohne Themensprung als gesprächstypisch herausgestellt, habe den Gesprächscharakter der Interviews hervorgehoben, bei denen kein loser Frage-Antwort-Katalog abgearbeitet wird. Dies ist nur zum Teil richtig. Ich habe nun verstanden, dass es in der realen Interviewsituation auf Seiten des Interviewers kaum möglich ist, beständig thematische Übergänge zu schaffen. Themenwechsel müssen mitunter abrupt eingeführt werden, da es die Interviewer in der spontanen Rede nicht stetig vermögen, Zusammenhänge zum vorher Gesagten herzustellen, wenn ein neues Thema angesprochen werden soll. Überdies liegt es möglicherweise gar nicht in ihrer Absicht, da es sich schließlich um Interviews, also eine besondere Form von Gespräch handelt, bei dem im Vorhinein klar ist, dass der Interviewer das Fragerecht besitzt und durchaus berechtigt ist, Themensprünge vorzunehmen. Dies fällt bei allen Hörfunkinterviews in unterschiedlichem Maße auf, was mich zu der nachträglichen Folgerung führt, dass die Presseinterviews in dieser Hinsicht „geschönt“ sein müssen. Sie wirken teilweise wie idealisierte Formen von Gesprächen.

Doch zurück zum Hörfunkinterview. Bei den Themenwechseln dominieren in allen Fällen die Interviewer. Es zeigt sich folglich eine gesprächsbedingte thematische Überlegenheit des Interviewers, wenn auch je nach Interview in unterschiedlichem Ausmaß. Während beim Interview von Sabine Altena etwa jede dritte Themeneinführung von Staubitz kommt, bei Kleff ungefähr jeder vierte Themenwechsel von Kai Pflaume initiiert wird, präsentiert sich ein völlig konträres Bild beim dritten *Antenne Bayern* Interview. Neue Themen werden fast ausschließlich von Frank Januschke eingeführt.

Obwohl Michel Ries bei *SWR 1* in Michael Schanze einen sehr lebendigen Gesprächspartner hat, schafft er es dennoch, die Oberhand zu behalten. Für ungefähr jede sechste Themenänderung ist Schanze verantwortlich. Kaum Einfluss auf die Themenwahl haben Howard Carpendale und Dieter Hildebrandt. Sie ordnen sich dem Interviewer weitgehend unter.

Interessanter sind die Themensprünge. Im Unterschied zum Presseinterview besteht beim Hörfunk die Möglichkeit, nach Liedunterbrechungen o.Ä. neue Themen einzuführen. Relativ viele Themensprünge finden sich beim Interview mit Frank Januschke. Eine Erklärung hierfür mag sein, dass der Interviewer einen vorgefertigten Fragenkatalog abarbeitet. Zudem finden sehr wenig Sprecherwechsel statt, so dass die Passagen Adebasis ohnehin sehr lang sind. Dies erschwert fließende thematische Übergänge.

Dass im Interview von Otto ebenfalls reichlich Themensprünge vorhanden sind, liegt teilweise am Sendeformat. Der Interviewer muss die verschiedenen vorher aufgezeichneten Einschübe ankündigen und einführen, was oft abrupte Themenwechsel mit sich bringt. Im folgenden Beispiel versucht Otto (O) zwar einen Übergang, indem er das vorher Gesagte mit der Phrase:

„Jetzt ham wir das geklärt“, abschließt. Dennoch besitzt das Folgethema keinen Zusammenhang zum vorhergehenden:

O: WORüber ham sie sich zuletzt so RIChtig AUFgeregt;

H: ja, äh zum BEIspiel EIne sache; (hm) ich bin ja AUtofahrer auch, und ich STELle FEST, dass es AUtofahrer gibt, die glauben, sie können AUtofahren, die des offensichtlich NICH so gut können, und die HABen von ihrem FAHRlehrer NICHT geLERNT- dass man- wenn man LINKS ABbiegt, nicht nach RECHTS AUSholen muss. und das ist so HOCHgeFÄHRlich, und ich DENke mir immer; m= mein gott- man muss es ihnen einfach !SA!gen, die RÄder FAHRN LINKS RUM;

O: jetzt ham wir das gekLÄRT, herr hildebrandt jetzt wollen wir sie erst mal noch musiKALisch (.) herzlich begrüßen, der chris boettcher hat nämlich extra für SIE ein kleines LIED gemacht.

Bei den beiden *SWR 1* Interviews gibt es nahezu keine Themensprünge auf der Seite des Interviewers. Dies deckt sich mit der Aussage Heims in meinem Telefongespräch, in dem er erklärte, dass die Fragen niemals vor dem Interview feststünden, sondern sich aus dem Gespräch ergäben. Teilweise sind thematische Sprünge jedoch unvermeidlich, gerade wenn es dem Gesprächsende zugeht und Heim (H) von der Krankheit Multiple Sklerose über die körperliche Leistungskraft Carpendales (C) hin zum eigentlichen Anliegen des Interviewten zurückkommen muss, der Abschiedstournee. Auch wenn der Interviewer Fitness und Abschiedskonzert zu verbinden versucht, kommt der Übergang unerwartet:

H: sie sind FIT, fühlen sich WOHL, und werden im herbst (.) ihre abschiedstournee bestreiten. mit (-) verMUTlich (-) einem weinenden und einem lachenden auge.

C: der LETZte, die LETZte fünfzehn minuten wird diese lachende auge sich SEHR SCHWER tun. DAS glaub ich schon; aber (-) ich HABS so gewollt.

H: es war die richtige entSCHEIdung? AUCH jetzt NACH dieser sendung?

C: fragen sie mich in einem JAHR- aber ich glaube SCHON; ja.

Bei den noch verbleibenden zwei Interviews von *Antenne Bayern* zeigen sich ebenfalls einige Themensprünge, doch nehmen diese nicht überhand. Dies mag einerseits daran liegen, dass keines der beiden Interviews einen weiten Themenbereich abhandelt. Beide Interviews sind stark ereignisgeprägt. Die Kleidersuche von Staubitz und die Geschäftigkeit von Pflaume werden durch das Umfeld (Bekleidungsgeschäft bzw. Flughafen) noch mehr in den Mittelpunkt gerückt. Um auf diese Ereignisse immer wieder zurück oder von ihnen wegzukommen, sind dennoch teilweise Sprünge unerlässlich. So findet sich bei Altena (A) ein zusammenhangloser Wechsel vom Thema „Urlaub“ hin zum Outfit Staubitz' (S) und dem Anlass der Kleidersuche:

S: [...] und FRÜHstück ans bett und so was stell ich mir dann vor. also das volle verWÖHNprogramm.

A: saBRIna STAUbitz heute in anTENne bayern INsider, geWANdet, in, ein (.) eVENTuelles OUTFit, für (--) die (--) äh- [...] SPORtpreis [...]

Trotz dieser Beispiele, die Themensprünge darstellen, muss zusammenfassend nochmals festgehalten werden, dass die thematische Dominanz der Interviewer (wie anfangs erwähnt) nicht

so stark ausgeprägt ist wie bei der Presse. Zwar leiten die Interviewer im Hörfunk weitaus häufiger Themenwechsel ein als die Interviewten, doch sie scheinen sich thematisch überwiegend durch den Verlauf des Gesprächs leiten zu lassen. Dies ist bei der Presse nicht immer der Fall. In einzelnen Presseinterviews hat man den Verdacht, dass vorgefertigte Fragenkataloge abgearbeitet werden: Der Interviewer greift die Antworten des Interviewten thematisch nicht auf.

4.3.4 Der Interviewte

Es fällt auf, dass die ohnehin seltene Textsorte des Starinterviews im Radio oft von Stars aus zweiter Reihe bestritten wird: Einen Boris Becker, Günther Jauch oder Thomas Gottschalk konnte ich in mein Hörfunkkorpus nicht aufnehmen. Bei der Presse gelingt es offenbar eher, aktuelle „Celebritys“ zu rekrutieren. Dies mag mitunter auch daran liegen, dass das Hörfunkinterview bei den Stars selbst nicht sehr beliebt ist. Vergleicht man Interviews in Hörfunk und Fernsehen, besitzt das zweite den unbestreitbaren Vorteil, dass man sich einem sehr großen Publikum in voller Größe verkaufen und präsentieren kann. Man ist nicht darauf angewiesen, mit Worten zu wirken.

Bei den Interviewten handelt es sich um Stars aus unterschiedlichen Bereichen. Während sowohl Sabrina Staubitz als auch Kai Pflaume und Mola Adebisi Fernsehmoderatoren sind, wird Michael Schanze überdies als Schauspieler und Sänger vorgestellt. Bekannt dürfte er den meisten Hörern jedoch als Moderator sein. Bei Dieter Hildebrandt handelt es sich um einen berühmten Kabarettisten. Howard Carpendale ist Musiker, genauer gesagt langjähriger Schlagerstar. Die Interviews meines Korpus werden jeweils von Einzelpersonen bestritten. Während der Recherche von Hörfunkinterviews bin ich auf keine Langinterviews von mehr als einer Person gestoßen, was möglicherweise daran liegt, dass sie schwer handhabbar sind. Gerade wenn sich die Stimmen der Interviewten ähneln, müsste der Interviewer immer direkte Adressierungen vornehmen, um dem Hörer zu verdeutlichen, wer gerade antwortet.

Erkennt der Hörer den Star nicht an der Stimme, helfen ihm zahlreiche Namensnennungen und Erläuterungen, vorzugsweise am Anfang oder Ende von Gesprächssequenzen in Form von Intervieweräußerungen oder Jingles.

4.3.4.1 Aufbau der Interviewtenbeiträge

Einzelne Stars sind sehr redefreudig, was zur Folge hat, dass im Transkript in Extremfällen seitenlange Passagen nur von Hörerrückmeldesignalen des Interviewers begleitet sind. Derart umfangreiche Äußerungen sind bei der Presse völlig unmöglich. Im folgenden Beispiel handelt es sich um einen einzelnen Gesprächsbeitrag Pflaumes (P), der seine Meinung dazu äußert, weshalb Casting-Shows so beliebt sind:

P: ich glaube zuALLererst, äh- liegt das daran dass es äh- sehr sehr emotioNAles
fernsehen is-

K: hm;

P: es ist (MENSchenfernsehen), äh JEder kann daBEI sein, äh JEder kann aber auch sein URteil abgeben- und das äh auch anoNYM, was ja manchmal auch äh äh spaß machen KANN, ähm und der zuschauer is vor allen dingen EINbezogen; weil äh das erGEBnis der sendung ja nicht an SEInem geschmack vorBEI geht, sondern der ZUSchauer is eigentlich derjenige- der entSCHEIdet; wer am ende eben auch äh ganz vorne dabei is- und ganz Oben steht; und ich glaube DAS ist schon etwas, äh- was die menschen sehr REIZT; und ähm es ist einfach ähm ein ALtes phänoMEN- beKANNT zu werden- erFOLG zu haben- is sicherlich äh ein TRAUM, den JEder in IRgendeiner form irgendwie mal geHABT hat;

K: hm=hm,

P: je nachdem welche taLENte er beSITZT; und ähm (.) wenn man SELber vielleicht nicht den DRANG hat bekannt zu werden- is es manchmal eben auch ganz schön- andern dabei ZUZukucken. und ich glaube DAS ist das- was die menschen eben auch an solchen SENdungen fasziniert; man muss EInes natürlich daZU sagen; dieses diese FORM von FERNsehen; also dieses MITbestimmen der zuschauer is ja im GRUNde genommen eigentlich mit big brother populär geworden;

K: hm=hm,

P: ähm hier gilt es einfach sympaTHIEN zu verteilen; ähm hier geht es aber eben auch äh äh um ANtipathien, ähm auch mal KUND zu tun äh der ZUSchauer kann entscheiden- ähm wer wer weiterkommt und wer rausfliegt- und ich glaube das is äh SCHON auch ein mitgrund- äh warum diese sendungen einen so großen erFOLG haben;

Derart lange Gesprächsbeiträge sind nicht die Regel, finden sich aber in ähnlicher Form an der einen oder anderen Stelle in allen Hörfunkinterviews des Korpus. Ein Extrembeispiel, das ich trotz dessen Länge hier komplett zitieren will, stammt aus dem Interview mit Mola Adebisi. Dieser findet generell nur schwer ein Ende, wenn er zu reden beginnt. Frank Januschke unterbricht ihn im gesamten Interview nur selten, und im folgenden Ausschnitt vergisst er dies ganz. Er lässt den *Viva*-Moderator einen Monolog darüber halten, welche Stars ihn bisher besonders beeindruckt haben. Dabei hat Adebisi die Möglichkeit, seine Selbstdarstellung bis zu einem Maximum auszureizen. Seine Ausführungen zu diesem Thema werden schließlich durch eine Liedeinspielung beendet:

A: also beEINdrückt, haben mich schon sehr VIEle; also das is immer in unterschiedlicher art und WEise; also so so vom KÖNNen her- äh warena schon immer so die meistens die ameriKANer; weil ich selber ja nur ar and bi: [sprich: engl. r & b] und hiphop höre, da war ich dann schon immer sehr von ANgetan, dass ich einfach gesagt habe- WOW; der kann nun wirklich TANzen- und WOW; der kann nun wirklich SINGen- und WOW; die sieht recht TOLL aus- es GIBT ganz interessante anekdoten wie beispielsweise ähm von destiny's CHILD, die KELly, die saß NEben mir, und w' ich hatte die () VORher- ich hatte mal ne riesen geBURTstagsparty geMACHT, und da sind die auch AUFgetreten. also das war eher so=n ZUFall; das war an dem tag als ich geBURTstag hatte, und mein freund is verANstalter; und äh wir ham da also unsern geBURTstag zusammen gefeiert, und äh hatten Obers äh gemietet, und das () sah dann toll AUS- mola hat geburtstag- auftritt destiny's CHILD; das war natürlich [(der helle WAHNsinn). (-) das war

J: [coo:l ((lacht))

A: wirklich sehr COOL; aber die wär=n auch da gewesen- wenn ich NICH geburtstag gehabt hätte- also ich hatte damit nich viel zu TUN; fakt war nur dass ich da geBURTstag hatte; und wir BACKstage war=n; bisschen mit denen geQUATSCHT hatten- da KANNten sie mich also schon- und dann war=n se bei mir in der SENdung- ach s' SO JA- und da so geredet, (-) und dann sitzt sie NEben mir, und sacht so aus hei- wir ham so (-) so uns unterhalten über el EY [engl. L.A.], und dass ich oft in el EY bin, und wo ICH immer hingeh und wo DIE immer hingehen- und wo man HINGehen kann, dass sie mich ankuckte die kelly und sagte- mein gott- du siehst SO GUT aus. [und äh ((kichert))-

J: [((kichert))

A: <<spricht lachend> und ich so; (-) äh äh DANKeschön; d'd'd'd' natü' ich !KON!nte !KEIN!=n satz- ich konnt mich NICH mehr konzenTRIER=N- die SENdung ging WEIter; und ich KONnte, ich hatte keine FRAge; ich so JA, und und so (so komisch) () ((kichert)) das war destiny's child (--). und ich wusste NICHT mehr, was ich SAGen sollte. mola krieg dich jetzt EIN; (ich sag- <<aufgeregt> habt ihr HABT ihr gehört was sie) geSAGT?> () du musst (jetzt, oh mann jetzt mit dem INterview.) ich so ja äh; und äh okay euer ALbum; ihr seid an=em neuen ALbum. dann hats ECHt wirklich äh fünfzehn sekunden gedauert- bis ich mich dann wieder EINgekriegt hab; und gesagt hab; okay gut jetzt gehts WEIter; und sie hat sich TOTgelacht; ich hab sie dann natürlich nich AUFgeklärt während der sendung,> aber das war=n so lustige anekDöten; mariah CArey, ähm ich kenn halt jemanden der für mariah carey ARbeitet, und ähm der hat mir so=n paar (-) hintergrundinformationen gegeben von maRIah, und dann hab ich sie interVIEWt, und das war damals aber ne satELLitenshaltung, und da war=n wir ON-air, und während wir OFF=, während wir OFF-air waren- war aber dies, stand die SCHALTung noch; und da hab ich so=n bisschen mit ihr geQUATSCHT, und so weiter, und da (sagte ich) ja hör mal zu, wie essen das und so, was war den letztens mit deinem PRAdA-anzug, den du äh irgendwie in deinem priVATflugzeug hattest, und wolltest den unbedingt in der luft ANziehen; und deswegen seid ihr doch NOTgelandet auf dem miliTÄRflughafen. und sie so- <<spricht aufgebracht> woher WEISST du das?> ich so-<<schnell und aufgebracht> das, das hast du- das hast du jetzt aber nich- das steht ALles im INternet> und so- und das ist das INternet und ich so- naja; ich kenn halt jemanden- der für dich ARbeitet; <<aufgebracht> WER-WER arbeitet für mich? SACH mir WER.> ich so NE:- kann ich natürlich nich machen- hab ich verSPROchen und so- und seitDEM is mariah carey IMmer PISSfreundlich zu mir; wenn sie zu Viva kommt- <<imitiert hohe frauenstimme> ach- kann der MOla mich nich interviewen-> und so; und dann hab ich ma für ERte:el zwei bei the dome moderiert- und da sagten sie ja- mariah carey KOMMT, aber wir wissen nich ob die n INterview macht. (-) und (da sacht die und da ham, ham se gesacht) hat gesacht, sie hat gar keine LUST- aber (wir sprechen noch mit der) PLATtenfirma; und da war das halt so, dass die an dem tag bei Viva war, und am GLEichen tag auch zu the DOME gekommen is. und da hat se bei viva gefragt, wo ich WÄR, und da sagten sie- der is nich da, der is bei erte:el zwei bei the DOME; und da sagt sie ach- bei the dome bin ich ja auch. und da sagten se mariah carey interview? ja; mariah carey MACHT n interview- aber NUR mit MOla. da war=n die alle schon total verWUNddert, und dann mussten die die ganze das ganze die ganze HALle geräumt werden, also auch der gang, weil mariah carey wollte keinen SEHN, und das nur diese empFANGSmädels, die da vorne STANden, und ich zufälligerweise SASS ich halt auch noch VORne; ich durfte halt SITzen bleiben; weil ich hinten am empFANG saß, die ganzen künstler mussten () , wie dieter bohlen mussten alle WEG da, (-) und wurden in ihre kaBInen verscheucht, und da kam mariah carey so REIN mit ihrer sonnenbrille, bleibt so stehen- SIEHT mich und sagt so, <<imitiert hohe, weibliche stimme> HI mola.> ich so- HALlo mariah. und da gibt sie n küsschen links RECHTS, und geht weiter; und die leute bei the dome so- <<übertreiben erstaunt> WAS war !DAS! denn?> ich so- HEY WAS denn; wieso, die is doch so ne Zicke; ich so- die IS gar keine zicke EIgentlich; ich mein nur das MAnagement macht natürlich SO nen WIRbel; die hat einen make-up-artist dabei- einen hair-stylisten- dann einen private-manager- dann nur ein (mädel)- der nur darauf aufpasst dass ihre HOse nich offen is- das ist der HELLe WAHNSinn. dann FÜNfzehn seCUritys, ich mein SIcherlich; () die dame wird SO ABgeschottet- aber eigentlich is mariah carey ein GROßes KIND- was äh was (-) eigentlich (-) MÜde ist zu ARbeiten, und EIgentlich nur schlafen will. also ich glaube mariah careys GRÖSSter wunsch ist immer sie will SCHLAFen; sie hat zu viel zu TUN,

J: ((lacht))

A: und das muss immer ins STUdio, und sie will jetzt EIgentlich schlafen. und wenn man mit ihr INterview macht, das ERste was sie macht- ist sich HINlegen. wenn sie irgendwie ma= FÜNf minuten zeit hat, ((macht Schnarchgeräusch) (-) legt sie sich soFORT hin. das is toTAL witzig; also is echt ne GANZ NIEDliche eigentlich.

Kurze Gesprächsbeiträge sind im Hörfunkinterview selbstverständlich auch zu finden. Hier unterscheidet es sich nicht so stark von der Presse, wo ja ebenfalls Ein-Wort-Sätze auffindbar sind.

4.3.4.2 Gesprächsverhalten des Interviewten auf Ebene der Gesprächsorganisation

Über die Gesprächsorganisation des Hörfunkinterviews wurden bereits bei Untersuchung des Interviewers einige Aspekte festgehalten. Es kam unter anderem zu Tage, dass Kathie Kleff und Michel Ries vergleichsweise häufig dem Interviewten ins Wort fallen oder zumindest kurze Parallelbeiträge der beiden Sprechenden entstehen. Zieht man nun das Verhalten des Interviewten zur Analyse hinzu, lässt sich ergänzen, dass Michael Schanze dennoch das Gespräch mit Michel Ries dahin gehend dominiert. Er überlappt oder unterbricht nahezu jede zweite Äußerung von Ries, so dass man fast von Notwehr sprechen kann, wenn Ries Schanze ins Wort fällt. Bei Schanze bemerkt man, dass er häufig bereits zu reden beginnt, wenn der Gesprächsbeitrag von Ries fast beendet ist, das Frageziel somit klar, der Satz aber noch nicht abgeschlossen ist:

R: [nein, das glaub ich NICHT; das glaub ich NICHT. Also war die NACHT einigermaßen okay,

S: [jaja na klar.

R: was heißt NACHTmensch konkret? ham sie die besten ideen (.) für ihre shows oder für die moderationen, äh, in in der grauen MORgenzeit, so um [drei UHR?

S: [ich weiß nich des war bei mir früher, (-) des war eigentlich schon IMmer so. ich ich habe (-) ich hab ja auch mei' mir mein STUDIum verdient, mit mit NACHTarbeit und und für mich is des so GANZ normal, dass es halb zwei ZWEI is, oder auch mal NOCH später. und dann is es immer GRAUsam wenn beim fernsehen äh (-) MORgens FRÜH um neun UHR, wens heißt ANtreten, oder früher bei antenne BAYern hab ich auch MORgenboutique gemacht; mein LIEber herr <<spricht lächelnd> mein vater. hä hä des war dann SCHON früh.>

Beim Interview von Kathie Kleff und Kai Pflaume hingegen fällt auf, dass der Sprecherwechsel ausgewogen ist. Die Überlappungen sind auf beiden Seiten zahlreich.

Eine klare Dominanz des Interviewers weist das *Antenne-Bayern*-Interview von Sabine Altena auf, was jedoch allein daran liegt, dass Sabrina Staubitz sehr zurückhaltend ist. Sie nimmt fast keinen aktiven Einfluss auf den Sprecherwechsel. Umgekehrt ist es beim Interview von Adebisi. Januschke kann der Redefreude des Interviewten nicht auf gleicher Ebene begegnen. In Bezug auf die Gesprächsorganisation ist der Interviewte dominanter und aktiver. Ein Gleichgewicht zeigt sich zwischen Hildebrandt und seinem Interviewer und zwischen Carpendale und Heim.

Unterbrechungen, bei denen der vorherige Sprecher sofort verstummt, finden sich beim Interviewten ebenso wie beim Interviewer sehr selten. In den meisten Fällen kommt es zu überlappenden Beiträgen. Da sich folglich je nach Persönlichkeit der Interviewer oder der Interviewte dominanter verhält, lassen sich hier keine generellen Aussagen über das Hörfunkinterview machen. Die gesprächsorganisatorische Steuerung variiert je nach Persönlichkeit der Beteiligten. Im Hörfunkinterview liegen die Einflussmöglichkeiten also gleichmäßig verteilt auf beiden Gesprächspartnern.

4.3.4.3 Gesprächsverhalten des Interviewten auf der Handlungsebene

Auch in diesem Kapitel erfolgt ein Bezug auf das entsprechende im Presseinterview. Zudem enthalten die Ausführungen auf Interviewerseite im Hörfunk bereits wichtige Erkenntnisse über den Interviewten.

Beziehungsebene

Beim Interview von Adebisi stellt sich heraus, dass er hauptsächlich neutrale Äußerungen benutzt, die nichts über den Beziehungsaspekt zum Ausdruck bringen, obwohl sein Interviewer an Lob und wohlwollenden Aussagen nicht spart. Zustimmend äußert er sich mehrmals, was nicht verwunderlich ist, wenn man an Januschkes zahlreiche positive Implikationen denkt. Er gibt sich keine Mühe, den Interviewer fröhlich zu stimmen, abgesehen davon, dass er sich selbst gut gelaunt präsentiert und viel lacht. Bei beiden Ablehnungen innerhalb des Interviews handelt es sich um Antworten auf positiv wertende Fragen, die Adebisi als übertrieben zurückweist. Es ist demnach auch hier keine Kooperation im Spiel.

Da Kathie Kleff ihrem Interviewten ebenso wenig mit kritischen Äußerungen begegnet, verwundert es nicht, dass bei Kai Pflaume Zustimmung und neutrale Gesprächsbeiträge vorherrschen. Er lehnt keine Frage ab, weist keine Äußerung zurück. Einige Beiträge formuliert er sehr höflich, was in Relation zu den vielen positiven Formulierungen Kleffs steht.

Bei Sabrina Staubitz fällt auf, dass viele Äußerungen neutral sind. Dies entspricht dem Ergebnis, das bei Untersuchung des Interviewerverhaltens zum Vorschein kam. Ferner zeigte sich, dass Altena auch positive Implikationen in ihre Äußerungen einfließt. Engagement auf Beziehungsebene zeichnet in noch höherem Maß ihre Interviewpartnerin aus. Sie drückt sowohl Freude, Lob als auch Zustimmung aus, bemüht sich also sichtlich um eine gute Beziehung. Dass sie Äußerungen ablehnt, ist teilweise auf die bereits erwähnten ungeschickt wirkenden Gesprächsbeiträge Altenas zurückzuführen, teilweise auch auf inhaltlich strittige Punkte, die aber keine Angriffe Altenas sind. Ein Beispiel liefert der folgende Ausschnitt, in dem Staubitz die Interviewerin berichtet:

A: <<leise und heimlich> in dem Laden hier äh gibt=s NICHT mal PREISE an den
klamotten. das IS aber [()>

S: [DOCH, do=DOCH gibts [PREISE [...]

Überdies sticht bei Staubitz hervor, dass sie geschlossene Fragen meist bejaht. Dies deutet darauf hin, dass Altena ihr mit ihren Fragen eine angenehme Richtung vorgibt.

Im Interview mit Michael Schanze ist interessant, dass es hinsichtlich des Beziehungsaspekts auf Seiten Ries' abwechslungsreich ist. Er scheut sich nicht vor negativen Implikationen, die Schanze allerdings so gut wie nie ablehnt. Der Entertainer verhält sich durchgehend kooperativ. Die einzige – sehr vorsichtig formulierte – Frage, die er zuerst freundlich zurückweist, beantwortet er im Anschluss trotzdem:

- R: dann. KINderquatsch mit Michael, und so weiter und so FORT, und JETZT DEMnächst kommt Michael SCHANze WAHRscheinlich, mit ziemlicher sicherheit mit einem NEUen format in das NACHmittagsfernsehprogramm der ard. WIE wird die sendung wahrscheinlich HEIßen?
- S: also, äh () (jetz) herr ries, jetzt muss ich () erst mal ich bin bin Abergläubisch. ähm des IS noch nich Sicher- ja, äh () wir machen ende des monats einen piLOten für
- R: [DESwegen hab ich ja gesagt WAHR[scheinlich;
- S: [ja WAHRscheinlich- es sind ja noch äh zwei ANdere bewerber mit dabei, <<schnell> ich WEISS jetzt gar nich wer das IS,> also bei UNS gehts auf alle fälle DARum, des äh ding läuft unter dem ARbeitstitel schanzes bisTRO, oder schanzes arD bistro, [...]

Obwohl Heim ebenso wie sein *SWR-1*-Kollege Ries eine teils kooperative, teils kritische Fragetechnik einsetzt, wirkt Carpendale beidem gegenüber stoisch. Er neigt weder zu zustimmenden Bemerkungen noch zu ablehnenden, egal ob es sich um für ihn positive Äußerungen handelt oder negative.

Im Interview mit Hildebrandt findet sich eine ausgewogene Frage- und Antwortstrategie. Hildebrandt scheut sich nicht davor, Bemerkungen Ottos zurückzuweisen, er präsentiert ihm gegenüber aber auch offen seine Freude über bestimmte Themen und Ereignisse. Seinem Interviewer gegenüber ist er ausnahmslos höflich und spart nicht an Lob. Das von Thorsten Otto eingespielte Lied über Hildebrandt rühmt dieser sehr, selbst wenn er schließlich noch einen Einwand äußert:

- H: SEHR gut.
 O: hat er GUT gemacht.
 H: doch WUNderbar; aber äh ich glaube es finden sich noch ein paar reime.

Doch es wäre zu wenig, allein aus dieser groben tabellarischen Übersicht das Beziehungsverhalten des Interviewten zu bestimmen. Hildebrandt wirkt teils fröhlich, teils ernst. Es herrscht Harmonie zwischen den Interaktanten. Adebisi und Pflaume stehen eher auf Seiten der Witzemacher. Sie erwarten Anerkennung ihrer Interviewpartner, versuchen demnach, diese zum Lachen zu bringen. Insbesondere bei Adebisi fällt auf, dass er meist während oder am Ende seiner eigenen Gesprächsbeiträge kichert, um die Lustigkeit seiner Äußerung zu unterstreichen. Sabine Altena und Sabrina Staubitz lachen beide sehr viel. Auf beiden Seiten wird ein freundschaftlicher Umgang vermittelt. So erzählt Staubitz ungezwungen und ungefragt von persönlichen Belangen, die eher zum Gesprächsstoff unter Freundinnen zählen:

- S: ja. SELBST bei kleidergröße sechsundDREIßig passe ich ja teilweise NICHT in die eine oder andere corsage; weil meine Oberweite so GERINGfügig ist, aber DEM kann man ja noch NACHhelfen dann, das [()
- A: [da kommen ja die EINgearbeiteten BUSenpolster; und dann hast du ALles unter dach und fach da oben.⁷⁴

⁷⁴ Vgl. auch das Textexzerpt auf S. 113 (Thema: Waden)

Tabelle Beziehungsverhalten des Interviewten (Hörfunk)

	Lob der Frage, Schmeichelei	Ausdruck von Freude, besondere Höflichkeit	Aussage des Interviewers zustimmen	neutrale Antwort, Erklärung, Sonstiges	auf geschlossene Frage: (ja) + Explikation	auf geschlossene Frage: (nein) + Explikation	(Teil der) Aussage anzweifeln / ablehnen	Frage zurückweisen	Ausdruck von Unmut, Ärger	Summe
<i>Antenne Bayern</i> „Sonntags- frühstück“ mit Frank Januschke und Mola Adebisi	1		5	19	6	2	2			35
<i>Antenne Bayern</i> „Insider“ mit Kathie Kleff und Kai Pflaume		4	7	26	2	2				41
<i>Antenne Bayern</i> „Insider“ mit Sabine Altena und Sabrina Staubitz	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>7</u>	49	8	1	4			74
<i>SWR 1</i> „Leute“ mit Michel Ries und Michael Schanze	1	4	<u>13</u>	49	12	4	1	1		85
<i>SWR 1</i> „Leute“ mit Wolfgang Heim und Howard Carpendale		2	2	31	8	6	1			50
<i>Bayern 3</i> „Stars und Hits“ mit Thorsten Otto und Dieter Hildebrandt	<u>2</u>	<u>7</u>	<u>15</u>	86	17	10	4			141

Auch die Neckereien und ironischen Bemerkungen von Staubitz sollen eher auf Freundschaft, denn auf ein professionelles Interviewer-Interviewten-Verhältnis schließen lassen:

A: wir beFINDen uns bei TALbot RUNhof,

S: hast du perFEKT AUSgesprochen.

S: das hast du ja SOwas von gut verKAUFT; dem kann ich GAR nichts mehr hinZUFügen [...]

S: sag ich dir jetzt NICHT nochMAL. ich habs FÜNFMal schon gesagt. jetzt bist DU dran. hm, <<langsam vorsagend> SPORTpreis, DES,>

Im Interview mit Howard Carpendale bestätigt sich auf Interviewtenseite das, was ich bereits bei Untersuchung des Interviewerverhaltens herausgefunden habe. Das Verhältnis der Gesprächspartner ist weniger von Freundschaft als von Professionalität geprägt. Carpendale verhält sich ebenfalls vorsichtig distanziert. Als er Kritik zu spüren glaubt, reagiert er sensibel, indem er sich für seine Ausdrucksweise entschuldigt:

C: also es TUT mir LEID, wenn ich so ausgedrückt [...]

Bei Michael Schanze sticht sein heiteres Wesen hervor. Sowohl vor dem Publikum als auch vor dem Interviewer vertritt er das Image eines Sunnyboys, auf das er schließlich angesprochen wird. Allein die Tatsache, dass Schanze seine anfängliche Begrüßung geradezu singt, macht deutlich, wie wichtig ihm eine freundschaftliche Atmosphäre bzw. das Image eines Menschen mit sonnigem Gemüt ist. Er verhält sich auch nicht abweisend, wenn er mit Kritik konfrontiert wird. Seine Bereitwilligkeit, über Privates zu reden, und seine Offenheit unterstreicht er allein schon dadurch, dass er sowohl seine drei Söhne namentlich erwähnt, als auch seine Lebensgefährtin. Dies ist in keinem der Fälle wirklich vom Interviewer gefordert.

S: [<<lachend> jha> <<spricht grinsend> ähm ja leo sayer war (.) war glaub ich so EIne der ersten musikalischen erfahrungen> m=meines (.) ÄLtesten sohns, FLORian-

R: wir LASSen uns überRASchen- und JETZT gehts ab zu den SÖHNen.

S: ja ja. muss jetzt noch schnell den seBASTian besuchen auf dem weg zum FLUGHafen- der is im kathaRInen(.)hospital- und macht da grad seinen zIVILDienst. und ä::::h und DANN gehts zum PATrick.

Auch die Bemerkung, dass seine Freundin sehr viel jünger ist als er, sieht er nicht als Affront, sondern er gibt bereitwillig Auskunft.

R: A propos liebe, wenn das stichwort schon gefallen ist, priVAT alles im LOT, alles BEStens? sie warn gerade im URLaub hab ich gelesen.

S: hm::[:. VORbereitet.

R: [mit ihrer VIERundzwanzig jahre JÜNgeren äh [LEbens(.)ABSchnittsgefährtin.

S: [hähähä () ja naja nicole und ich wir sind schon ziemlich LANge zusammen- und wir haben einen TRAU::::Mzeit verlebt- [...]

Dass Schanze seinen Interviewer eher als Freund und Kollegen betrachtet, ihm generell viel am Beziehungsaspekt liegt, beweist er auch dadurch, dass er ihn mehrmals beim Namen nennt, ihn direkt adressiert. In drei Fällen spricht er ihn mit „Michel“ an, obwohl Ries ihn kontinuierlich siezt. Schanze wechselt zwischen höflicher und persönlicher Anrede, spricht in einem Fall sogar das Privatleben des Interviewers kurz an, wenn er dessen Tochter nennt:

S: ja. also michel, da da da gibts zwei SACHen dazu, [...]

S: [...] es is (.) ich habe wieder moMENte erLEBT, MUSS ma VORstellen michel- [...]

S: also, äh () (jetzt) herr ries, jetzt muss ich () erst mal ich bin bin Abergläubisch. ähm des IS noch nich SICHer- [...]

S: ja es IS ja nich nur, herr ries es is ja nich nur=n KINderdinosaurier, [...]

S: [...] sie ham SELber ne neunjährige tochter, [...]

Antwortverhalten

Untersucht man das Interviewtenverhalten innerhalb der Hörfunkinterviews unter inhaltlichen Gesichtspunkten, stellt sich das Problem, dass je nach Interview eine große Anzahl an Äußerungen vorhanden ist, die bereits aus Sicht des Interviewers keine Fragehandlungen sind. Es darf somit nicht verwundern, wenn eine große Anzahl an Interviewtenbeiträgen in keine Kategorie passt. Dennoch erscheint mir eine schematische Einteilung, wie ich sie bereits im Presseinterview vorgenommen habe, sinnvoll.

Ob die Interviewten im Hörfunk weniger Zeit haben, sich Lügen auszudenken, wie Brecht vermutet hatte⁷⁵, kann aus der tabellarischen Übersicht nicht herausgelesen werden. Doch zumindest zeigt sich, dass die Interviewten im Hörfunk weniger oft die Fragen des Interviewers umgehen oder nur teilweise beantworten. Dies ist einerseits verwunderlich, da in der spontanen Redesituation auch unabsichtlich ein Abdriften in andere Themengebiete leicht geschehen kann. Eine Nachbesserung der Antworten oder eine Abstimmung von Frage und Antwort ist überdies im Nachhinein durch die Hörfunkredaktion im Gegensatz zur Presse kaum durchführbar. Andererseits ist es für den Interviewten vielleicht wirklich schwieriger, sich unter dem Zeitdruck der direkten Aufzeichnung eine Ausweichtaktik zu überlegen. Dieser Aspekt würde zumindest in die Richtung weisen, die Brecht in seiner Vermutung geäußert hatte. Außerdem sind die Fragen der Interviewer weit weniger kritisch im Korpus des Hörfunkinterviews, so dass oft gar keine Notwendigkeit besteht, die Frage zu umgehen. Dies trifft in erster Linie für die Interviews bei *Antenne Bayern* zu, bei denen es sehr auffällig ist, dass kaum Fragen unbeantwortet oder auch nur Teilbereiche offen bleiben.

Im Einzelnen erkennt man, dass Adebisi größtenteils ein responsives Antwortverhalten an den Tag legt. Oft übertrifft er sogar die Antworterwartung. Er schweift aus. Sabrina Staubit's Antwortverhalten ist inhaltlich schwer analysierbar, da sie häufig gar nicht auf Fragen

⁷⁵ Siehe Brecht-Zitat Kapitel 4.1.

antworten kann. Das Interview besteht zu einem großen Teil aus Plauderei. Die ihr gestellten Fragen beantwortet sie zu etwa einem Drittel, indem sie über das Gefragte hinaus Auskunft gibt. Nicht ganz so ausgeprägt zeigt sich dies bei Kai Pflaume.

Bei Schanze finden sich teil-responsives und non-responsives Verhalten in ähnlichem Ausmaß. Während die Quote im Vergleich zu den Interviews auf *Antenne Bayern* hoch ist, ist sie in Relation zur Presse eher gering. Die Anzahl an Äußerungen, die in keine der Kategorien passt, ist höher als dies bei der Presse die Regel ist. Der Gesprächscharakter ist also ausgeprägt, wenn auch in allen Interviews des öffentlichen Hörfunks responsive Antworten vorherrschen.

Interessant ist das Interview mit Carpendale insofern, als sein Interviewer im Vergleich zu den anderen Hörfunkinterviews des Korpus eine gewisse inhaltliche Steuerung vornimmt. Bei Carpendale fällt schließlich auch auf, dass er oft nur auf Teilbereiche antwortet. Inwieweit dies jedoch von ihm intendiert ist, ist fraglich. Befragt, ob ein „intaktes Familienleben“ dafür mitverantwortlich sei, dass er im Showgeschäft so lange überlebt habe, nennt er allein seine große Patchwork-Familie. Inwiefern er diese an seiner Karriere mitbeteiligt sieht oder überhaupt von einem intakten Familienleben die Rede sein kann, bleibt an dieser Stelle offen. Allein die späteren Ausführungen über das Alkoholproblem seiner Lebensgefährtin machen es wahrscheinlich, dass im folgenden Beispiel ein Teilaspekt absichtlich unbeantwortet bleibt. Ob er die Ausgangsfrage bejaht oder verneint, ist Interpretationssache:

H: [...] john KAY, der sänger von STEPPenwolf, deutscher HERkunft, LEBT aber (.) schon viele viele jahre in aMERika. DER hat gesagt, er hat inSofern GROßes glück gehabt, in diesem show geschäft auch zu überLEben; weil er ein (.) ein intaktes privates umfeld (.) IMmer HATte. WAR das bei ihnen (.) AUCH so? oder ÄHNLich?

C: ich habe ein (-) GROße patchwork familie- die schon- ganz schön auf mich AUFpasst, die lässt mich nicht AUSflippen, ich hab äh ein ein TEAM um mich (--), leute die die (-) MEIN career quasi STEUern, die (--)!SEHR! hart mit mir umgegangen sind immer, und ich auch mit DENen, und das hat uns beide glaub ich s' (.) SEHR am boden gehalten, ich hab auch (.) ein bisschen das GLÜCK gehabt, mit (-) ZWÖLF, auch wenn es in meinen kleinen STADT war in südafrika, zu WISSen was es heißt berühmt zu SEIN, auch- wie geSAGT; es war zwar ne kleine umGEBung, aber die leute kannten mich DA als (--)! naja sagen wir mal eher mit VIERzehn als als SPORTler- [...]

Hildebrandt antwortet meist exakt auf die Fragen, ohne sich in Themenbereiche zu verlieren, die nicht gefordert sind. Passagen, in denen er die Frage nicht beantwortet und mit einer Gegenfrage kontert, sind selten. Im Folgenden antwortet er mit einem Wortspiel:

O: und heute mit deutschland's berühmtestem kabarettisten dieter HILdebrandt. herr hildebrandt sie werden jetzt sechsundsIEBzig, auch wenn mans ihnen überhaupt nicht äh ANsieht, aber wie IST das mit dem alter; ähm haben sie ANGST davor?

H: (.) na ich BIN ja schon alt. wieso soll ich daVOR ANGST haben?

Tabelle Antwortverhalten des Interviewten (Hörfunk)

Interview	Antwortverhalten responsiv		Antwortverhalten teil-responsiv			Antwortverhalten non-responsiv					Sonstiges	Gesamt
	Antwortenwartung übertreffen	Antwortenwartung erfüllen	auf Teilaspekt antworten, teilweise ausweichen	Äußerung des Interviewers korrigieren, verändern, umdeuten (Teil der) Intervieweräußerung explizit zurückweisen	Ausweichen	kontern (Frage-Gegenfrage, Vorwurf Gegenvorwurf)	Nachfragen	Anwort explizit verweigern	Sonstiges non-responsives Verhalten			
<i>Antenne Bayern</i> „Sonntagsfrühstück“ mit Frank Januschke und Mola Adebisi	10	17	3								5	27+3+0+5 (35)
<i>Antenne Bayern</i> „Insider“ mit Kathie Kleff und Kai Pflaume	4	21		1							15	25+1+0+15 (41)
<i>Antenne Bayern</i> „Insider“ mit Sabine Altena und Sabrina Staubitz	9	15	1	1	1						47	24+2+1+47 (74)
<i>SWR 1</i> „Leute“ mit Michel Ries und Michael Schanze	4	46	4	2	2	2			3		22	50+6+7+22 (85)
<i>SWR 1</i> „Leute“ mit Wolfgang Heim und Howard Carpendale	9	25	7	4	3						2	34+11+3+2 (50)
<i>Bayern 3</i> „Stars und Hits“ mit Thorsten Otto und Dieter Hildebrandt	5	79		4	2	1			4		46	84+4+7+46 (141)

Da das Interview mit Hildebrandt nicht nur aus dem dialogischen Gespräch, sondern auch aus Einschüben und dem Kickerspiel der beiden Gesprächspartner besteht, gehen Fragen manchmal unter. So antwortet Hildebrandt nicht, als der Profifußball angesprochen wird, da er vom Spielgeschehen eingenommen ist. Otto bricht bereits die Frage vorzeitig ab, als ein Tor fällt. Die Frage wird am Ende der Sequenz noch einmal aufgeworfen:

- O: der PFOSten RETtet für hildebrandt. sie WOLten ja auch mal fußballPROfi-
<<entsetzt> nein.>
- H: <<aufschreiend> a::::h.>
- O: eins null für HILdebrandt.
- H: in die LINke UNtere-
- O: UN[HALTbar. () ein SATter SCHUSS,
- H: [() ihr TORwart war SCHWACH. muss ich
sagen.
- O: ja?
- H: KÖNN' wir das jetzt beenden, weil ICH hab geWONnen.
- O: <<entrüstet> bei EINS null hat er geWONnen?>=
- H: =ja::::, ich hab geWONnen. () mich an die BAYern ergebnisse gewöhnt.
- O: gut.
- H: die bayern sind MEISter geword[en- ()
- O: [des sin- aber NUR weils SIE sind. aber jetzt (.)
trotzdem die frage (.) MÜSsen sie mir noch beantworten=
- H: =ja-
- O: sie HAM ja mal WIRKlich ambitiOnen gehabt; ne, sie WOLten mal RIChtig (.)-
- H: ich wollte fußball nationalspieler werden,

Zieht man also abschließend in Betracht, dass im Hörfunk situative Gründe für non-responsives Verhalten vorhanden sein können und der Interviewte unabsichtlich Teilbereiche unbeantwortet lassen kann, bekommt das ohnehin sehr stark ausgeprägte responsive Verhalten im Vergleich zum Presseinterview ein noch höheres Gewicht. Schließlich ist es im Hörfunk nicht so leicht möglich, Aussagen im Nachhinein zu pointieren und zu straffen. Es erfordert hohe Konzentration der beiden Interviewpartner. So kann es vorkommen, dass der Interviewte auch ohne Absicht abschweift, Fragen oder Teilbereiche unbeantwortet lässt, und selbst dies ist in meiner tabellarischen Auswertung berücksichtigt.

4.3.4.4 Themensteuerung

Was die thematische Progression angeht, lässt sich nur wiederholen, was bereits im entsprechenden Kapitel der Intervieweranalyse festgestellt wurde. Der Interviewte nimmt weniger Einfluss auf den Themenverlauf als der Interviewer. In welchem Ausmaß er dennoch neue Themen einführt, hängt hauptsächlich davon ab, wie viel Freiraum ihm der Interviewer lässt. Während Sabine Altena nur vage Themen vorgibt und oft gar keine Frage stellt, geht Otto hier sehr viel strikter und gezielter vor. Es verwundert somit nicht, dass Staubitz für jede dritte Themeneinführung verantwortlich ist, während Hildebrandt nur in einem von neun Fällen einen neuen Aspekt ins Gespräch einbringt. Insofern sind beide Gesprächspartner an der

thematischen Progression beteiligt. Nicht umsonst habe ich das Kapitel bei der Intervieweranalyse als Übergangskapitel deklariert.

4.3.5 Der Hörer

Wenn man den Einfluss des Hörers auf den Text analysiert, ergibt sich wiederum der Konflikt, der für die Struktur dieser Arbeit symptomatisch und unumgänglich ist. Da der Hörer nur indirekt an der Gestaltung des Textes teilhat, zeigt sich seine Präsenz allein an Handlungen und Verhaltensweisen der beiden Interaktanten. Eine exakte Trennlinie zwischen dem Einfluss der Gesprächsteilnehmer und dem der Hörer lässt sich also nicht ziehen, auch wenn der Text primär für den Hörer konzipiert ist.

Dass der Hörer Dank neuer Analysemethoden bei der Gestaltung von Programmen immer stärker in den Blickpunkt gerät, hebt Muckenhaupt (1999, 44) in seinem Aufsatz über die Medienwissenschaft hervor:

„Die Format- und Programmentwicklung wird seit der Mitte der 80er Jahre in hohem Maße durch die Ergebnisse der Zuschauerforschung beeinflusst. Seit 1984 erfolgt die kontinuierliche Messung der Zuschauerzahlen durch die GfK mit ständig verfeinerten Auswertungsmethoden und Online-Verbindungen zur GfK-Datenbank. Einschaltquote, Marktanteil, Aufgliederung der Zuschauer nach soziodemographischen Variablen (Alter, Geschlecht, Bildung, Beruf) stehen den Sendern unmittelbar zur Verfügung.“

4.3.5.1 Die Textpräsenz des Hörers

Innerhalb des Textes selbst ist die Präsenz des Hörers deutlich zu erkennen. Dies fängt damit an, dass beispielsweise bei *Antenne Bayern* Begrüßungs- und Abschiedsformeln gewählt werden, die im Alltag nicht üblich sind. So wird Kai Pflaume von Kathie Kleff (K) mit Vor- und Nachnamen angesprochen, ein Phänomen, das bereits bei der Presse (*Mainpost*) auffiel:

K: guten morgen kai pflaume,

[...]

K: ja::::: DANke schön. KAI PFLAUme. [bei anTENne bayern INSider.

Hier soll dem Hörer mitgeteilt werden, wen er im Folgenden hören wird oder gerade gehört hat. Doch nicht nur zur Begrüßung, sondern insbesondere vor und nach Unterbrechungen wird dem Hörer nochmals gesagt, wer der Interviewte ist. Es kann also vorkommen, dass während einer Interviewsendung der Name des Interviewten mehr als 30-mal genannt wird. Dies geschieht entweder durch den Interviewer selbst und/oder durch Ansagetexte. Nicht immer steht der Name allein. Oft wird die Profession des Interviewten ebenfalls erwähnt. Bei Sabrina Staubitz fällt meist der Zusatz „TV-Moderatorin“, bei Dieter Hildebrandt die Bezeichnung „Deutschlands Kabarettlegende“ o. Ä.

Noch deutlicher wird die Hörerpräsenz, wenn der Interviewer sich mit dem Hörer auf eine Ebene stellt und in das „wir“ mit einschließt. Gerade bei resümierenden Einleitungen versucht Otto durch das „inklusive wir“ den Hörer mit einzubeziehen. Der Interviewte bleibt außen vor:

O: ((Liednennung)) zu gast in stars und HITS, heute deutschlands KAbarettlegende dieter HILdebrandt; von dem wir ja gerade erfahren haben, dass er (.) Eigentlich FUSSballprofi werden wollte, [...]

O: zu GAST in stars und HITS noch bis um ZWÖLF, der kabarettist dieter HILdebrandt, und äh grade konnten wir ja ihren herausragenden SÄNgerischen qualitäten lauschen, [...]

Ähnliches zeigt sich in unterschiedlichem Ausmaß auch in den anderen Interviews des Korpus. Michel Ries benutzt das inklusive „wir“ insbesondere für Ein- oder Überleitungen:

R: also wir LASSen uns überRASchen, [...]

R: Michael SCHANze ist heute vormittag da, wir kennen ihn alle, [...]

R: wir LASSen uns überRASchen- und JETZT gehts ab zu den SÖHnen.

Während Ries sich durch das „wir“ auf die Stufe des neugierigen Hörers stellt, und suggeriert, dass alles noch sehr spannend wird, geht Altena einen Schritt weiter. Sie spricht den Hörer direkt an, um ihm einen schönen Sonntag zu wünschen oder ihm Antworten auf vermeintliche Fragen zu liefern. Im dritten Beispiel gibt sie sogar vor, sich mit dem Hörer zu verbünden. Sie simuliert ein Gespräch:

A: mit DIEsen ANregungen schicken wir sie in einen fan!TAS!tischen sonntag, [...]

A: ((kichert)) wir STEHN hier grade vor dem TASchenregal, falls sie sich eben fragen sollten- was MACHen die beiden WEIBsen denn da? [...]

A: [...] <<heimlichtuerisch> LIEbe hörer des antenne bayern INSiders, wir befinden uns heute MITten in münchen, und saBRIna staubitz probiert KLAMotten an. weil sie am sonntag einen PREIS verleihen muss, auf der ISpo; <<laut rufend> is alles oKAY bei dir?>

Beim Interview mit Kai Pflaume redet Kleff – genauso wie ihr Interviewpartner – die Hörer direkt an. Der Umgang mit der Hörschaft wirkt freundschaftlich und locker. Kleff stellt sich teilweise auch auf Seiten der Hörer. Wenn es um die Bewerbung für die Casting-Show geht, schließt sie sich aber aus.

K: wir wollen mit dir reden über ein GANZ tolles proJEKT, [...]

P: MIT der s-bahn ähm also (-) es (.) ihr KÖNNT auch mit=m FALLSchirm abspringen. also [ALles is möglich.

K: [auch DAS. so lange ihr das DACH vom FUNKhaus trifft-

P: ihr könnt auch mit dem !PFERD! kommen- wenn [ihr wollt- ja, (.) auch DAS-

Was die Anredeform des Hörers betrifft, wird er bei direkter Ansprache in der Regel bei allen Interviews gesiezt. Als Ausnahme dürfen hier Kathie Kleff und Kai Pflaume gelten. Interessant an jenem Interview ist, dass Kleff einerseits sehr salopp spricht und ungezwungen mit den Hörern umgeht, am Ende der Sendung aber einen Teil der Hörerschaft auch siezt:

K: zwischen SECHzehn, und neunzehn UHR, genau, nich dass ihr dann morgens
<<lachend> früh um VIER vor der MATte steht- und fragt, wo IS der mann>, [...]

K: ALso liebe stars von morgen; ihr habts geHÖRT, Übermorgen bei der anTENne-
SECHzehn uhr kai PFLAUme mit vor ort- an dieser stelle noch eine WICHTige Bitte-
ich kann mir auch Überhaupt nicht vorstellen was da passIERT- ob da jetz
<<lachend> irgendwie DREI (leutchen kommen) oder dreihundertTAUsend- fährt
vielleicht einfach mit der S-bahn ((lacht)) und mit den [BUSsen->

K: jetzt habt IHR (.) und haben SIE sich zwei stunden lang ein bild über kai PFLAUme
machen können- sicherlich nur ein WEIteres im GRO::ßen kai-pflaume- (.) foto
kollagen (-) kunstwerk- NÄher können SIE und könnt IHR ihn kennen lernen-
Übermorgen ab sechzehn uhr auf dem gelände von antenne BAYern,

4.3.5.2 Der Einfluss des Hörers im Nachhinein

Den Sendeverantwortlichen ist es möglich, Zuhörerzahlen und Hörerprofile zu ermitteln. Wird die gewünschte Zielgruppe nicht oder nicht zufrieden stellend erreicht, kann das Programm verändert werden. Innerhalb meines Untersuchungszeitraums fand eine derartige Veränderung statt. Das „Sonntagsfrühstück“ wurde zugunsten des „Insiders“ abgeschafft. Zu den auffälligsten Veränderungen zählen neue Interviewer und die Verknüpfung des Interviews mit einer Lokalität, einem äußeren Geschehen, an dem der Hörer passiv teilnimmt. Die Interview-situation spielt beim neuen Format eine maßgebliche Rolle.

Wie bei der Presse kann auch das Publikum des Hörfunksenders sich durch Briefe oder Anrufe der Redaktion gegenüber artikulieren. Anders als bei Zeitungen und Zeitschriften werden diese Reaktionen jedoch nicht veröffentlicht, sondern nur intern verarbeitet. Eine Ausnahme bildet die Sendung „Bayern 2 Radiopost“, in der samstags zwischen 16.04 Uhr und 16.15 Uhr ein Hörertelefon zugeschaltet ist, in dem Hörer Wünsche, Kritik und Anregungen liefern können. In der Programmklärung im Internet heißt es hierzu:

„Was in der Zeitung die Leserbriefecke ist, das ist für die Hörer von Bayern 2 Radio die „Radiopost“. Hier können Sie Ihre Meinung zum Programm, der Welle oder zu den einzelnen Sendungen sagen und selbstverständlich auch Vorschläge machen.“

Im August 2003 musste ich jedoch feststellen, dass diese Sendung aus dem Programm genommen wurde und in dieser Form nicht mehr existiert.

4.3.5.3 Der Hörer als Imageerzeuger des Stars

Was im Hörfunkinterview nicht vergessen werden darf, ist der Umstand, dass Interviewer und Interviewter nicht nur an einer guten Beziehung untereinander interessiert sind, sondern vor dem Hörer ein gutes Bild abgeben wollen. Dies trifft in einem geringeren Maß für den Interviewer zu. Der Interviewte ist demgegenüber sehr stark von der Publikumsmeinung abhängig. Pflaume erwähnt dies sogar explizit, wenn er den Umgang mit seinen Fans beschreibt:

P: [...] und äh auf der ANderen seite is JEDer der ZU mir kommt, () nur mal halLO sagen möchte- ein FOto machen möchte- was heute am HÄUfigsten vorkommt- seit die fotoapparate immer KLEIner werden, und JEDer in JEDer situation eigentlich einen daBEI hat; oder=n fotoHANdy auch gerne, ähm oder ob er auch ein autoGRAMM möchte, das is eigentlich () der deine SENdung schaut, der DICH offensichtlich ja POSitiv sieht, sonst würde er nicht KOMmen,

K: hm=hm,

P: und wenn es die LEUte nich gäbe- gäb es mich AUCh nich; ja? [...]

Dies bedeutet letztlich, dass jedes Lachen, jede witzige Äußerung, die eigene Darstellung der Persönlichkeit in der Primärsituation zwar an den Interviewer gerichtet zu sein scheint, gleichzeitig aber dem Hörer gilt. Wenn nun Mola Adebisi Episoden aus seinem Leben ausbreitet, in denen attraktive, in aller Welt erfolgreiche Sängerinnen sagen: „mein Gott, du siehst so gut aus“, oder darauf bestehen, von ihm interviewt zu werden: „kann der Mola mich nicht interviewen“, geschieht dies sicher nicht nur, um dem Interviewer sein Format zu verdeutlichen. Hier zielt Adebisi darauf ab, das Image eines Mannes von Welt zu verkörpern, dem die größten Stars zugeneigt sind. Wie viel Berechnung dabei im Spiel ist und inwieweit der Interviewte er selbst ist, bleibt dabei offen. Allein der Gesamteindruck, den ein Text hinterlässt, ermöglicht es, das vermittelte Bild des Interviewten einzuschätzen. So stellt Schanze sich als Sunnyboy dar, während Carpendale ein ernstzunehmender, erfolgreicher Musiker sein will. Adebisi verkörpert den erfolgreichen Jungen, der in den höchsten Starkreisen gern gesehen ist. Staubitz verkauft sich als „Mensch wie du und ich“, der ebenfalls Makel, Schwächen und Wünsche hat. Während Pflaume sich insbesondere von seiner humorvollen Seite zeigt, fällt eine Bestimmung bei Hildebrandt schwer. Er scheint in keine dieser Richtungen tendieren zu wollen, sondern wirkt natürlich und freundlich.

Auch in der Presse ist der Star darauf angewiesen, ein gutes Bild seiner selbst zu verkaufen. Er hat jedoch weit weniger Einfluss auf die Persönlichkeitsdarstellung als im Rundfunk. Schließlich hängt es von der Zeitung ab, was wie verschriftlicht wird, ob modale Angaben übermittelt werden oder nur Fakten.

4.4 Zusammenfassung Hörfunkinterviews

Fasst man die wichtigsten Ergebnisse der Hörfunkanalyse zusammen, zeigt sich hinsichtlich des Textaufbaus auf Mediumseite, dass akustische Einschübe möglich sind. So kann die Primärsituation durch Texte bereichert oder auch unterbrochen werden. Dadurch, dass der Text auditiv vermittelt wird, enthält er sämtliche Elemente der gesprochenen Sprache. Auch Passagen, die inhaltlich wenig ergiebig sind, sind im Hörfunktext enthalten, da Veränderungen schwierig sind. Der Text enthält eine Vielzahl von Redundanzen, um dem Leser eine Orientierung in dem festen zeitlichen Rahmen zu ermöglichen. Zudem vermittelt der Hörfunk Situationsdaten in Form von Hintergrundgeräuschen u.Ä. Die zeitliche Fixierung des Textes an ein festgelegtes Sendedatum, eine bestimmte Sendezeit bringt mit sich, dass er viele temporaldeiktische Angaben enthält.

Die Macht der Medienmacher spiegelt sich in der Sendezeit und der Länge der Ausstrahlung wider. Es fällt auf, dass die Textsorte „Starinterview“ im Hörfunk vergleichsweise rar ist. Der Aufbau des Hörfunkinterviews folgt strikten Richtlinien. Zumindest lässt sich ein ähnlicher Textaufbau in allen Hörfunkinterviews erkennen. Das Gesprächsgeschehen kann durch die Medienmacher besonders hervorgehoben werden, indem situative Elemente in den Vordergrund geschoben werden. Bei den Paratexten können fließtextbegleitende Textbausteine und vom Textkörper unabhängige unterschieden werden. So beziehen sich Nachrichten und Werbung nicht auf den Interviewtext, sondern sind nur insofern Teil der Sendung, als sie zeitlich daran gebunden sind. Insbesondere bei Moderatorentexten und Ansagejingles bemerkt man, dass sie durchwegs sehr positiv formuliert sind. Eine Veränderung des Primärtextes ist für den Rezipienten nur in seltenen Fällen erkennbar, etwa bei eingesprochenen Fragen oder inhaltlichen Kürzungen.

Der Interviewer tritt im Hörfunk als eigene Persönlichkeit auf, die das Gespräch aktiv gestaltet. Es zeigen sich große Differenzen innerhalb der Beitragsfrequenz. Während Frank Januschke sich auf *Antenne Bayern* im Schnitt kaum häufiger als einmal pro Minute äußert, greift Thorsten Otto (*Bayern 3*) vier Mal so häufig mit einem Gesprächsbeitrag ein. Obgleich in der Presse Fragehandlungen auf Seiten der Interviewer klar vorherrschen, ist das Frageverhalten beim Interviewer im Hörfunk nicht so stark ausgeprägt. Der Sprecherwechsel findet meist ohne verbale Adressierung statt. Überlappungen gibt es häufig, wobei diese nur im Fall von Michel Ries, teilweise auch Kathie Kleff, wirklich die strategische Funktion haben, den Interviewten zu bremsen. Auf der Beziehungsebene sind die Hörfunkinterviews im Vergleich zur Presse weit weniger kompetitiv, insbesondere die Interviews bei *Antenne Bayern*. Es herrschen allgemein neutrale Äußerungen vor. Während die Interaktanten sich bei *Antenne Bayern* duzen, wird bei den anderen Sendern das „Sie“ präferiert. Der Interviewer kann sich innerhalb des Gesprächsgeschehens auf die Seite des Interviewten stellen, wenn er von „wir“ und „uns“ spricht, sich und den Hörer mit der ersten Person Plural meinen oder sich und die Medienmacher. Die Interviews enthalten alle Varianten. Da das Interview akustische Daten

sendet, hat der Interviewer die Möglichkeit durch viel Lachen, aber auch indem er inhaltlich Vertrautheit herstellt, eine angenehme Atmosphäre für Interviewten und Hörer zu gestalten, wie das insbesondere bei Sabine Altena (*Antenne Bayern*) zum Vorschein kommt. Inhaltlich verlaufen die Hörfunkinterviews vergleichsweise beliebig. Eine Steuerung kann allein beim Interviewer Wolfgang Heim in höherem Maße festgestellt werden. Thematisch präsentiert sich der Interviewer im Hörfunk nicht so deutlich überlegen wie bei der Presse. Das Ausmaß der thematischen Steuerung variiert innerhalb des Hörfunkkorpus stärker als bei der Presse. Oft ergeben sich Themenübergänge scheinbar zufällig.

Bei den Gesprächsbeiträgen des Interviewten fällt auf, dass diese je nach Person und Sender sehr umfangreich sein können. An der Gesprächsorganisation lässt sich erkennen, welcher Interviewte eher zurückhaltend ist (Staubitz) und welcher einen großen Rededrang hat und den Interviewer oft unterbricht (Schanze). Während sich einzelne Interviewte viel Mühe geben, die Interviewer-Interviewten-Beziehung zu gestalten, haben andere kein Interesse daran. Obwohl alle Antworten auf Beziehungsebene weitgehend kooperativ verlaufen, bemerkt man überdies bei Schanze, dass er sehr gut gelaunt ist, während Carpendale sich ruhig verhält. Schanze versucht sogar mehrmals, beim Interviewer das „Du“ durchzusetzen. Nachdem die Fragen inhaltlich kooperativ gestellt werden, ist nicht verwunderlich, dass sie in sehr großem Maß responsiv beantwortet werden. Auf die Themengestaltung nimmt der Interviewte weniger Einfluss als der Interviewer, bringt aber das eine oder andere Thema vor.

Die Präsenz des Hörers zeigt sich einerseits darin, dass der Name des Interviewten bis zu 30-mal innerhalb einer Sendung erwähnt wird. Auf der anderen Seite wird seine Präsenz auch darin deutlich, dass er vom Interviewer direkt angesprochen wird oder dieser sich auf seine Seite stellt und ihn in das „wir“ mit einschließt. Der Einfluss des Hörers im Nachhinein ist mit dem des Zeitungslesers vergleichbar. Während die Resonanz der Hörer jedoch meist unveröffentlicht bleibt, kann der Rezipient in der Presse einen Abdruck als Leserbrief erhoffen. Da der Interviewte weiß, dass er letztlich von einem positiven Image beim Rezipienten abhängig ist, sieht er im Hörfunkinterview überdies die Möglichkeit, sein Image aufzuwerten oder sich zumindest ins rechte Licht zu rücken. Er präsentiert sich nicht nur als Gesprächspartner dem Interviewer gegenüber, sondern als Star gegenüber den Konsumenten. Anstrengungen in dieser Hinsicht stechen vor allem bei Mola Adebisi hervor.

5 Das Fernsehinterview

5.1 Hintergrundwissen zum Fernsehinterview

Für das Fernsehinterview leistete Günter Gaus in den 60er Jahren tatkräftig Geburtshilfe, der in seiner Sendung „Zur Person“ bekannte Persönlichkeiten befragte. Im Jahr 2003 war Günter Gaus mit ebendieser Sendung immer noch im Fernsehen präsent.⁷⁶ Dies ist insofern erstaunlich, als das Sendekonzept von Fernsehinterviews anfangs alles andere als unumstritten war.

Entwicklung des Fernsehinterviews⁷⁷

In den 60er Jahren, als das Fernsehinterview sich zu entwickeln begann, war fraglich, ob die Zuschauer an einer einstündigen Sendung, die ein reines Gesprächsgeschehen abbildet, ohne eine abwechslungsreiche äußere Handlung zu zeigen, Gefallen finden würden. Auch wenn diese Art von Studio-Interview sich bereits in den 50er Jahren in den USA erfolgreich etabliert hatte, war die Akzeptanz in Deutschland nicht automatisch vorauszusetzen. Das Fernsehinterview wurde und wird vom Publikum jedoch gut aufgenommen, was wohl daran liegt, dass der Rezipient das Gefühl hat, unmittelbar am Gespräch beteiligt zu sein. Der Interviewte sitzt gewissermaßen in voller Größe in seinem Wohnzimmer. Die Übertragung von Körperbewegungen und anderen visuellen Daten ist mehr als nur überflüssiges Beiwerk und wurde bzw. wird vom Rezipienten geschätzt. Haller (2001, 44) bemerkt hierzu:

„Das Zusammenspiel der verbalen mit der nonverbalen Kommunikation bedeutete damals ein neues Medienerlebnis [...].“

Gerade die Neugier auf das wahre Wesen einer bekannten Persönlichkeit, ihr Verhalten in einer bestimmten Gesprächssituation dürfte für den andauernden Erfolg von Fernsehinterviews ausschlaggebend sein. Von wochentäglichen Interviewsendungen („Maischberger“ auf *ntv* oder „Johannes B. Kerner“ im *ZDF*), bis hin zu wöchentlich wiederkehrenden („Beckmann“, montags in der *ARD*; „Menschen bei Maischberger“, dienstags in der *ARD*, „WIB Schaukel“ samstags im *ZDF*) ist im Fernsehen des beginnenden 21. Jahrhunderts alles vertreten.

⁷⁶ Ein Archiv, das alle Interviewsendungen von Günter Gaus nennt und datiert, findet sich unter www.rbb-online.de/_/zurperson/archiv_gesamt_jsp.html (Stand 08/2004). Demnach fand das letzte Interview von Gaus im Juli 2003 statt. Knapp ein Jahr später, im Mai 2004, verstarb der Interviewer und die Sendung wurde eingestellt.

⁷⁷ Soweit nicht anders angegeben stammen die historischen Daten in diesem Kapitel aus Haller (2001).

Kommunikationssituation im Fernsehinterview

Das Fernsehinterview verläuft aus Sicht des Rezipienten in weiten Zügen ähnlich wie das Radiointerview. Der größte Unterschied liegt in der Übertragung und Darstellung visueller Informationen der Gesprächssituation. In der Regel sitzen sich ein Interviewer und ein Interviewter bei Sendungsbeginn gegenüber. Das Interview wird durch mindestens eine, meist mehrere Kameras aufgezeichnet und im Falle der hier verwendeten Interviewsendungen zeitlich versetzt gesendet. Dies birgt die Möglichkeit, das aufgenommene Material zu kürzen und zu verändern. Dass in dieser Hinsicht jedoch zumindest momentan noch technische Bedingungen das Maß möglicher Veränderungen vorgeben, hebt Burger (2001b, 1496) deutlich hervor.

„In den elektronischen Medien erzeugt die Möglichkeit der non-live Ausstrahlung eine für die Textgestalt u.U. relevante Textgeschichte. Es ist technisch nicht leicht, ein Fernseh-Gespräch zu kürzen, ohne daß die Schnittstelle sicht- und hörbar wird.“

Mithilfe eines Fernsehgerätes empfängt der Rezipient die ausgestrahlten Sendungen nachzeitig. Live-Interviews als Langformen von Starinterviews sind eine Seltenheit und innerhalb meines Korpus nicht vorhanden.

In den Kommunikationskreis Interviewer - Interviewter muss das Studiopublikum integriert werden. Es kann zwar meist keinen direkten Einfluss in Form von eigenen Äußerungen nehmen, durch Applaus, Gelächter oder Schweigen aber mittelbar einen der Beteiligten unterstützen oder verunsichern. In seiner Resonanz fungiert es als Stellvertreter des Zuschauers zu Hause.

Beschreibung der verschiedenen Interviewformen im Fernsehen

Bei den Kurzformen von Fernsehinterviews handelt es sich meist um Stellungnahmen zu einem fest umrissenen Thema, die Nachrichten oder Reportagen ergänzen. Sie dienen gewissermaßen als Authentizitätsbeweis und beinhalten oft nur wenige Antworten des Befragten. Mit ihnen will ich mich hier nicht beschäftigen.

Darüber hinaus gibt es reine Interviewsendungen, bei denen der Star als Antwortender im Zentrum des Interesses steht. Sie werden meist in einem Studio ohne Publikum aufgezeichnet. Zu dieser Kategorie gehören „Beckmann Spezial“, „Maischberger“ und „News & Stories. Zur Person“. Kennzeichen für diese Langformen des Interviews ist einerseits die Sendezeit von nahezu einer Stunde, andererseits die breite Auffächerung des Themenspektrums. Eine Besonderheit bildet die Sendung „WIB Schaukel“, bei der die Gesprächssituation eine wesentliche Rolle spielt.

Auch so genannte „Talk-Shows“ bestehen oft aus Einzelinterviews, wobei dieser Begriff genauer beschrieben werden muss, da die Bezeichnung eine Vielzahl von Sendungen mit unterschiedlichsten situativen Bedingungen meint. Als „Talk-Show“ laufen beispielsweise Sendungen, in denen mehrere Persönlichkeiten – in der Regel nacheinander, aber nicht abwechselnd – zu Wort kommen. Hierbei geschieht es, dass neben dem gegenwärtigen Interviewten nicht nur

der Interviewer anwesend ist, sondern die vorher befragten „Gäste“ noch im Studio sitzen. Es handelt sich gewissermaßen um eine „Gesprächsrunde“, die nach und nach durch weitere Personen ergänzt wird; einer Gesprächsrunde mit der Besonderheit allerdings, dass die Prominenten einzeln befragt werden und bei Eintreffen des neuen Gastes nicht oder kaum mehr zu Wort kommen. Sie begeben sich nach ihrer Einzelbefragung in die Rolle des Zuhörers. Beispiel für eine solche Interviewsendung ist „Johannes B. Kerner“. Auch wenn sich diese Sendetypen als „Talk-Shows“ verstehen, wie Programmzeitschriften oder auch Fernsehvorschauen belegen, handelt es sich meiner Meinung nach um Einzelinterviews mit bestimmten situativen Eigenschaften.

Abzugrenzen sind diese Einzelinterviews von den meist nachmittäglichen „Redeshows“, die ebenfalls unter der Bezeichnung „Talk-Show“ laufen. Gravierender Unterschied ist hierbei, dass keine prominenten Persönlichkeiten auftreten, sondern betroffene Laien, die zum vorgegebenen, meist tabubrechenden Thema Erfahrungsberichte und Lebensbeichten liefern.

Eine weitere Abgrenzung der „Interview-Talk-Show“ von einer so genannten „Talk-Show“ ist nötig, in der mehrere Prominente über ein bestimmtes Thema diskutieren und sich abwechselnd, je nach Rederechtverteilung durch den Moderator oder eigener Durchsetzungskraft, äußern. Ein Beispiel wäre die Polit-Talk-Show „Sabine Christiansen“. Von Einzelinterviews kann hier nicht die Rede sein. Dies mag nun als Rechtfertigung und Erklärung ausreichen, weshalb ich welche Sequenzen aus welchen Talk-Shows als Interviews für mein Korpus ausgewählt habe.

Die Interviewsendungen sind in der Regel Aufzeichnungen, die durch Bild- und Tonmaterial vielseitig erweitert werden können. Die Einzelinterviews unterscheiden sich je nach Sendeformat in der Länge. Bei Sendungen, die nur einen Star zu Gast haben, kann das Interview (innerhalb meines Korpus) mehr als 40 Minuten dauern. Talk-Shows hingegen, die mehrere Gäste laden, bieten den Einzelnen nur etwa zehn bis 20 Minuten an, um sich zu äußern.

Die weite Verbreitung von Fernsehinterviews lässt darauf schließen, dass es sich um eine beliebte Textsorte handelt. In der Regel werden Interviewsendungen jedoch nicht zur Hauptsendezeit ausgestrahlt, sondern am späteren Abend.

5.2 Textmaterial „Fernsehinterviews“

1) **Sendung:** „Johannes B. Kerner“, am 02.12.2003, 23.25-00.25 Uhr im ZDF

Fließtextlänge: 13 Minuten

Interviewer: Oliver Bierhoff, * 1968, ehemaliger Nationalspieler der deutschen Fußballnationalmannschaft, Fanclubchef der deutschen Fußballnationalmannschaft

Interviewer: Johannes B. Kerner

Interviewort: Fernsehstudio von „Johannes B. Kerner“

Themen: der Druck beim Fußball, die Arbeit als „Fanclubbotschafter“, die WM 2006, Kindheit und Glaube

- 2) **Sendung:** „WIB Schaukel“, am 10.01.2004, 01.30-02.00 Uhr im ZDF
Fließtextlänge: 30 Minuten
Interviewer: Thomas Ohrner, * 1965, langjähriger Schauspieler u. Moderator diverser Rundfunksendungen
Interviewer: Wigald Boning
Interviewort: das Deutsche Museum in München, die Isar-Auen
Themen: Ohrners Popularität von Kindesbeinen an, seine Freizeitbeschäftigungen
- 3) **Sendung:** „Menschen bei Maischberger“, am 25.11.2003, 23.30-00.30 Uhr in der ARD
Fließtextlänge: 21 Minuten, * 1976, Sohn der Schauspielerin Uschi Glas, Produzent, Schauspieler und „enfant terrible“ des Show Business
Interviewer: Benjamin Tewaag
Interviewerin: Sandra Maischberger
Interviewort: Fernsehstudio von „Menschen bei Maischberger“
Themen: Tewaags Konflikte mit dem Gesetz, Verhältnis zu seiner Mutter, Image in den Medien, Sendungen
- 4) **Sendung:** „Beckmann Spezial“, am 12.12.2002, 23.00-23.45 Uhr in der ARD
Fließtextlänge: 44 Minuten
Interviewer: Marius Müller-Westernhagen, * 1948, langjähriger Interpret deutscher Rockmusik
Interviewer: Reinhold Beckmann
Interviewort: Fernsehstudio von „Beckmann“
Themen: das Musikgeschäft, seine neue CD, seine Eltern und seine Karriere, sein Privatleben
- 5) **Sendung:** „News & Stories. Zur Person“, am 23.06.2002, 23.35-00.25 Uhr auf SAT 1
Fließtextlänge: 40 Minuten
Interviewer: Günther Jauch, * 1956, langjähriger Rundfunkmoderator, bekannt u. a. durch die Sendungen „Wer wird Millionär“ und „Stern TV“ (RTL)
Interviewer: Günter Gaus
Interviewort: kein Hintergrund erkennbar
Themen: Entwicklung des Fernsehens, Berufsleben, Familie, und Lebenseinstellung
- 6) **Sendung:** „Maischberger“, am 22.07.2002, 20.15-21.00 Uhr auf ntv
Fließtextlänge: 36 Minuten
Interviewer: Oliver Kahn, * 1969, Nationaltorhüter der deutschen Fußballmannschaft
Interviewerin: Sandra Maischberger
Interviewort: Fernsehstudio von „Maischberger“
Themen: Umgang mit den Medien, Gefühle beim Fußball, Fußballkarriere, politische Vorbilder, WM 2006

5.3 Die Textproduzenten und ihr Einflussbereich

5.3.1 Das Medium „Fernsehen“

Der Beginn des Fernsehens fällt auf das Jahr 1935, wo im Rahmen der Berliner Funkausstellung die erste braunsche Röhre für den Hausgebrauch vorgestellt wurde. Während 1929 erste Versuchssendungen ohne Ton und Programmzusammenhang liefen, begann ein regelmäßiges Programm (dreimal wöchentlich) erst sechs Jahre später.⁷⁸ Allerdings konnte zu dieser Zeit noch nicht von einem „Massen“-Medium die Rede sein, da bis 1939 in Deutschland gerade einmal 500 Fernsehempfänger in Gebrauch waren. Ein weiterer wichtiger Eckpfeiler in der Geschichte des Fernsehens war das Jahr 1952, in dem die *ARD* offiziell ihren Sendebetrieb

⁷⁸ Die Daten zur Fernsehgeschichte haben Hickethier (1998) und Holly/Püschel (1993) zur Grundlage.

aufnahm; erst zehn Jahre später folgte das ZDF. Die ersten privaten Sender begannen Mitte der 80er Jahre mit ihrem Programm, allen voran *RTL plus* (1984) und *SAT 1* (1985).

In weiten Teilen gleichen sich die beiden Rundfunkmedien Fernsehen und Hörfunk, insbesondere hinsichtlich des Aufbaus der Sendeanstalten in das „duale System“ öffentlich-rechtlicher und privater Sender (s. hierzu Kapitel 4.3.1).⁷⁹

Das Fernsehen entwickelte sich seit seiner Entstehung also von einem öffentlichen Medium, das vereinzelt in so genannten „Fernsehstuben“ rezipiert wurde, zu einem in weiten Kreisen und privat genutzten Medium. Es erreichte im Laufe der Zeit nahezu jedes Heim.⁸⁰ Beim Fernsehen handelt es sich wie auch beim Hörfunk um ein tertiäres Medium, da dessen Rezeption ein technisches Gerät benötigt.⁸¹

Nicht nur die Sendezeit verlängerte sich mit den Jahren, sondern auch das Angebot an Sendern (insbesondere durch die Etablierung privater Sendeanstalten) und die Empfangsmöglichkeiten durch Satellit und Kabel weiteten sich aus. Mittlerweile besteht für den Rezipienten die Möglichkeit, rund um die Uhr fernzusehen. Nur wenige Sender kennen den Sendeschluss. Die große Auswahl an Programmen erhöht für den einzelnen Kanal die Gefahr, dass der Zuschauer sich abwendet, ein anderes Programm wählt oder wild durch die Fernsehwelt „zappt“. Insofern müssen Sendeplatz und Aufbau einer Sendung sehr genau durchdacht sein.

Im Unterschied zum Hörfunk handelt es sich beim Fernsehen um ein Medium, das „mehrkanalig“ ist. „Mehrkanaligkeit“ meint die Vermittlung durch verschiedene Sinne. Fraglich ist hierbei, ob durch die Bilddaten die auditiven Informationen in den Hintergrund rücken, die Sprache folglich sekundär wird. Holly und Püschel (1993, 132) lehnen eine derartige Pauschalisierung ab, glauben aber dennoch an eine veränderte Wirkung der Sprache im Fernsehen:

„Zu beachten ist also, daß Sprache im Fernsehen im Zusammenhang mit Bildern und Tönen zu sehen und hören ist; die Wirkung der Sprache wird in jedem Fall relativiert.“

Inwieweit das Medium selbst für textliche Unterschiede, insbesondere im Vergleich zum Hörfunkinterview verantwortlich gemacht werden kann, sollen die folgenden Kapitel zeigen.

5.3.1.1 Die technischen Möglichkeiten des Textaufbaus beim Fernsehinterview

Neben den technischen Möglichkeiten des Textaufbaus, die der Hörfunk ausschöpfen kann, ermöglicht das Medium Fernsehen visuelle Einschübe. Dies können kurze Filmsequenzen, Fotos oder Textinformationen sein, die nebenbei eingeblendet werden, ohne dass der Gesprächsfluss beeinträchtigt wird. Zudem sind Gesprächsunterbrechungen durch Werbung, Vorschauen u.Ä. möglich.

⁷⁹ Die Daten stammen vorwiegend aus Chill/Meyn (1996), Ludes (1998) und Faulstich (2000).

⁸⁰ Die Zahl der Haushalte mit Fernsehgerät stieg von 2000 im Jahre 1953 auf 100 000 zwei Jahre später. Seit 1980 ist das Fernsehgerät nahezu flächendeckend verbreitet.

⁸¹ Nähere Angaben hierzu finden sich bei Holly/Püschel (1993) und Hickethier (1998).

Das Interview ist nicht zwangsläufig an ein Studio gebunden. So können situative Schwerpunkte gesetzt werden, indem der Ort des Interviews bewusst ausgewählt wird und während des Interviews auch thematisch eine Rolle spielt. Wigald Boning und Thomas Ohrner treffen sich beispielsweise im Deutschen Museum in München. Die Situation ist hier weitaus leichter vermittelbar, als dies in den Hörfunkinterviews von *Antenne Bayern* der Fall war. Schließlich entfallen durch die Mehrkanaligkeit Erklärungen der Gesprächspartner über situative Elemente.

Veränderungen und Kürzungen des Interviewtextes vorzunehmen, ohne dass dies auffällt, ist beim Fernsehen ähnlich schwierig wie beim Hörfunk. Werden Textteile herausgenommen, muss dies im Einklang mit der Prosodie und dem Bild erfolgen. Optisch sind Schnitte nur dann möglich, wenn das Kamerabild auf eine andere Person wechselt oder Archivmaterial (Fotos o.Ä.) eingeblendet wird. Gaus versichert in einem in der *Zeit* abgedruckten Interview „Bei uns wird nichts geschnitten. Es gibt kaum Ausnahmen.“, was Reinhold Beckmann im selben Interview für seine Sendung bestätigt.⁸² Inwieweit einzelne Sequenzen gekürzt, mehrmals aufgenommen und dann zusammengeschnitten werden, ist für den Rezipienten in der Regel ohnehin nicht kontrollierbar. Nachvertonungen, die gleichsam als solche erkennbar sind, können in beliebiger Anzahl eingefügt werden. In „WIB Schaukel“ kommentiert Boning als Sprecher längere Interviewsequenzen.

5.3.1.2 Die auditive und visuelle Vermittlung

Der Hauptunterschied zwischen Hörfunk und Fernsehen liegt in der Übermittlung visueller Daten. Das Fernsehen überträgt die Gesprächssituation akustisch und optisch. Sager erwähnt neben diesen beiden „Kanälen“ noch die „taktile“ Vermittlung, also die Darstellung von Berührungen u.Ä. (vgl. Sager 2001, 1071), die bei Untersuchung der Primärsituation von Interesse sein kann, jedoch aus Rezipientensicht ebenfalls nur visuell verfolgt werden kann. Durch die optische Teilnahme am Gesprächsverlauf hat der Zuschauer die Möglichkeit, das nonverbale Verhalten der Interaktanten zu beobachten.⁸³

Insbesondere um die Beziehungsebene zwischen Interviewer und Interviewtem abzuschätzen, ist es oft hilfreich, die Gesprächssituation visuell mitverfolgen zu können. Als Günter Gaus den Moderator Günther Jauch nach seiner Definition des Begriffs „Entertainer“ fragt, wird die Situation heikel. Es zeichnet sich eine Meinungsverschiedenheit darüber ab, ob Jauch als „Entertainer“ bezeichnet werden kann oder nicht. Als er schließlich mit einer Gegenfrage antwortet, weist Gaus (G) ihn zurecht, indem er ihm die Kompetenzverteilung im Interview erklärt. Dass Jauch (J) diesen Hinweis humorvoll aufnimmt, beweist das Lächeln am Ende seines Gesprächsbeitrags:

⁸² *Die Zeit* (51/2003) vom 22. Dezember 2003, S. 62.

⁸³ Sager (2001, 1069) unterscheidet drei Bereiche der Kinesik: Motorik (Körperbewegungen, Mimik), Taxis (Orientierung des Kopfes, Berührung, Blickkontakte) und Lokomotion (Distanzregelung).

G: [...] also- äh (---) is INfoTAINment; und ENtERTAINER als ameriKANische, amerikaniSIERTes deutsch; STÖRT sie das?

J: (-) Infotainment stört mich NICHT, [äh=

G: [=als AUSdruck. aber ENtERTAINER;

J: ja ENtERTAINER ist für mich ein (.) ein REIner, äh (.) unterhaltungsKÜNSTler. das hat so einen (.) einen RUCH von las VEGas, und vorneweg kommen kommen FRAUen, und PFERde mit so FEDerboas und PUScheln auf dem kopf, das das (subsumiert)

G: [ist
GOTTschalk ein entertainer?=
J: =ja. ja. voll und ganz. [()
G: [und wenn DER hier sitzen würde- und sagen (.) äh WISSen sie ich will nicht gern enterTAINER genannt werden; (.) sondern ich will das und DAS sein; dann würden se sagen- spinn nich RUM; du bist enterTAINER.
J: RIChtig. aber (.) meinen sie nich, dass ich ANders bin als GOTTschalk?
G: (2.0) die FRAGEN stelle ICH.
J: ((nickt)) wie sie WÜNschen. ((lächelt))

Dass das Fernsehen im Gegensatz zum Hörfunk optische Daten liefert, bereichert den Text nicht nur um eine zusätzliche Information, sondern beeinflusst ihn auch dahin gehend, dass die Gesprächsbeteiligten ihr Verhalten an diese Mediensituation anpassen. Sie können bewusst auf ihre optische Wirkung und Überzeugungskraft setzen. Ferner besteht die Möglichkeit auf Begebenheiten zu verweisen, die der Zuschauer sehen kann, also deiktische Mittel einzusetzen, die auf Optisches Bezug nehmen. Das Interview Bonings ist in dieser Hinsicht sehr reichhaltig. Im folgenden Beispiel bliebe ohne die visuelle Information unklar, welche Tätigkeit Boning meint, wenn er sich situationsdeiktisch auf „das“ bezieht. Das Bild (Abb. 1) zeigt, dass sie sich gerade mit Bauklötzen beschäftigt:



Abb. 1: Boning stapelt Bauklötze ("WIB Schaukel")

B: machen sie das AUCh gern, zu hause so? äh
O: ja, aber mit sysTEM.

Die Übertragung erlaubt auch, mimische Darstellungen der Interaktanten zu verfolgen. So verzichtet Benjamin Tewaag darauf, den grimmigen Gesichtsausdruck von Journalisten zu beschreiben, die auf situationsträchtige Informationen warten, sondern stellt ihn mimisch nach (Abb. 2). Mithilfe deiktischer Mittel („so“) verweist er auf seine eigene Mimik. Als Gegensatz erwähnt er kurz darauf explizit das Grinsen der Journalisten:

T: [...] und wenn der- wenn <<lauter> SIE jetzt> zu nem journalisten sagen- so ja der herr tewaag stand da irgendwo blöd unbeteiligt in der GEGend rum; hat dumm geKUCKT. dann kuckt der journalist SO. << Abb. 2> (-)> aber wenn sie sagen ja der herr tewaag, ich GLAUbe, ich GLAUbe SCHON; ich habe so- DANN kommt das grinsen.



Abb. 2: Tewaag imitiert Journalisten, „Menschen bei Maischberger“ (ARD)

Doch nicht nur Informationen über die Gesprächspartner und deren Handlungsweisen werden visuell übermittelt, sondern teilweise auch die situativen Umstände. Der Rezipient kann in einigen Einstellungen die Größe und das Aussehen des Studios begutachten, er sieht das Publikum (falls vorhanden), den Sessel, in dem der Interviewer sitzt, das Getränk, das er zu sich nimmt. Zwar können Farben und Dimensionen täuschen, doch trotz allem sind Erläuterungen wie im Hörfunk nicht nötig. Natürlich kann schwer bestimmt

werden, ob der Rezipient diese Zusatzinformationen in detail wahrnimmt. Er bemerkt vielleicht nicht, wie oft Oliver Kahn sich über die Lippen leckt. Dass er sie recht häufig benetzt, fällt ihm aber möglicherweise auf.

Problematisch ist die Transkription nonverbalen Verhaltens. Sager (2001, 1069ff.) stellt in einem Aufsatz verschiedene Ansätze vor und konzipiert schließlich ein Verfahren, das mithilfe des Normzeichensatzes (ASCII) Blickkontakte u. ä. symbolisch abzubilden versucht. Das Verfahren Seltings u. a. (GAT), die das nonverbale Verhalten paraphrasieren, kritisiert er als zu komplex und mehrdeutig. Ich stimme Sager dahingehend zu, dass die Beschreibungen beim GAT-Verfahren teilweise umständlich sind. Sie haben jedoch einen deutlichen Vorteil, was die Lesbarkeit angeht. Während man Sagers Zeichensystem erst einstudieren muss, erschließen sich die Beschreibungen im GAT-Verfahren sofort, weshalb ich mich für das Zweite entschieden habe.

Vor Probleme stellt den Transkribenden ebenfalls die Verschriftlichung der Kameraposition und der Perspektivenwechsel, wie im folgenden Kapitel dargelegt.

5.3.1.3 Die Ausschnittdarstellung

Beim Fernsehinterview soll dem Zuschauer der Eindruck vermittelt werden, am Gesprächsgeschehen passiv teilzunehmen. Doch sieht und hört er die Interaktanten wirklich so, als ob er ebenfalls im Studio anwesend wäre?

Während das Publikum im Studio die gesamte Gesprächssituation während der Aufnahme aus einer bestimmten Entfernung mitverfolgen kann, ist der Zuschauer zu Hause auf das „Auge“ der Kamera(s) angewiesen. Er sieht nur das, was die Kamera ihm präsentiert: Auf die Auswahl des Ausschnitts, die Perspektive, die Nähe zum Objekt hat er keinen Einfluss. Ist die Kamera allein auf den Interviewten gerichtet, entgeht dem Fernsehzuschauer das nonverbale Verhalten des Interviewers. Der Rezipient vor dem Fernseher sieht nur das, was ihm gezeigt werden soll. Überdies unterscheidet sich seine Perspektive von der des Studiopublikums dadurch, dass er mitunter Nahaufnahmen der Beteiligten präsentiert bekommt, die in einer „außermedialen“ Gesprächssituation unmöglich wären. Während zwischen Gesprächsteilnehmern immer eine

gewisse räumliche Distanz gewährleistet ist, hat man als Fernsehzuschauer mitunter den Eindruck, man säße mit dem im Fernsehen Gezeigten Nase an Nase. Jede kleinste Unebenheit des Gesichtes und jede mimische Veränderung werden so sichtbar. Das Medium kann jedoch nur festlegen, dass die Interviewsituation als Ausschnitt dargestellt wird. Bildinhalt, -ausschnitt und Perspektive liegen in der Entscheidungsgewalt der Medienmacher.

5.3.2 Der Intendant/Programmleiter/Redakteur

Die Strukturen innerhalb des Medienapparates sind bei Hörfunk und Fernsehen ähnlich, weshalb ich an dieser Stelle nicht näher darauf eingehen will.⁸⁴

5.3.2.1 Auswahl der Interviewer und des Sendeplatzes

Der Einfluss der Medienmacher vor Ausstrahlung der Fernsehsendung ist durchaus mit dem im Hörfunk vergleichbar und gilt für den gesamten Rundfunk. Höhere Präsenz als Persönlichkeit jedoch erlangt der Interviewer im Fernsehen. Viele Interviewer besitzen selbst den Rang eines Stars. Sie sind als Persönlichkeit maßgeblicher Bestandteil der Sendung, was eine sorgfältige Auswahl erfordert. Dies kommt allein dadurch zum Ausdruck, dass der Name der Sendung häufig den Namen des Interviewers trägt. Die Auswahl des Sendeplatzes liegt ebenfalls in der Hand der Medienmacher.⁸⁵

Während die beiden großen öffentlich-rechtlichen Sender ihre Interviewsendungen oft auf den späten Abend platzieren (meist beginnen sie um 23.00 Uhr), strahlt *ntv* „Maischberger“ wochentags zur besten Sendezeit (20.15 Uhr) aus. Eine Wiederholung vom Vortag kommt um 17.15 Uhr. Die Interviews von Günter Gaus waren jeden zweiten Sonntag im Monat zwischen 23.35 Uhr und 00.25 Uhr auf *Sat 1* zu sehen. Die Interviewsendungen der *ARD* werden über die Woche verteilt meist in den dritten Programmen wiederholt, was zeigt, dass sich die Sendungen stetiger Beliebtheit erfreuen. Dies scheint bei den großen Privatsendern *RTL*, *Pro Sieben* und *Sat 1* anders zu sein. Reine Starinterview-Sendungen sind hier rar.⁸⁶

⁸⁴ Weiterführende Angaben zum Aufbau des öffentlich-rechtlichen Rundfunks finden sich bei Bleicher (1993, 67ff.).

⁸⁵ Welche Relevanz dem Programmplatz zugemessen wird, macht die Diskussion deutlich, die durch die Verschiebung der Kulturmagazine „Kulturreport“, „Kulturweltspiegel“ und „Titel, Thesen, Temperamente“ in der *ARD* zwischen Senderverantwortlichen und einigen Verlegern entbrannt ist. Der Sendeplatz wurde um 15 Minuten – von 22.45 Uhr auf 23.00 Uhr – nach hinten verschoben, um die „Tagesthemen“ direkt im Anschluss an die Polit-Talk-Show „Sabine Christiansen“ und vor den Kultursendungen ausstrahlen zu können (s. *SZ* vom 21.10.2003, S. 21: „Titel, Thesen, Testamente“). Die betroffenen *ARD*-Redakteure rechnen mit einer Halbierung der Zuschauerzahl auf 700 000 bis 800 000, da die Zuschauer sonntags ohnehin früher schlafen gingen.

⁸⁶ Es ist zu berücksichtigen, dass Sendeplätze sich beständig ändern. Diese Daten gelten für den Zeitpunkt 07/2002. „Maischberger“ etwa wird mittlerweile (Stand: 08/2004) eine Stunde später ausgestrahlt.

5.3.2.2 Der Aufbau des Gesamttextes

Die Fernsehinterviews sind im Aufbau nicht derart stark normiert wie dies im Hörfunk der Fall ist (vgl. 4.3.2.2). Auffallend ist in erster Linie, dass die zahlreichen Unterbrechungen des Hörfunkinterviews beim Fernsehen so nicht zu finden sind. Eine einfache Erklärung hierfür ist, dass sich ein Großteil der Hörfunksender als Musikkanal versteht und musikalische Elemente somit selbstverständlich sind. Musiksender im Fernsehen machen allerdings nur einen Randbereich aus.

Zurück zum Aufbau der Fernsehinterviews. Alle Fernsehinterviews haben gemein, dass sie mit einem Vorspann beginnen, der mit Musik unterlegt ist. Danach wird in der Regel vom Moderator und Interviewer der Sendung angekündigt, was den Zuschauer im Laufe der Sendung erwartet. Der Fließtext unterscheidet sich in der Länge je nach Sendung. Die Interviews variieren im Einsatz von Texteinschüben, Fotos oder anderen Paratexten. Auch hier lässt sich kein einheitliches Bild des Fernsehinterviews zeichnen.

Zusammenfassend kann man sagen, dass Unterbrechungen des Fließtextes selten sind. Visuelle Einschübe können sehr leicht parallel zum Gespräch realisiert werden, ohne dass sie angekündigt werden müssen und damit Thema der Primärsituation werden.

5.3.2.3 Paratexte

Die Texteinbettung des Interviewgeschehens

Insbesondere der Anfang einer Sendung verrät bereits viel über die Intention der Medienmacher. Während bei Günter Gaus zuerst nüchtern und sachlich der Name der Sendereihe „News & Stories“ eingeblendet wird, folgen danach Standbilder des Interviewers, sein Name erscheint auf der Bildfläche, begleitet von Klaviermusik. Ohne Anmoderation stellt sich das Interview nach einigen Fotos des Interviewten selbst vor, dadurch dass eine kurze Gesprächspassage unkommentiert an den Beginn der Sendung gestellt wird. Erst danach werden nochmals Angaben zur Sendung eingeblendet, bevor Günter Gaus ins Bild kommt und einen kurzen Lebenslauf des Interviewten vorliest.

Bei „Maischberger“ erfährt man während des Vorspanns noch nichts über den Interviewten. Technisch verfremdete Bilder, bei denen die Interviewerin zu erkennen ist, wechseln sich schnell ab. Informationen über den Interviewten liefert erst die Interviewerin selbst, auf die im Anschluss die Kamera gerichtet ist. Vergleichbar verläuft der Beginn von „Beckmann Spezial“, „Johannes B. Kerner“ und „Menschen bei Maischberger“.

Ein kritisches Interview verspricht Sandra Maischberger (M) bei „Menschen bei Maischberger“, wenn sie die Skandale von Benjamin Tewaag bereits in der Vorankündigung benennt:

M: [...] ein mann dessen name STÄNDig in der zeitung steht. allerdings so klein, vor allem wenn es um skanDAle geht wie neulich. prügelei im dresdner bordell. dafür ist der name seiner MUTter umso GRÖßer in der zeitung. das ist nämlich uschi glas. ist

ER der böse bube, oder spielt man IHM böse mit. DAS wollen wir wissen; von, Mtv star BEN teWAAG.

Kerner setzt nicht allein auf die Neugier der Zuschauer, sondern macht Sympathiewerbung für seinen Gast. Oliver Bierhoff wird von ihm als „Schütze des schönsten Golden Goals der deutschen Fußballgeschichte“ vorgestellt. Bevor Bierhoff das Studio betritt, wird schließlich die erwähnte Szene aus dem Fußballspiel gezeigt. Die Lorbeeren eilen dem Fußballer also voraus. Eine ähnlich positive Personendarstellung findet sich bei „Beckmann Spezial“. Beckmann kündigt Westernhagen als „großen Besuch“ an, der bei einem filmischen Karriereüberblick mit Ausdrücken wie „Ausnahmekarriere“, „Multitalent“, „Held einer ganzen Generation“ oder „Superstar“ vorgestellt wird. Ähnliches findet sich bei „Maischberger“.



Abb. 3 und 4: Wigald Boning im Vorspann zu seiner Sendung „WIB Schaukel“ (ZDF)

Dass es sich bei „WIB Schaukel“ um ein witziges Interviewgeschehen handeln muss, deuten bereits der Vorspann und der Titel der Sendung an. Boning wird aus einer Perspektive bzw. in einer Position gefilmt, die aussieht, als ob er durch ländliche Idyllen und Großstädte reite oder schaukle. Bei „WIB“ handelt es sich nicht nur um die Initialen Wigald Bonings, sondern um eine verballhornte Form von „VIP“, also „very important person“. Die Sendung lädt offenbar wichtige Gäste ein. Überdies kann man bei „WIB“ das Verb „wippen“ assoziieren, was in Zusammenhang mit „Schaukel“ durchaus passen würde. Der Titel der Sendung ist demnach mindestens doppelt, wenn nicht sogar dreifach motiviert. Ob die Schaukel darauf Bezug nimmt, dass die Gäste „verschaukelt“ werden, bleibt Mutmaßung. Die Vorankündigung des Interviewten erfolgt in Form eines erläuternden Zwiegesprächs mit dem Zuschauer, auf das ich bei Untersuchung des Zuschauerinflusses auf den Text noch eingehen will. Bonings eingesprochene Ankündigung von Thomas Ohrner fällt positiv aus und drückt eine Mischung aus Sympathie und Komik aus, wenn er ihn vorstellt als „ein ganz alter Fernsehase [...] nicht so was wie Rudi Carell“.

Unterbrechungen innerhalb der Sendung sind in meinem Korpus die Ausnahme. Allein bei „Maischberger“ (also im Privatfernsehen) findet gegen Mitte der Sendung eine Werbeunterbrechung statt, die sie auch ankündigt.⁸⁷

Was die Textenden betrifft, ist das Interview von Gaus interessant. Es schließt ohne Verabschiedung ganz unvermittelt mit einer Antwort Jauchs. Die Kamera bleibt auf Jauch gerichtet, entfernt sich langsam, während Musik eingespielt wird und der Abspann läuft.

„WIB Schaukel“ endet ohne Verabschiedung mitten im Geschehen. Ohrner und Boning beschließen, ein Eisbad zu nehmen. Als Boning schließlich bis auf die Unterhose entkleidet hinter einer Holzhütte hervorkommt, werden seine anfangs geäußerten Befürchtungen wahr: Lachend begrüßt ihn das Team der „Versteckten Kamera“, deren Moderator Ohrner ist.

Alle anderen Interviews enden vergleichbar mit einem Hörfunkinterview mit der Verabschiedung des Interviewten.

Visuelle Texteschübe, die die Primärsituation beeinflussen

Eine „Unterbrechung“ des Gesprächsflusses zeigt den Interviewten Oliver Kahn in einem Werbespot, der von der Interviewerin thematisiert wird. Er dient als Fragegrundlage, da der Zuschauer zu Hause ihn möglicherweise nicht kennt. Innerhalb der Primärsituation können auch Fotos oder andere Objekte dazu dienen, bestimmte Themenkomplexe anzusprechen und zu veranschaulichen. Ein Beispiel hierfür ist das emotionsgeladene Foto, das Maischberger Oliver Kahn vorlegt, um ihm folgende Frage zu stellen:



Abb. 5: Maischberger konfrontiert Kahn mit einem Foto („Maischberger“)

M: [...] den kollegen haben sie nicht geTROFFen? (-) ähm- im selben spiel haben sie einem anderen kollegen- an einem anderen kollegen sich FESTgebissen, und einen DRITten kollegen am ohr gedreht. (-) IRre ich mich, oder MACHen sie so was nicht mehr;

Das Foto, auf dem Oliver Kahn einem Mitspieler wutentbrannt sein Bein in die Nierengegend rammt, dient als Beweis und Veranschaulichung des Vorfalls – den Kahn schließlich auch herunterzuspielen versucht – und hat demnach argumentative und illustrative Funktion.

⁸⁷ Ebenso wie der öffentlich-rechtliche Hörfunk hat auch das öffentlich-rechtliche Fernsehen starke Vorgaben hinsichtlich der Anzahl und dem Sendeplatz von Werbung. Somit ist nicht verwunderlich, dass die Interviewsendungen am späten Abend ohne Werbeunterbrechungen stattfinden. Das Privatfernsehen hingegen entscheidet selbst, wann es wie viele Werbeblöcke sendet.

Visuelle Texteschübe, die die Sekundärsituation beeinflussen

Alle weiteren textkonstituierenden Elemente, die den reinen Fließtext begleiten, sind Text- oder Bildeinblendungen, die die Primärsituation nicht beeinflussen. Sie werden häufig bei der Bearbeitung des Interviews eingefügt, teilweise auch erst während der Ausstrahlung. Hierunter fallen Zusatzinformationen für den Rezipienten, die sich thematisch auf das Interview beziehen. So wird bei „Beckmann Spezial“ ein Foto von Westernhagens Frau eingeblendet, als von ihr die Rede ist. Im Bild erscheint ein Foto von Herbert Grönemeyer zusammen mit Westernhagen, als deren Beziehung angesprochen wird. Die Fotos nehmen im Gegensatz zum Presseinterview ausnahmslos auf den Fließtext Bezug, was seine Begründung darin hat, dass die Bilder während des Gesprächs eingeblendet werden. Stünden sie nicht im Zusammenhang mit dem Gesagten, würde dies den Zuschauer irritieren. Ruft man sich nun aber die unterschiedlichen Funktionen der Bilder im Presseinterview ins Gedächtnis zurück (vgl. Kapitel 3.3.2.4), bemerkt man, dass die eingeblendeten Bilder im Fernsehen weitaus weniger Relevanz besitzen. Sie dienen in erster Linie der Illustration, der Ausschmückung des Gesagten und liefern dem Zuschauer Zusatzinformationen oder dienen als Argumentationsgrundlage.

Schrifttexteinblendungen benennen meist die Sendung, den Interviewten sowie dessen Metier: „Marius Müller Westernhagen, Sänger“ oder „Oliver Kahn, Deutscher Meister 2001“. Diese Textsegmente am Bildrand wiederholen sich mehrmals innerhalb der Sendung und ersetzen die häufigen Namensnennungen, die im Hörfunk nötig sind. Zuschauer, die die Sendung nicht von Beginn an verfolgt haben, können sich somit orientieren (falls sie den Star nicht ohnehin erkennen). Interessant ist hierbei, dass die Beschreibung der Interviewten variiert. Kahn wird bei *ntv* nicht nur als „Deutscher Meister“ präsentiert, sondern als „Nationaltorhüter“ oder „Torhüter der deutschen Nationalelf“ vorgestellt. Mithilfe dieser schriftlichen Charakterisierung des Interviewten kann bereits Einfluss auf die Rezeption genommen werden. Kahn ist nicht einfach irgendein Torwart, sondern ein sehr erfolgreicher. Ähnlich ist dies bei „Kerner“. Die erste Einblendung nennt Bierhoff „ehemaligen Fußballprofi“. Kurz darauf wird er als „Europameister 1996“ vorgestellt, während der dritte Texteschub seine aktive Rolle beim EM-Gewinn gesondert hervorhebt: „schoss das ‚Golden Goal‘ im Endspiel der EM 1996“.

Von Rezeptionssteuerung kann bei „Menschen bei Maischberger“ die Rede sein, wenn der TV-Moderator Benjamin Tewaag in der ersten Texteinblendung und später noch mehrmals als „Sohn von Uschi Glas“ vorgestellt wird, einer Leistung also, die er nicht selbst erreicht hat. Kurze Zeit später wird er mit der Phrase „Oft in den Schlagzeilen“ beschrieben. Erst als vierte Texteinblendung kurz vor der Mitte des Interviews wird seine Profession herangezogen, um ihn zu charakterisieren: „TV-Moderator“. Dass Tewaag der Sohn einer bekannten Schauspielerin ist, scheint sein Hauptmerkmal zu sein, denn diese Einblendung findet sich insgesamt viermal. Durch diese Schwerpunktsetzung nehmen die Medienmacher bereits eine Wertung der Persönlichkeit vor und degradieren Tewaag in seiner Leistung als Moderator.

Es können verschiedene informative Textelemente eingeblendet werden, ohne das Gesprächsgeschehen zu stören. Bei „Maischberger“ kommen mehrmals Laufschriften ins Bild, die den

Zeitpunkt der Erstausstrahlung des Interviews datieren. Während des gesamten Interviews laufen die momentanen Aktienkurse am unteren Bildrand entlang (s. Abb. 5), darüber andere Meldungen in Kurzform; aktuelle Hinweise also, die mit der Sendung selbst nichts zu tun haben. Sie können jedoch den angenehmen Nebeneffekt haben, dass der eine oder andere Börsen- oder Nachrichteninteressierte das Interview bis zum Ende verfolgt, obwohl er ursprünglich an den Kursnotierungen interessiert war.

Bei „Beckmann Spezial“ finden sich Informationen zum nachfolgenden Programm und E-Mail-Adressen als Texteinblendungen. In einer Bildecke befindet sich das Senderlogo des jeweiligen Kanals, unter dem wiederum bei *ntv* die aktuelle Uhrzeit eingeblendet ist.

Es sind allerdings nicht nur visuelle Einschübe möglich, sondern auch offensichtliche verbale Nachvertonungen. Ein Sprecher – im Fall des Interviews von „WIB Schaukel“ der Interviewer selbst – kommentiert das Interviewgeschehen im Nachhinein. Der Zuschauer sieht die beiden Gesprächspartner etwa schweigend durchs Museum laufen, während Boning das vergangene Geschehen kommentiert bzw. seine Gedanken dazu äußert. Die Kommentare sollen meist lustig sein. Die erste nachvertonte Passage findet sich zu Beginn der Sendung, als Boning beim Betreten des Museums gezeigt wird. Er kündigt seinen Interviewpartner an und gibt über seine eigene Befindlichkeit Auskunft. Es fällt auf, dass die Sätze sehr kurz sind, umgangssprachliche Wendungen enthalten („ihm ist ja schon so mancher Fernsehuzzi auf den Leim gegangen“) und flapsig wirken. Bei folgender Äußerung, die einen Ortswechsel überbrückt, stechen vor allem die Interjektion am Anfang und die elliptische Konstruktion hervor. Die eingesprochenen Passagen habe ich generell mit der Sprechersigle (S) versehen

S: <<nachvertont> WOW. ein ECHter VOLLblutentertainer. eins zwei drei, und SCHON hat er das RUDer in der HAnd. da MUSS ich mich aber mal n BISSchen konzenTRIER=N.>

Die innere Beteiligung Bonings kommt insbesondere in der folgenden Passage zum Ausdruck, in der er absichtlich kindlich-naiv seine Verwunderung darüber ausdrückt, dass Ohrner trotz Bootsscheins nicht beständig eine Kapitänsmütze trägt:

S: <<nachvertont, Musik eingespielt> wieso setzt er die nicht AUF. wär ICH kapitän, ich würd die mütze mit ins BETT nehmen. Aber tommy ohrner ist eben beSCHEIDen geblieben. TROTZ all seines erfolgs. PRIma. heut kann ich noch was LERNen.>

Durch die Mehrschichtigkeit des Fernsehens hat der Medienmacher überdies die Möglichkeit, in Nachvertonungen kommende Ereignisse bereits vorherzusagen. Der folgende Witz funktioniert nur dadurch, dass Boning schon weiß, dass der Bauturm einstürzen wird:

O: [...] also bei WEM=S zuSAMmenstürzt jetzt. der muss WAS machen?

S: <<nachvertont> na ICH geh aus dem bild, und DU fängst die klötze auf. was=n SONST.>

O: das GUTE parkETT.

((Bauklotzturm stürzt ein, O fängt die Steine auf.))

5.3.2.4 Die Art der Darstellung des Gesprächsgeschehens

Das Gesprächsgeschehen kann vom Zuschauer visuell wahrgenommen werden, zumindest die nächste Interviewumgebung.⁸⁸ Betrachtet man das Interview von Günter Gaus der Sendung „Zur Person“, scheint Günther Jauch allein in der Mitte von Nirgendwo zu sitzen. Im Hintergrund ist nichts erkennbar, keine Studiobegrenzungen oder ähnliches. Sehr selten sieht man den Hinterkopf von Günter Gaus, so dass man die Distanz zwischen ihm und dem Interviewten abschätzen kann, die einem gesprächsüblichen Abstand zu entsprechen scheint. Sie sitzen sich gegenüber. Für Jauch steht auf einem Tischchen ein Glas Wasser



Abb. 6: Das Studio von „Zur Person“



Abb. 7: Das Studio von „Maischberger“ (ntv)

bereit. Weitere Aufschlüsse erhält man nicht. Maischberger und Kahn befinden sich in einem kleinen, hell beleuchteten, nüchtern wirkenden Raum. Man könnte meinen, es handle sich um ein Hotelzimmer. Auch sie haben Gläser auf einem Tisch vor sich stehen. Maischberger erwähnt, dass sie in München sind. Zudem gibt sie einen zeitlichen Hinweis, indem sie den Wochentag der Aufzeichnung benennt.⁸⁹ Dies wird nötig, als sie eine aktuelle Fußballfrage stellt, die sich zum Zeitpunkt der Ausstrahlung bereits überdauert haben wird.

Bei Beckmann haben die beiden Gesprächspartner ebenfalls einen Tisch zwischen sich. Das Studio wirkt jedoch großzügiger. Inwieweit die Rot- und Brauntöne, verspielt wirkende Fensterelemente und Säulen und die dezente Beleuchtung eine angenehme Wirkung auf den Interviewten haben, ist schwer bestimmbar. Schließlich muss die Farbwahrnehmung vor Ort nicht mit der vor dem Fernseher übereinstimmen. Der Zuschauer mag diese Raumgestaltung jedoch als gemütlich und individuell schätzen. So können „geübte“ Fernsehzuschauer den Raum auch ohne den dazugehörigen Sendeablauf als Beckmanns Studio identifizieren.

⁸⁸ Der Zuschauer ist hierbei natürlich wiederum auf das „Auge“ der Kamera angewiesen.

⁸⁹ Da es sich bei meiner Aufnahme jedoch nicht um eine Erstausrahlung handelt, wird diese temporaldeiktische Angabe noch durch die Laufschrift „Erstausrahlung am 24.04.2002“ berichtigt, damit der Zuschauer keine falsche Zuordnung vornimmt.

Ähnlich gemütlich wirkt das Studio bei „Menschen bei Maischberger“ und „Johannes B. Kerner“, wo ebenfalls warme Farbtöne vorherrschen. Die Fensterfronten im Hintergrund vermitteln Offenheit und etwas Großstadtflair. Dass die Interviewpartner bei „Beckmann Spezial“, „Menschen bei Maischberger“ und „Maischberger“ einen Tisch zwischen sich haben, hat meiner Meinung nach weniger praktische Funktion (hier würde ein Beistelltisch wie bei „Zur Person“ genügen), sondern soll eine „alltägliche“, faire Gesprächsatmosphäre vermitteln, sowohl dem Interviewten als auch dem Fernsehzuschauer gegenüber. Es würde wohl eher an



Abb. 8: Das Studio von „Johannes B. Kerner“ (ZDF)

ein Therapiegespräch erinnern, säßen sich die beiden Gesprächspartner nur auf zwei Stühlen gegenüber. Zwar sind Gaus und Jauch auf ebensolche Art und Weise positioniert, doch vermeidet die Kamera eine Bildeinstellung, die die beiden von der Seite zeigt. Allein für Jauch mag diese Sitzordnung nachteilig sein. Bei „Johannes B. Kerner“ befindet sich der Interviewer vergleichbar mit einem Nachrichtensprecher an einem schmalen Pult, während die Interviewten etwa im rechten Winkel zu ihm sitzen. Die

Stars reihen sich nebeneinander und sind vis-a-vis zum Studiopublikum.

Bei „Johannes B. Kerner“ und „Menschen bei Maischberger“ ist außerdem Studiopublikum vorhanden, das sich während des Interviews zwar kaum zu Wort meldet, aber zwischen den Beiträgen manchmal Applaus spendet.

Sollte man der räumlichen Atmosphäre bereits eine Funktion hinsichtlich der Beziehungsebene beimessen, auf der das Interview stattfindet, würde ich bei Gaus von einer distanzierten, bei Maischberger (*ntv*) von einer sachlich-neutralen, und bei allen anderen Interviews von einer freund(schaft)lichen Relation ausgehen.

Da es sich bei „WIB Schaukel“ nicht um ein Studiogespräch handelt, ist es schwer mit den anderen Interviews vergleichbar. Die Interviewpartner befinden sich anfangs in verschiedenen Räumen des Deutschen Museums, gegen Ende joggen sie auf einem verschneiten Fußweg.

5.3.2.5 Veränderungen des Primärtextes

Veränderungen des Fließtextes sind im Fernsehinterview schwieriger zu realisieren als im Hörfunk, da kaum Werbeunterbrechungen oder Musikeinlagen eingespielt werden, die eine Kürzung erleichtern würden. Außerdem müssen Veränderungen nicht nur an prosodisch und inhaltlich exponierten Stellen vorgenommen werden, sondern überdies auch noch optisch angepasst werden. Die Kameraperspektive muss sich ändern, damit der Schnitt nicht sichtbar wird. Ist die Kamera nahezu beständig auf den Interviewten gerichtet, ohne die Perspektive zu

ändern, wie bei „Zur Person“, erschwert dies Eingriffe der Medienmacher. Der Text legt dadurch einen Schwerpunkt auf Authentizität.⁹⁰

Auch bei den anderen Interviewtexten fallen keine nachträglichen Veränderungen in Form von Nachvertonungen oder Kürzungen auf. Selbst wenn ganze Frage-Antwort-Passagen mehrmals aufgezeichnet worden sind, was prinzipiell möglich ist, wurde dies so professionell gehandhabt, dass es der Rezipient nicht bemerkt.

Eine Ausnahme bildet wiederum die Sendung „WIB Schaukel“. Hier finden sich zahlreiche Ortswechsel und somit Bildschnitte, die natürlich Kürzungen leicht handhabbar machen. Ferner fällt auf, dass Ohrner im Museumsrestaurant kaum isst, sein Teller aber dennoch sehr schnell leer ist. Da in diesem Interview ohnehin kein journalistischer Schwerpunkt auf der Befragung des Interviewten zu liegen scheint, ist es durchaus vorstellbar, dass Passagen mehrmals aufgezeichnet oder „nachgespielt“ worden sind.

5.3.2.6 Die Kameraeinstellung

Bei der Untersuchung der Kameraeinstellung in den Fernsehinterviews habe ich drei Kriterien unterschieden:

- **Bildinhalt** (X: I-er, Y: I-ter, X+Y: beide, (X): Rückansicht I-er, (Y): Rückansicht I-ter)
- **Aufnahmeausschnitt** (KK: Kopf in Ausschnitt, K: Kopf gesamt, Br: Kopf bis Brust, Ba: Kopf bis Bauch, Kn: Kopf bis Knie, g: ganz)
- **Perspektive** (f: frontal, S: von der Seite, s: schräg)

Beim letzten Kriterium muss hinzugefügt werden, dass in keinem der Interviews eine wirkliche Frontalansicht zu sehen ist, sondern die Kamera die Personen immer leicht schräg ins Visier nimmt. „Frontal“ meint in dieser Analyse demnach, dass man bei einer Kopfansicht beide Augen der Person gleich gut sieht, bei einer „schrägen“ Perspektive nimmt man ein Auge gut wahr, das andere kaum, bei einer Seitansicht ist nur ein Auge erkennbar.

In allen Studiointerviews dominieren Frontalbilder klar. Während Jauch überwiegend im Kopfporträt präsentiert wird, der Kopf mitunter nur im Ausschnitt (KK) zu sehen ist, werden die Interviewten in den anderen Sendungen meist bis zur Brust oder auch nur deren Kopf gezeigt. Die Ausschnitte beschränken sich also meist auf Körperteile, wobei der Kopf fast immer zu sehen ist. Die Dominanz der Frontalbilder und Kopfaufnahmen in den Fernsehinterviews beruht darauf, dass die mimischen Regungen der Beteiligten am spannendsten sind. Beim Interview mit Jauch bemerkt man überdies, dass einige Kameraeinstellungen ihn in ganzer Größe abbilden, so dass die gesamte Körperhaltung sichtbar wird.

Eine weitere Gemeinsamkeit aller Interviews besteht darin, dass der Interviewte häufiger gezeigt wird als der Interviewer. Doch es herrscht ein deutlicher Frequenzunterschied zwischen den verschiedenen Sendungen. Im Interview mit Günther Jauch sieht man den Interviewer nur

⁹⁰ Vgl. hierzu auch die bereits zitierten Äußerungen von Günter Gaus in Kapitel 5.2.1.1.

wenige Sekunden während des gesamten Interviews. Er kommt frontal ins Bild, als er seinen Gast vorstellt.⁹¹ Bei sehr wenigen Passagen sieht man ihn von hinten, doch es herrscht eine überwältigende Dominanz auf Seiten Jauchs.

Auch bei „Beckmann Spezial“ ist ein klares Ungleichgewicht festzustellen. Westernhagen ist weitaus häufiger zu sehen als der Interviewer. Selbst wenn Beckmann redet, sieht man beide entweder von der Seite oder einen von beiden in der Rückansicht. Dass der Interviewer alleine im Bild ist, kommt selten vor und nur während seiner eigenen Redepassagen sehr kurz.

Bei „Johannes B. Kerner“ richtet sich die Kamera ebenfalls weitaus häufiger auf den Interviewten. Dies liegt nicht nur daran, dass Bierhoff immer im Bild ist, wenn er selbst redet, und seine Passagen länger als die Kerners sind. Mitunter fängt die Kamera ihn auch ein, wenn Kerner redet. Zudem kommt die Gesprächsrunde (die zum Zeitpunkt des Bierhoff-Interviews aus Johannes B. Kerner, Oliver Bierhoff und der vorherigen Interviewten Barbara Herzprung besteht) oder das Studiopublikum vorwiegend dann ins Bild, wenn Kerner spricht.

Eine vollkommen andere Kameraführung zeigt sich bei „Maischberger“ und „Menschen bei Maischberger“. Hier ist die Dominanz des Gastes nicht so augenscheinlich. Bemerkenswert ist aber, dass die Interviewerin mitunter präsentiert wird, während Kahn bzw. Tewaag spricht. Zwar sieht man bei „Beckmann Spezial“ ebenfalls die Reaktionen Beckmanns gelegentlich, wenn Westernhagen redet, aber der Sprecher bleibt zumindest in Seit- oder Rückansicht immer gegenwärtig. Anders bei „Maischberger“. Ihre Reaktion, ihr Rückmeldeverhalten wird festgehalten, anstatt den Sprechenden zu zeigen. Dies ermöglicht den Zuschauern zu Hause zumindest teilweise bereits einen Ansatz zur Interpretation und Wertung der Interviewten-äußerungen.

Darüber hinaus fällt auf, dass sich die Kameraeinstellung bei „Maischberger“ sehr häufig ändert, während bei „Kerner“ längere Passagen ohne Veränderung von Bildinhalt, -ausschnitt oder -perspektive zu finden sind. Bei „Menschen bei Maischberger“ ist besonders augenfällig, dass sich zwar der Bildinhalt in kurzen Abständen ändert, Perspektive und Ausschnitt aber kaum variieren. Ein Extrem bildet hier wiederum das Interview mit Günther Jauch, der nahezu immer im Bild ist und bei dem die Kamera am wenigsten Abwechslung liefert, was den Bildinhalt anbelangt. Stattdessen wechseln Perspektive und Ausschnitt.

Doch nun zur Deutung dieser Beobachtungen. Dass Gaus nahezu überhaupt nicht auf der Bildfläche erscheint, rückt ihn als Person in den Hintergrund. Seine Funktion ist die des Interviewers, er stellt Fragen, seine persönliche Meinung – seine Persönlichkeit überhaupt – ist nicht gefragt. Durch diese Funktionalisierung des Interviewers richtet sich gleichzeitig der geschärfte Blick auf den Interviewten, da das Kameraauge beständig auf ihm ruht.

Bei „Johannes B. Kerner“ fällt ebenfalls auf, dass der Interviewer während des Interviews nicht sehr häufig ins Bild kommt. Dies liegt aber weniger daran, dass er als Persönlichkeit zurücktreten will. Es geht wohl eher darum, dass die Medienmacher dem Zuschauer Abwechslung

⁹¹ Die Interviewsendung von Günter Gaus trägt als einzige den Namen des Interviewers nicht im Titel. Der Interviewer rückt also nicht nur bildlich in den Hintergrund.

bieten wollen, er aber gleichzeitig die Regungen des Interviewten nicht missen soll. So kann das Studiopublikum visuell einbezogen werden, ohne dass dies zu Lasten der Personendarstellung Bierhoffs geht. Während des Gesprächs wird das Publikum selten gefilmt. Sieht man dennoch Publikumbilder oder Bilder eines anderen Studiogastes dienen sie dazu, die Resonanz auf das Gesagte darzustellen.

Bei „Beckmann Spezial“ finden sich kaum Besonderheiten. Der Interviewte ist fast immer zu sehen: teilweise von hinten, wenn Beckmann redet, teilweise aber auch frontal, selbst wenn das Rederecht beim Interviewer liegt. Der Zuschauer soll keine Regung Westernhagens verpassen, während gleichzeitig dem Interviewer Raum gelassen wird.

Analysiert man „Menschen bei Maischberger“ und „Maischberger“, fällt auf, dass die Interviewerin weitaus mehr als eigene Persönlichkeit auftritt, die Äußerungen ihrer Interviewten belächelt oder verständnisvoll nickt. Bereits kurz nach Beginn des Interviews bei „Maischberger“ wird der Fußballprofi gefragt, ob er sein Image bewusster inszeniere als so mancher Teamkollege. Als Kahn anfängt, auszuholen und die Medien kritisiert, kommt Maischberger während seiner Rede ins Bild. Ihr Gesichtsausdruck wirkt lauernd und drückt Skepsis aus. Sie blickt ihren Gesprächspartner abwartend aus den Augenwinkeln an.



Abb. 9: Maischberger blickt skeptisch, während Kahn redet („Maischberger“)

Derartige Passagen finden sich noch mehr. So sieht man Maischberger während einer Ausführung Kahns grinsen, in der er generell Witze auf Kosten anderer verurteilt. Vielleicht erscheint ihr diese Äußerung nicht ganz uneigennützig in Anbetracht dessen, dass Kahn oft Opfer solcher Witze ist:



Abb. 10: Maischberger belächelt Kahn („Maischberger“)

K: <<stöhnt, amtet schwer> ja ich bin einfach-> was heisst ich ich ph bin jetzt KEIner hier der sagt die SPASSgesellschaft- alles daran daran ist SCHLECHT. aber (.) ich hab einfach ein äh ein pro-BLEM damit- wenn man sich auf kosten ANderer MENschen LUSTig macht. ICH perSÖNlich kann darüber eigentlich nicht Lachen. sondern ich halte es für VIEL, (.) für VIEL äh schöner, <<fK: M>⁹² und auch intelliGENTER, wenn man äh (.) wenn man auf eine ANdere> art und weise humor hat. auf eine intelliGENTere art und weise humor hat. [...]

⁹² Abkürzungen wie „fK: M“ werden zu Beginn des Kapitels erläutert und bezeichnen Kameraperspektive Bildausschnitt und Bildinhalt (hier: frontal, Kopf, Maischberger).

Ähnliches zeigt sich, wenn Maischberger während der folgenden Äußerungen Kahns ins Bild kommt und sich über seine ernstgemeinte Assoziation zum Thema „Wirtschaft“ lustig macht:

M: =aber es interesSIERT sie; WIRTschaft.

K: ja, es s interessiert mich SCHON, is auch KLAR, wenn man (.) äh wenn man natürlich mit sehr viel- als PROFIfußballer verdient man natürlich sehr sehr viel GELD, ((kurzes Auflachen Maischbergers im Hintergrund)) und da(her) muss man sich natürlich <<fK: M> grade mit wirtschaftlichen dingen einfach auseinanderSETzen. [...]>



Abb. 11: Maischberger lacht über Kahn („Maischberger“)

Da der Zuschauer mitunter die Reaktionen von Maischberger zu sehen bekommt, erfährt er nicht nur etwas über die Interviewerin, sondern erhält auch eine Deutungstendenz der Äußerungen Kahns. Die Interviewerin hat somit keine neutrale, funktionalisierte Position inne, sondern wird durch die Medienmacher als Person mit ins Zentrum des Interesses gerückt.

Bei der Sendung „Menschen bei Maischberger“ ist von besonderem Interesse, dass neben den Interviewpartnern ein Studiopublikum vorhanden ist, das jedoch während des Interviews nur von hinten zu sehen ist. Die Kamera filmt die beiden Gesprächspartner aus dem Zuschauer-raum heraus. Durch diese Kameraposition betrachtet der Zuschauer zu Hause das Geschehen aus dem Blickwinkel des Studiopublikums. Die Medienmacher verstärken für den Fernsehzuschauer also das Gefühl, am Gespräch beteiligt zu sein.

Ausgelassen bei der Beschreibung der Kameraposition habe ich bislang „WIB Schaukel“, da hier keine starre Umgebungssituation vorhanden ist, sondern die Gesprächspartner in verschiedenen Räumen, teilweise auch in Bewegung sind.

5.3.3 Der Interviewer

Die Identifikation des Interviewers ist beim Fernsehinterview nicht schwer. Meist ist die Sendung nach ihm benannt, er tritt als eigenständige Persönlichkeit, um nicht zu sagen selbst als Star auf.⁹³ Dies unterscheidet ihn vom Interviewer in Presse und Hörfunk. Weitaus mehr als im Hörfunk geht es ihm deshalb darum, ein positives Image von sich zu erzeugen: sei es als interessante Persönlichkeit oder als kompetenter Journalist. Auf diesen Aspekt der Entfunktionalisierung des Interviewers gehen Friedrichs/Schwinges (1999, 21) explizit ein:

„Auch im Journalismus nimmt die Personalisierung zu, also die Zahl der Selbstdarsteller, Entertainer und Meinungsverkäufer, die unter Aufgabe von Neutralität und Distanz ihre eigenen Ansichten und Wertungen zelebrieren. [...] Die

⁹³ Mein Korpus enthält beispielsweise auch ein Presseinterview mit Reinhold Beckmann sowie ein Chatinterview mit Sandra Maischberger auf Interviewtenseite.

Moderatorin oder der Moderator *ist* das Programm. [...] Er vertritt keine Empfänger mehr, ebenso wenig wie sich selbst, sondern nur ein Bild von sich: Johannes B. Kerner verhält sich wie ‚Johannes B. Kerner‘.“

Meiner Meinung nach dient es der Sache nicht, den Moderatoren oder Interviewern vorzuwerfen, dass sie nur ein Bild von sich selbst zum Besten geben. Dies gleicht dem Missverständnis, Autor und Protagonisten innerhalb eines Romans gleichzusetzen. Schafft der Interviewer es, die Sympathien des Zuschauers auf seiner Seite zu bündeln, gerät der interviewte Star sogar ein Stück weit in den Hintergrund. Die Rezipienten wenden sich dann etwa der Sendung „Maischberger“ zu, weil sie die Interviewerin gerne sehen und vertrauen auf deren Geschmack bei der Gästerauswahl. Demnach liegt es auch im Interesse und im Aufgabenbereich des Senders, den Interviewer gut zu „verkaufen“, wie Horton/Wohl (2002, 84f.) meinen:

„[Die Performer verbreiten] selbst, ihre Presseleute und die Massenkommunikationsindustrie allgemeine Propaganda in eigener Sache. Das Hauptthema lautet dabei, dass der Performer geliebt und bewundert werden soll.“

5.3.3.1 Aufbau der Interviewerbeiträge

Umfang der Interviewerbeiträge

Ähnlich wie für Presse und Hörfunk bestätigt sich beim Fernsehinterview, dass die Intervieweräußerungen kürzer sind als die des Interviewten. Die Gesprächsgewichtung liegt ebenfalls klar auf Seiten des Interviewten. Wie so oft bildet auch in diesem Bereich „WIB Schaukel“ eine Ausnahme. Hier nähern sich Interviewer- und Interviewtenäußerungen dem Umfang nach sehr stark an.

Struktur der Interviewerbeiträge

Das Übergewicht an geschlossenen Fragen, das sich beim Presseinterview zeigte, kann zwar nicht in dieser Deutlichkeit für die Fernsehinterviews des Korpus bestätigt werden. Dennoch finden sich tendenziell viele geschlossene Fragen und Aussagesätze, die ja beide in gleichem Maß gesprächssteuernd wirken: Der Interviewte kann der Aussage des Interviewten zustimmen oder sie ablehnen. Offene Fragen hingegen sind rar. Die Anzahl an Äußerungen, die keine Fragehandlung ausdrücken, fällt im Vergleich zu einzelnen Interviews des Hörfunkkorpus gering aus. Allein bei „WIB Schaukel“ gibt es eine Vielzahl an Gesprächsbeiträgen, in denen Boning kaum Neugier gegenüber Thomas Ohrner zum Ausdruck bringt. Nur etwa ein Prozent aller Fragen kann der Kategorie „offene Frage“ zugeordnet werden. Über die Hälfte aller Äußerungen haben keine Frage zum Inhalt, was einen Vergleich zu den beiden Hörfunkinterviews der Reihe „Insider“ nahe legt. Auch hier standen die Fragen nicht unbedingt im Vordergrund.

Tabelle Fragestruktur im Fernsehen

Einteilung	geschlossene Frage	offene Frage	Aussagesatz	Sonstiges	Gesamt	Interviewbeiträge (IB) pro Minute
ZDF "WIB Schaukel" mit Wigald Boning und Thomas Ohrner	39 (25 %)	2 (1 %)	31 (20 %)	81 (53 %)	153	27 Minuten ⁹⁴ ca. 5,7 IB pro Minute
ARD "Beckmann Spezial" mit Reinhold Beckmann und Marius Müller-Westernhagen	20 (22 %)	21 (23 %)	26 (29 %)	24 (26 %)	91	44 Minuten ca. 2,1 IB pro Minute
ARD "Menschen bei Maischberger" mit Sandra Maischberger und Ben Tewaag	15 (16 %)	11 (12 %)	40 (44 %)	26 (28 %)	92	21 Minuten ca. 4,4 IB pro Minute
ZDF „Johannes B. Kerner“ mit Johannes B. Kerner und Oliver Bierhoff	10 (29 %)	4 (12 %)	12 (35 %)	8 (24 %)	34	13 Minuten ca. 2,6 IB pro Minute
Sat 1 "News & Stories. Zur Person" mit Günter Gaus und Günther Jauch	43 (45 %)	23 (25 %)	20 (22 %)	9 (10 %)	92	40 Minuten ca. 2,3 IB pro Minute
ntv "Maischberger" mit Sandra Maischberger und Oliver Kahn	30 (35 %)	22 (26 %)	25 (29 %)	9 (10 %)	86	36 Minuten ca. 2,4 IB pro Minute

⁹⁴ Das Interview mit Thomas Ohrner dauert zwar 30 Minuten; da ich jedoch einzelne monologische Passagen (wie das Telefongespräch Bonings oder dessen Ausführungen, wie er ein Vorwort schreiben würde) aus dem Transkript genommen habe, ergibt sich der Wert von 27 Minuten.

Was die Frequenz der Interviewerbeiträge anbelangt, zeigt sich eine erstaunliche Einheitlichkeit. Die Interviewer äußern sich etwa zwei- bis zweieinhalbmal pro Minute.⁹⁵ Dies ist umso bemerkenswerter, als die Gesprächslänge innerhalb des Fernsehinterviewkorpus stark variiert. Eine Ausnahme bildet hier wiederum das Interview in „Menschen bei Maischberger“, wo die Frequenz etwa doppelt so hoch ist. Maischberger äußert sich zwischen vier und fünfmal pro Minute. Ein Grund hierfür ist, dass der Sprecherwechsel hart umkämpft ist. Einen noch höheren Wert weist das Interview von Wigald Boning auf (5,7 Interviewerbeiträge (IB) pro Minute). Da der Interviewer kaum Fragen stellt, der Schwerpunkt nicht klar auf dem Interviewten liegt, ist dies jedoch nicht verwunderlich.

5.3.3.2 Gesprächsverhalten des Interviewers auf Ebene der Gesprächsorganisation

Will man nun den Sprecherwechsel analysieren, liefert das Fernsehinterview im Vergleich zum Hörfunk Zusatzinformationen in Form von visuellen Daten. Da der Rezipient allerdings auf den Kameraausschnitt angewiesen ist, der ihm gezeigt wird, ist die nonverbale Gesprächssteuerung nur vereinzelt analysierbar. Als weitere Mittel der Einflussnahme nennen Friedrichs/Schwinges (1999, 141) die folgenden:

„[Der Zuhörer kann sich] in Zuhörhaltung zurückziehen, nur noch gelegentlich Aufmerksamkeitssignale senden. Gegen Ende der Ausführungen zeigt der Zuhörer durch neue Bewegungen an, daß er jetzt antworten möchte.“

Diese Beobachtungen gelten sicher nicht nur dem, der antworten will, sondern ebenfalls demjenigen, der eine neue Frage vorbringen möchte.

Das Interview in „Menschen bei Maischberger“ ist hinsichtlich des Sprecherwechsels sehr interessant, da das Rederecht stark umkämpft ist. Jeder zweite bis dritte Gesprächsbeitrag beginnt überlappend oder unterbricht den Gesprächspartner. In den meisten Fällen erfolgt der Sprecherwechsel überdies nicht an übergangsrelevanten Stellen wie Pausen, Konjunktionen oder Stimmsenkungen, sondern mitten im Satz. Zwischen Interviewerin und Interviewtem finden sich hier keine nennenswerten Unterschiede; sie verhalten sich ähnlich. Während Maischbergers Versuche, das Rederecht zu erlangen, jedoch mehr als zwanzigmal scheitern, ist dies bei Tewaag nur fünfmal der Fall. Die Interviewerin verhält sich demnach keineswegs passiv beim Sprecherwechsel, kann sich aber oft nicht durchsetzen. Im folgenden Beispiel geht es darum, dass Tewaag einem Kollegen die Glatze angezündet hat. Maischberger versucht einmal verbal das Rederecht zu erlangen, indem sie eine Gliederungspartikel an den Anfang ihrer Ausführungen setzt („so.“). Hierbei hält sie die auf den Tisch aufgestützten Arme noch ruhig, richtet danach aber ihre Finger auf Tewaag, um anzudeuten, dass sie weiterreden will (siehe Abb. 12). Kurz darauf schießt der Zeigefinger Tewaags in die Höhe, wie ebenfalls auf dem Bild erkennbar ist. Er lässt Maischberger nicht ausreden. Bei ihrem zweiten

⁹⁵ Der Wert ist vergleichbar mit der Mehrheit der Hörfunk-Interviews.

Unterbrechungsversuch greift sie Tewaags Ausruf („moment“) auf und unterstreicht ihren Wunsch, sich zu äußern, indem sie wiederum ihre Hände in Tewaags Richtung streckt. Schließlich gibt Maischberger (M) auf, lässt ihre Hände ruhen, und signalisiert Tewaag (T), dass sie sich wieder in die Rolle des Zuhörers begibt, wie die Gesprächspartikeln („okay. ja.“) und die ruhenden Hände (Abb. 13) zeigen:

- M: gott sei dank hat er keine HAARE gehabt.
 T: nein desWEgen ja. also das hört sich zwar doof AN, IS aber so.
 M: <<aufgestützte Arme, ruhend> so.>
 <<Hände richten sich auf Tewaag/Abb. 12> der [staatsanwalt ste' stellt fest-> ((Hände ruhen vor dem Körper))
 T: [MOMent. <<Tewaag hebt seinen Zeigefinger> MOMent.> MOMent. jetzt erKLÄR ich ihnen wie die geschichte weitergeht. [jetzt
 M: [<<Hände richten sich auf Tewaag> moment->
 T: kommen wir zum interessanten TEIL der geschichte.
 M: <<Hände ruhen vor dem Körper/Abb. 13> okay. ja.>
 T: das hat überhaupt NIEManden beeindruckt. [...]



Abb. 12: Maischberger versucht, ihren Gesprächsschritt durchzusetzen.



Abb. 13: M. gibt ihren Gesprächsschritt auf. („Menschen bei Maischberger“)

Dass Maischberger hier bei der Gesprächssteuerung nicht die dominante Person ist, kann nicht als Schwäche ihrerseits ausgelegt werden. Sie unternimmt eine Vielzahl von Versuchen, sich zu behaupten, was die zahlreichen Überlappungen deutlich machen, und auch die nonverbale Ebene nimmt sie in Anspruch. Als Maischberger mithilfe einer Zählgeste das bereits Gesagte inhaltlich pointieren will und hierdurch überdies kund tut, dass sie das Rederecht behalten will, wird sie ebenfalls unterbrochen (Abb. 14). Während sie Tewaags ersten Einschub ignoriert, geht sie auf den zweiten ein:

- M: so. und das proBLEM ist doch jetzt, dass sie- dass sie äh <<zählt mit der linken Hand den Zeigefinger der rechten ab> diese diese KAMeramanngeschichte- also kameramann ANge[zündet>, wie=s auch immer geWEsen ist,>
 T [hm-hm, (wollen sie) die geschichte mal HÖR=N? [(oder nicht.)
 M: [sie sie haben den STRAFbefehl akzeptiert.
 T: ja ich hab ihn dama' ich hab damals- wollen sie die geschichte HÖR=N? oder nicht. [ich erzähl sie ihnen sehr]
 M:[okay. (erzählen sie die geschichte.)]
 T: GERne.
 M: okay.

Maischberger steht als Persönlichkeit vor dem Publikum. Ihre Handlungen werden nicht nur vom Zuschauer zu Hause, sondern ebenso vom Studiopublikum verfolgt. Sie muss einerseits ihr eigenes Image wahren, in Grenzen auch das ihres Gastes und darf auf Beziehungsebene nichts riskieren, was einen Gesprächsabbruch zur Folge haben könnte. Da die Gesprächsbeiträge aufgrund der vielen Überlappungen oft sehr schwer verständlich sind, wären viele im Hörfunk vermutlich herausgenommen worden. Dass das Fernsehen die beiden Sprechenden ins Bild rückt, ist für das Textverständnis eine enorme Erleichterung.



Abb. 14: Maischberger versucht ihr Rederecht zu behalten („Menschen bei Maischberger“)

Das eben beschriebene Interview enthält zwar genauso viele Gesprächsbeiträge wie das Interview Jauchs in „Zur Person“, allerdings ist Letzteres etwa doppelt so lang. Es dauert 40 Minuten. Dennoch weist das erste Interview mit 21 Minuten eine vielfache Anzahl versuchter Sprecherwechsel auf, die beim Jauch-Interview kaum zu finden sind. Gaus' Äußerungen überlappen die Jauchs teilweise, um eine thematische Lenkung vorzunehmen oder Einwände zu liefern. Dass er sich Jauch gegenüber dominant verhält, zeigt er außerdem dadurch, dass er ihn freundlich auf die Rollenverteilung in Interviews hinweist. Er lässt sich auf keine Frage ein, auch nicht auf eine rhetorische, sondern handelt beständig nach dem Motto: „die Fragen stelle ich.“ In folgendem Beispiel fordert Gaus Jauch explizit auf, seine Ausführungen zu beenden. Dieser lässt sich dadurch zwar nicht aus der Ruhe bringen und beschließt das Thema erst, als die Behauptung, seine Frau sei Pädagogin, vollständig korrigiert ist. Dennoch tritt Gaus sehr dominant auf:

J: [...] und meine frau ist NICHT pädagog[in]-

G: [dann ist sie- dann ist sie psychoLOgin.

J: ja- sie HAT ein ABgeschlossenes pädagogikstudium,

G: danke- reicht mir.

J: und ist (.) ausgebildete KRANKengymnastin.

Dadurch, dass Gaus während des Interviews nicht zu sehen ist, kann man über seine Verwendung nonverbaler Sprache beim Sprecherwechsel keine Aussage machen. Ähnlich bestimmt wie Gaus zeigt sich Sandra Maischberger in „Maischberger“. Ebenso wie bei ihm fallen die Unterbrechungen zwar nicht quantitativ ins Gewicht, werden aber gezielt eingesetzt, um Redebeiträge zu beenden, oft auch mitten in Äußerungen Kahns.

Der Sprecherwechsel bei Kerner kann selten auf nonverbaler Ebene beobachtet werden, da die Kamera beim Anfang eines Gesprächsbeitrags auf Seiten Kerners häufig nicht ihn im Bild hat. Auf verbaler Ebene liefern die Gesprächsüberlappungen keine Erkenntnisse, die den einen

Gesprächspartner dem anderen gegenüber als überlegen kennzeichnen würden. Kerner ergreift das Rederecht oft kurz vor Äußerungsende des Interviewten, unterbricht ihn aber nicht mitten im Satz.

Auch bei „WIB Schaukel“ findet sich ein ausgewogener Sprecherwechsel zwischen den Interaktanten. Insbesondere bei Boning fällt auf, dass er oft wild mit den Armen gestikuliert. Dies dient dazu, dem Interviewten zu demonstrieren, dass er das Sprecherrecht behalten will. Selbst bei einer Stimmensenkung ist somit klar gestellt, dass der Beitrag noch nicht beendet ist. Erst wenn seine Hände ruhen und Schweigen eintritt, hat Boning zuende geredet:

- B: wann haben sie damit ANgefangen? drei VIER?
 O: äh <<lachend> mit drei VIER.> ((lacht))
 B: ja (()) schon im beRUFsleben.
 O: (()) mein ZWEIjähriger kalt [geDUSCHT. das macht ihm WAHNSinnig viel FREUde.
 B: [<<gestikuliert mit beiden Armen/Abb. 15> ja NUN. (da mit ()) (das das) imMUNsystem STÄRKT. wenn man im beRUFsleben steht. und sie haben ja schon SEHR sehr früh ANgefangen als schauspieler. mit drei VIER. daHER. also das ist nicht so einfach aus der LUFT gegriffen,>
 O: nein. äh ich hab damit vielleicht vor (-) ZWÖLF jahren ANgefangen-



Abb. 15: Boning macht weit ausladende Bewegungen mit den Händen, um sein Sprecherrecht zu bewahren („WIB Schaukel“)

Eine leichte Unterlegenheit auf Seiten des Interviewers kann beim Interview von Westernhagen konstatiert werden. So kann Beckmann seinen Gast nicht bremsen, wenn dieser ihn mitten im Satz unterbricht, um Einschübe zu bringen, selbst wenn sie vom Thema ablenken:

- B: ja. (-) ähm wir HABEN IRgendWIE äh- sind paar FLUCHTwege jetzt gegangen. als DU mich gefragt hast wie=s bei mir aussieht, (())
 W: ((dein neues LIEBLingswort) hast du vorhin gesagt. FLUCHT[wege.
 B: [FLUCHTwege; FLUCHTphanta!SI!en ist mein neues Lieblingswort. [jaja.
 W:[is wahr? ())

Hinsichtlich des nonverbalen Verhaltens beim Sprecherwechsel ist Abbildung 16 interessant, wo Beckmann versucht, das Rederecht zu erlangen. Er setzt sich in seinem Stuhl zurecht, und macht mit dem Zeigefinger eine Geste, die so aussieht, als meldete er sich. Um das Sprecherrecht zu bekommen oder zu behalten verändert Beckmann teilweise seine Sitzposition oder er bewegt seinen meist auf den Tisch aufgesetzten Arm, während er spricht.



Abb. 16: Beckmann versucht, das Sprecherrecht zu erlangen („Beckmann Spezial“)

Bermerkwürdig ist insbesondere, dass er den Interviewten mehrmals direkt adressiert, wenn er seinen Gesprächsbeitrag beginnt, mitunter auch, um ihn zu unterbrechen:

B: also MARIus (-) ich will nochmal auf die PLATte zurückkommen; [...]

B: marius wenn jemand (.) wie DU; so reflektIERT (-) mit dem leben UMgeht; [...]

5.3.3.3 Gesprächsverhalten des Interviewers auf der Handlungsebene

Beziehungsebene

Die Tabelle zeigt vorerst, dass es insofern eine Parallele zum Korpus des Hörfunks gibt, als die Fernsehinterviews ebenso vorwiegend neutrale Äußerungen des Interviewers und Fragen, die in die Kategorie „Sonstiges“ zu zählen sind, enthalten. Ruft man sich ins Gedächtnis zurück, dass die Fragen im Hörfunkinterview auf Beziehungsebene einige positive Implikationen und Stellungnahmen für den Interviewten enthielten, während auf zweifelnde, kritisierende oder provozierende Äußerungen völlig verzichtet wurde, offenbart sich an dieser Stelle ein gravierender Unterschied zum Fernsehen. Wenn auch weitaus seltener als bei diversen *Spiegel*- oder *Stern*-Interviews, findet man im Korpus der Fernsehinterviews durchaus Äußerungen die „Unglauben demonstrieren“, „vorwerfen, unterstellen, kritisieren“ oder „offen provozieren, Image verletzen“.

Beckmann beispielsweise wagt eine provokante Frage Westernhagen gegenüber. In Anspielung auf eine frühere Äußerung des Sängers, in der er die Bühnenauftritte und das Gehabe der alternden Band „Rolling Stones“ als „peinlich“ bezeichnet hat, fragt Beckmann (B):

B: <<schnell> WIE peinlich bist du dir selbst.>

Maischberger (M) provoziert ihren Gast Benjamin Tewaag (T) gegen Ende des Gesprächs zweimal. Die von Tewaag behauptete Medienverschwörung gegen seine Person zieht sie ins Lächerliche. Sie schlägt ihm ironisch vor, Deutschland zu verlassen, um der „Bedrohung“ durch die Medien, die ihm angeblich alle möglichen Straffälligkeiten bescheren, zu entgehen:

M: [(Oder aber; wenn es so) SCHWIERig ist, wenn sie wirklich keinen fuß mehr auf den BOden setzen können- ohne dass LEUTE (.) äh AUSSagen machen für die sie beZAHLT sind; müssen sie AUSwandern. IRgendwann mal.

Tabelle Verhalten des Interviewers auf Beziehungsebene (Fernsehen)

	schmeicheln, loben	Positives implizieren	zu-/ übereinstimmen	neutrale Äußerung / Sonstiges	nachhaken	nach Gefühlen fragen/ Persönliches enthüllen	kontern	Negatives implizieren	Unglauben demonstrieren	vorwerfen, unterstellen, kritisieren	offen provozieren; Image verletzen	Summe
ZDF "WIB Schaukel" mit Wigald Boning und Thomas Ohmer		3	1	122	6		9	7	1	4		153
ARD "Beckmann Spezial" mit Reinhold Beckmann und Marius Müller-Westernhagen	3	5	2	39	13	7	3	12	4	2	1	91
ARD "Menschen bei Maischberger" mit Sandra Maischberger und Ben Tewaag		4	3	27	20		11	14	7	4	2	92
ZDF „Johannes B. Kerner“ mit Johannes B. Kerner und Oliver Bierhoff		2		20	5	2	1	3				34
Sat 1 "News & Stories. Zur Person" mit Günter Gaus und Günther Jauch		3	2	40	26		6	12	1	1	1	92
ntv "Maischberger" mit Sandra Maischberger und Oliver Kahn	2	5		43	8	4	7	14	2	1		86

An anderer Stelle erteilt sie Tewaag lehrmeisterhaft Rat und gibt damit gleichzeitig zu verstehen, dass sie seinen Ausflüchten keinen Glauben schenkt. Sie nimmt eine Imageverletzung vor, wenn sie ihn öffentlich wie ein Kind belehrt:

M: [...] ich wünsch ihnen alles GÜte, passen sie auf sich AUF,

T: (alles klar.)

M: und auf die anderen die sie in den diskotheken treffen- Bitte AUCH. (.) [NICHT SCHLAGen.

Hier gilt es jedoch, den Kontext zu berücksichtigen. Beckmann wagt die oben zitierte Frage, nachdem Westernhagen über längere Zeit versucht hat, die Rollenverteilung umzukehren und den Interviewer drangsaliert hat, sein Alter zu nennen. Maischberger riskiert die provokanten Äußerungen erst am Ende des Interviews, als sie keinen Gesprächsabbruch mehr zu befürchten hat. Außerdem schlägt sie kurz davor und danach sofort wieder versöhnlichere Töne an, scheint gar Mitleid mit dem Interviewten zu haben. Ein weiteres Mittel, diese Provokation herabzumildern, setzt sie ein, indem sie lächelt. Nachdem sie Tewaag geraten hat, sich nicht mehr zu schlagen, fällt sie in das Lachen des Publikums ein und nimmt die Äußerung wieder teilweise zurück. Sie deklariert ihre Bemerkung ironisch als „wahnsinnig hilfreich“ und stößt mit Tewaag an, bevor sie ihn freundlich verabschiedet. Hier ist außerdem der Wechsel vom „Sie“ zum „Du“ interessant.

M: <<Publikum lacht> ((lacht)) (wie WAHNSinnig hilfreich.)> <<Applaus des Publikums> ((T und M stoßen an)) SKOL.

T: ((kichert))

M: (--) danke herr tewaag. vielen dank. (---) (MACHS gut ben.) ((Applaus geht weiter))

Stellt man nochmals einen Vergleich zur Presse an, sind die Provokationen und Imageverletzungen also im Fernsehen weniger willkürlich positioniert. Sie finden sich innerhalb dieses Korpus eingebettet in positive Implikationen, freundliche Mimik, am Interviewende und/oder als Mittel, sich im Gespräch wieder zu behaupten. Interessant ist ferner bei den Fernsehinterviews, dass eine breite Streuung von Äußerungen vorliegt, die sich positiv oder negativ auf die Interaktantenbeziehung auswirken. Kritik und Zweifel an den Aussagen des Interviewten werden mit Ausnahme von Kerner von allen Interviewern (in unterschiedlichem Ausmaß) geäußert.

An eine Grenze der Kategorisierung stößt man im Ohrner-Interview. Bei einzelnen Äußerungen weiß man nicht, ob Boning den Interviewten bewusst zum Narren halten will oder einfach versucht, lustig zu sein. Zumindest scheint es dem Wehrdienstverweigerer Ohrner nicht aufzufallen, dass es für einen Soldaten generell schwierig war, den Ausgang des „kalten Krieges“ zu beeinflussen, auch wenn er Wehrdienst geleistet hat. Er behandelt Bonings Frage, als ob sie ernst gemeint sei:

B: und schlechtes geWISsen manchmal, dass sie sich geDRÜCKT haben? zum gewinn des kalten krieges selber nichts BELgetragen haben?

O: Eigen' Eigentlich nein. Eigentlich nein. weil ich HÄTte nicht helfen KÖNnen. also nicht WIRKlich helfen können. also der sache nicht DIENlich sein können.

Insofern kann ich an dieser Stelle keine Imageverletzung postulieren und Boning unterstellen, dass er Ohrner auf den Arm nehmen will. Allein eine negative Implikation ist in jedem Fall enthalten.

Über diese Kategorisierung hinaus finden sich weitere beziehungsrelevante Aspekte. Mit Ausnahme von Beckmann sprechen alle Interviewer ihre Gäste mit „Sie“ an. Kerner (K) wählt bei Bierhoff eine Mischform – „Sie“ und Vornamen. Interessant in Bezug auf die Anrede ist das Interview von Wigald Boning. Während er Ohrner beständig siezt, wird er von ihm kontinuierlich geduzt. Eine solche Konstellation findet sich sonst nur zwischen Kind und Erwachsenen. Dass Boning tatsächlich die Position eines naiven Fragestellers einnimmt, zeigen die Fragen nicht nur inhaltlich, sondern auch andere Textelemente auf Beziehungsebene. So wendet sich Boning schmollend von Ohrner ab, als der sein Italienisch kritisiert:

O: [also NICHT so=n KOMisches italienisch was DU jetzt da grade vorgelesen hast, sondern sie ((m. Anm.: Ohrners Frau)) KANNS.

B: (2,0) wollen sie jetzt FRECH werden, auch, zwischendurch,



Abb. 17: Boning (l.) gibt sich beleidigt, Ohrner (r.) betroffen („WIB Schaukel“)

Betrachtet man nun noch einmal anhand einzelner Äußerungen, inwiefern die Interviewer abgesehen von der Fragestrategie auf inhaltlicher Ebene Beziehungsarbeit leisten, fallen die Methoden auf, die bereits beim Hörfunk untersucht wurden. In Abgrenzung zum Hörfunkinterview will ich mich hier insbesondere nonverbalen Mitteln zuwenden, mit denen der Interviewer die Gesprächsbeziehung gestaltet.⁹⁶

Der Blickkontakt des Interviewers zum Interviewten ist nur schwer analysierbar, da die Kamera nicht kontinuierlich beide Interaktanten im Visier hat.⁹⁷ Wenn Maischberger ins Bild kommt – ob in „Maischberger“ oder „Menschen bei Maischberger“ – wirkt sie immer sehr konzentriert, sie wendet sich dem Interviewten interessiert und aufmerksam zu. Mitunter

⁹⁶ Weinrich (1992, 11) nennt einige relevante Untersuchungsbereiche: „Die ersten und wichtigsten Signale der Zugänglichkeit, vor allem zu Beginn eines Dialogs, sind jedoch überwiegend nonverbaler Natur: die entspannte Körperzuwendung, der freundliche Blickkontakt, ein wohlwollendes Lächeln, manchmal auch leichte Berührungen oder Antippgesten.“

⁹⁷ Zur Analyse von Blickverhalten vgl. Christine Kühn (2002, 158ff.), die das Blickverhalten in der Sendung „Boulevard Bio“ untersucht.

kneift sie die Augen zusammen und blickt skeptisch. Oft reißt sie die Augen auf und betrachtet ihre Gesprächspartner mit hochgezogenen Brauen, die Stirn in Falten, wachsam und rege. Sie stützt sich leicht am Tisch auf, sitzt aufrecht, dem Gesprächspartner zugewandt. Zumindest während ihrer eigenen Gesprächsbeiträge kommt sie regelmäßig ins Bild, und es zeigt sich, dass sie stetigen Blickkontakt mit dem Interviewten hält (Abb. 18).⁹⁸



Abb. 18: Maischberger zeigt sich aufmerksam und konzentriert („Menschen bei Maischberger“)

Bei Kerner hingegen bemerkt man, dass er mehrmals zu sehen ist, während er auf das vor ihm liegende Blatt

blickt. Es mag sein, dass dies bei den anderen Interviews ebenso häufig der Fall ist, von der Kamera jedoch nicht eingefangen wird. Dennoch bleibt festzuhalten, dass die Zuwendung zum Interviewten bei Kerner nicht so intensiv ausfällt wie bei Maischberger. Dies liegt nicht zuletzt auch daran, dass Kerner und Bierhoff sich nicht direkt gegenüber sitzen.

Bei Maischberger ist überdies auffällig, dass sie im Interview mit Tewaag oft zustimmend nickt, um ihn zu unterstützen. Sie lächelt häufig, präsentiert sich dem Interviewten gegenüber also freundlich. Dieses Lächeln setzt sie in der folgenden Passage sogar gezielt als Mittel ein, um eine Antwort auf ihre Frage zu bekommen. Sie will von Tewaag mehrmals wissen, welche spektakuläre Aktion in seiner Sendung für ihn am schlimmsten gewesen sei, ob es etwa die Transplantation des Pohaars auf die Stirn gewesen sei. Die Kamera ist dabei vorwiegend auf Tewaag gerichtet. Während der markierten Textstelle spricht Maischberger fast flehend und lächelt gewinnend, wie das Bild zeigt. Sie versucht somit auf Beziehungsebene, das Gespräch inhaltlich zu lenken:



Abb. 19: Maischberger versucht charmant, eine Antwort auf ihre Frage zu bekommen („Menschen bei Maischberger“)

M: ja WAS war- WAS war das schlimmste.=
T: =ich bin ein sehr ÄNGSTlicher [mensch.
M: [[(was haben sie-)
was war das SCHLIMMSte was sie gemacht haben
da in DIEser sendung=
T: =ALles. STÄNDig.
M: <<Abb. 19> das SCHLIMMS[te.>
T: [das SCHLIMMSte
an der ganzen geschichte ist, dass ich die sendung
geSCHRIEben hab, (mich dann) mit meinen
EIGenen iDEEN irgendwie gesehen hab [...]

Im Interview mit Kahn kann das Grinsen Maischbergers nicht auf dieselbe Weise interpretiert werden. Mitunter amüsiert sie sich über die Äußerungen des Interviewten. Dem folgenden

⁹⁸ Die Wirkung eines solchen Blickverhaltens in der Interaktion beschreiben bereits Ellsworth/Ludwig (1979, 78f.) folgendermaßen: „Sprecher hatten eine höhere Meinung von denjenigen Teilnehmern, die sie ansahen [...]“

Beispiel gehen Ausführungen Kahns voraus, welche Art von Witzen er verurteilt. Maischberger bemerkt, dass der Star bewusst vage bleibt und konfrontiert ihn mit den Namen zweier Fernsehbekanntheiten, deren Witz er indirekt verurteilt hat. Hierbei lächelt sie wissend und überlegen. Ihre Mimik zeigt der Bildausschnitt. Als Kahn ihre Vermutung ablehnt, drückt sie ihre Zweifel dadurch aus, dass sie schmunzelt, was das beiderseitige Vertrauensverhältnis sicher nicht fördert:



Abb. 20: Maischberger grinst überlegen („Maischberger“)

K: [...] also ich bin KEIN freund (-) äh- wenn man menschen immer VORführt und sich auf kosten (-) ihrer-

M: <<Abb. 20> also sie mögen (.) stefan RAAB und harald SCHMIDT nicht. KURZ gesagt.>

K: nein das STIMMT nicht.

M: ((schmunzelndes Kichern))

K: ich hab IMmer gesagt harald schmidt halte ich für einen der (-) der absolut BESTen, äh [...]

Im Interview mit Beckmann fallen auf Beziehungsebene weniger nonverbale Merkmale auf. Dies liegt daran, dass Beckmann nicht sehr häufig von vorne zu sehen ist. Interessant an diesem Interview ist vielmehr, dass viele Fragen gestellt werden, die das nähere Umfeld, die Familie von Westernhagen zum Thema haben. Dennoch sind kaum Fragen in der Kategorie „nach Gefühlen fragen/Persönliches enthüllen“ enthalten. Dies liegt hauptsächlich daran, dass das Verhältnis zwischen Beckmann und Westernhagen von beiden Seiten als ein sehr persönliches dargestellt wird. Man hat nicht den Eindruck, dass Beckmann Sensationsjournalismus betreibt. Im ersten Beispiel redet er über Westernhagens Frau, im zweiten über dessen Tochter:

B: ja. ich KENN euch beide jetzt AUCH ne zeitlang, [...]

B: ich hab sie KENNen gelernt marius. und ich äh finde sie ist äh (.) fasziNIerende perSÖNlichkeit; deine tochter, das was sie MACHT auch, und ähm [...]

Eine weitere verbale Möglichkeit, dieses freundschaftliche Verhältnis zum Ausdruck zu bringen, liegt darin, den anderen zu necken oder Befehle zu erteilen, die auf weniger vertrauter Ebene eine Imageverletzung darstellen würden.

B: das soll ich dir GLAUBen jetzt?

B: [...] und sieh ZU dass du auf tourNEE gehst.

Über das Interview mit Günter Gaus lässt sich wiederum wenig sagen, da der Interviewer so gut wie nie zu sehen ist. Allein das Fehlen von Rückmeldesignalen, von bestätigendem Lachen

oder irgendeiner anderen Form von Zustimmung raubt dem Interviewten jegliche Unterstützung.⁹⁹ Selbst als Jauch in die peinliche Situation kommt, zugeben zu müssen, dass er eine Frage nicht verstanden hat, kommt Gaus ihm keineswegs zu Hilfe, um sein Image zu retten. Stattdessen holt er weit aus zu einer Erklärung:

G: IST ANpassung ein MENschenrecht der SCHWACHen?

J: (4,5) die frage verSTEH ich nicht.

G: äh nach der wende; haben (.) VIELE WESTdeutsche; vielleicht mehrheitlich sogar, mindestens die damals TONangebenden westdeutschen, der beVÖLkerung in OSTdeutschland, in der ddr, der entschwundenen ddr, (.) VORGeworfen sie hätten sich ZU sehr ANgepasst- sie hätten sozusagen alle- äh (--) von ANfang AN, oder viel FRÜher, bürgerrechtler dissidenten sein sollen. äh- Oder; äh (-) ihr VATER; hat sich ANgepasst. HAT er. IST ANpassung ein MENschenrecht der SCHWACHen?

In einer weiteren Passage, in der Jauch zweimal nachfragen muss, um die Frage beantworten zu können, verletzt Gaus das Image des Interviewten. Er wirkt bereits genervt, als er die Frage zum zweiten Mal in vereinfachter Form stellen muss. Als Jauch schließlich antwortet, scheint er erleichtert darüber zu sein, dass dieser nun endlich verstanden hat und bewertet dessen Äußerung als „richtig“, obwohl ja die persönliche Meinung Jauchs gefragt war. Die Passage zeigt, dass das Beziehungsverhältnis äußerst komplex ist:

G: haben sie ne meinung über ihr PUBlikum, äh die keine GUTE ist, und die sie hier ÄUßern würden? über MANches aus ihrem publikum?

J: (2,5) über die kandiDATen;

G: beispielsweise-

J: (2,0) dass die sich darüber LUSTig machen; oder keine gute MEInung haben;

G: WAS ist ihre meinung über ihre kandidaten.

J: ja völlig UNterschiedlich;

G: RICHTig.

Inhalt der Fragen und Steuerungsvermögen

Der inhaltliche Schwerpunkt im Korpus der Fernsehinterviews liegt wiederum deutlich auf den Personen selbst, deren Lebens- und Schaffensbereich. Allein Günter Gaus fordert von Jauch mitunter persönliche Stellungnahmen zu Themen der Medienbranche ein. Maischberger versucht den Sachverhalt von Tewaags angeblichen Prügeleien möglichst objektiv nachzuzeichnen. Eine Ausnahme bildet das Interview Wigald Bonings. Mehr als die Hälfte seiner Äußerungen fallen unter die Kategorie „Sonstiges“, beinhalten mehr Plauderei als Fragen. So amüsieren sich die beiden Interviewpartner im folgenden Beispiel köstlich, als sie sich im Deutschen Museum gegenseitig Schattenspiele mit den Händen vorführen:

O: MEI MEIner ist so franz josef STRAUSS, <<imitiert Stimme von Strauß> ja grüß GOTT, äh ja was is denn HIER los. san sie jetzt da NET in der [csU,

⁹⁹ Ob es im Interview mit Jauch nonverbale Höreraktivitäten auf Seiten Gaus' gibt, kann aufgrund der Kameraeinstellung nicht untersucht werden. Auf Seiten Jauchs sind fehlende Hörersignale sicherlich als negative Beeinträchtigung des Gesprächs zu werten, innerhalb der Publizistik wird dieses Verhalten jedoch oft als Zeichen gedeutet, dass der Interviewer sich neutral verhält (vgl. Gruber 2001, 1237).

B: herr STRAUSS, [sind SIE nicht der
O: JO, ge[NAU,
B: [von der csU?
O: jo- jo- und des is hier a SAUstall. a SAUstall is des hier.
B: aber sie SIND doch schon lange TOT. (--) was machen SIE denn noch [hier.
O: [<<schmun-
zelt> bist DU NET tot oder wos.>
B: NEIN.
O: dann hob I wos [FOISCH gmocht ((lacht)) ()>
B: [((lacht)) () ich kann jetzt hier noch n vogel. piep
piep piep piep- [...]

Um noch einmal einen Vergleich mit Hörfunk und Presse anzustellen, so reihen sich die Fernsehinterviews des Korpus hinsichtlich der inhaltlichen Steuerung zwischen beide. Während im Hörfunk auffiel, dass viele Interviewer kein klares Frageinteresse verfolgen, war dies bei der Presse nur selten zu sehen. Es fällt bei den Fernsehinterviews auf, dass durchaus Einwände abgegeben werden, was beim Hörfunk eher die Ausnahme ist. Auch insistierende Fragen sind bei einigen Interviews vorhanden. Das Spektrum an Steuerungsmöglichkeiten ist hierbei weit, deutliche Prioritäten einzelner Interviewer lassen sich kaum erkennen. Allein im Gespräch zwischen Sandra Maischberger und Benjamin Tewaag bemerkt man, dass sie sich sehr stark darum bemüht, das von Tewaag Gesagte zu präzisieren und immer wieder Einwände anbringt, um die Aussagen des Interviewten auf den Punkt zu bringen. Im Interview mit Kahn neigt sie zu Fragevoraussetzungen und Antworttendenzen. Betrachtet man speziell das nonverbale Verhalten auf inhaltlicher Ebene, dienen Mimik und Gestik oft der Untermalung des Gesagten. Maischberger macht im Interview mit Tewaag häufig Aufzählgesten, um das Gesagte inhaltlich zusammenzufassen:

M: ich fasse- ((schmunzelt)) ich FASS jetzt mal zusammen. sie <<zählt mit Zeigefinger der linken Hand den kleinen Finger der rechten Hand ab/Abb. 21> WARN in diesem bordell; es> <<zählt den Ringfinger der rechten Hand dazu> GAB ne schlägerei;> da gibt es EInen der sagt- DER hats- äh äh der wars gewesen, der hat MICH geschlagen- und hats auch ANgezettelt, [SIE sagen->



Abb. 21: Maischberger fasst das Gesagte mit einer Zählgeste zusammen („Menschen bei Maischberger“)

Tabelle Inhalt und inhaltliche Steuerung (Fernsehen)

Interview	Inhalt				Inhaltliche Steuerung								Summe
	Meinung	Person des Interviewten	Wissen / Sachverhalt	Sonstiges	Konfrontation mit Thesen und Meinungen	insistierende Frage	präzisierende Äußerung, Beispiel	Frage mit Fragevoraussetzung	Frage mit Antworttendenz	Einwand	Frage ohne Steuerung	Sonstiges	
ZDF "WIB Schaukel" mit Thomas Ohrner	9	45	23	76	33		2	1	10	7	21	79	153
ARD "Beckmann Spezial" mit Marius Müller-Westernhagen	10	55	4	22	29	5	2	7	6	2	18	22	91
ARD "Menschen bei Maischberger" mit Ben Teewag	6	49	23	14	30	4	9	2	7	<u>12</u>	6	22	92
ZDF "Johannes B. Kerner" mit Oliver Bierhoff	10	17	1	6	13		3	2		1	8	7	34
Sat 1 "News & Stories. Zur Person" mit Günther Jauch	29	55	1	7	5	1	18	3	10	4	41	10	92
ntv "Maischberger" mit Oliver Kahn	17	53	6	10	16	2	3	<u>6</u>	<u>13</u>	5	29	12	86

Im folgenden Beispiel zeigt sie veranschaulichend auf ihre eigene Nase, als sie Tewaags Freund erwähnt, dem er die Nase eingeschlagen hat:

M: da gabs nen freund, dem sie die <<zeigt mit dem Finger auf die eigene Nase> NAs<> gebrochen haben.

Sprachbegleitende Gesten bezeichnet man als „Illustratoren“. Eine Unterteilung der Illustratoren in verschiedene Kategorien nehmen u. a. Ekman und Friesen¹⁰⁰ vor, was an dieser Stelle jedoch nicht vertieft werden soll.

Im Interview mit Kerner fällt hinsichtlich des nonverbalen Verhaltens eine Eigenheit besonders auf. Beim Thema „Depression“ versichert sich Kerner dadurch der Autorität des „Fernseharztes“ im Publikum, dass er seinen Blick in dessen Richtung lenkt. Er nutzt demnach Mittel der Taxis¹⁰¹.

K: wir ham ja grade geLERNT dass er aus mediZInischer sicht den entscheidenden <<wendet Blick zum Publikum> schritt schon geMACHT hat. nämlich für sich selbst zu akzeptIEREN; dass er=s HAT, und wir hoffen natürlich ALLe> dass das- dass das BESser wird. [...]

Auf inhaltlicher Ebene finden sich unter den Gesten hauptsächlich Illustratoren. Widersprüche zwischen verbalem und nonverbalem Verhalten gibt es nicht.

5.3.3.4 Themensteuerung

Während das Format der Radiosendungen es ermöglicht, Themenwechsel unbemerkt nach Liedunterbrechungen durchzuführen, besteht diese Möglichkeit im Fernsehen in der Regel nicht, da hier kaum Gesprächspausen vorhanden sind. Dennoch sieht der Themenverlauf ähnlich aus wie im Hörfunkinterview. Selbst bei Interviews, in denen der Sprecherwechsel stark umkämpft ist, der Interviewte somit sehr offensiv vorgeht, behält der Interviewer bei der Themensteuerung immer die Oberhand. Dies fällt insbesondere im Interview mit Benjamin Tewaag auf, wo es fast ausschließlich Sandra Maischberger ist, die neue Themen einführt. In einem Beispiel versucht Tewaag das Gesprächsthema weg von seinem Bordellbesuch hin zu einer Verschwörung der Medien gegen ihn zu bringen. Dies scheint ihm kurzzeitig zu gelingen, bis Maischberger schließlich mit den Worten: „Um das nochmal klarzustellen. Haben sie das ganze Bordell zerlegt oder nicht“, auf das vorige Thema zurückkommt.

Auch Beckmann verhält sich im Gespräch mit Westernhagen bei der Themensteuerung dominant. Als ihm das Ruder aus der Hand zu laufen scheint, da Westernhagen beständig Gegenfragen stellt, bleibt auch das Thema auf der Strecke, und er kommt erst später wieder darauf zurück. Die Nummerierung zeigt den zeitlichen Abstand der Äußerungen:

¹⁰⁰ Vgl. Ekman/Friesen (1984², 113f.). Einen guten Überblick über die Einteilung und Beschreibung von Gesten bieten Müller (1998, 103) und Schönherr (1997, 40).

¹⁰¹ Die Taxis (Bewegungsausrichtung) beinhaltet die Orientierung des Kopfes, Berührungen und Blickkontakte (vgl. Sager 2001, 1069).

(39)-(42)

B: hm=hm, hat denn- also deine mutter akzeptIERT; was dann ja auch so=n so=n
TYpisches BILD ist; WENN der SOHN (-); die FUSSstapfen des VAters nimmt; und
jetzt wird er AUCH noch gaukler; jetzt WIRD er AUCH noch schauspieler; und- und-
und [()]

W: [(die) hatte 'n ANderes problem. [...]

B: =s IS ja auch so=n phäno!MEN!. ich meine der der KRIEGSgeneration, manchmal
auch noch einiger menschen noch HEUTE; also ANGST davor (--) !WAS! denken die
LEUte da drüber. !WAS! denken [die LEUte über uns. ()]

W: [() kennst DU das von
deinen ELte[rn]?

(83)

B: wir WARN bei deinem VAtter.

Im Interview von Kerner fallen insbesondere die vielen Themensprünge auf. So kommt er von der Beziehung der Fußballkollegen untereinander auf das Fanverhalten in Italien. Von dort aus springt er zur Europameisterschaft, danach zu Bierhoffs Job als Fanclubchef der Nationalmannschaft. Anschließend spricht er Bierhoffs Jugend in einem Kirchenchor an. Zudem darf nicht vergessen werden, dass das Interview relativ kurz ist, die Themensprünge somit sehr dicht beieinander liegen. Ein beliebiges Beispiel für einen Themensprung zeigt der folgende Ausschnitt. Kerner leitet von den vorher besprochenen Aufgaben des Fanclubchefs Bierhoff zu allgemeinen Karrierezielen über, erwähnt das Studium Bierhoffs und stellt dann das Singen im Kirchenchor als weiteren Eckpfeiler im Lebenslauf Bierhoffs heraus. Die Überleitung erscheint mir nicht sehr glücklich:

K: wir haben über verSCHIEDene MÖGLiche karrieren gesprochen, dass das STUdium
der beTRIEBSwirtschaftslehre mittlerweile abgeschlossen ist das ist ja erFREULich,
und das eröffnet einem SICherlich beRUfliche perspekTiven, und dann BIN ich, bei
der reCHERche, und ich geSTEhe, ich WUSSte das nicht vorher, obwohl ich mich ja
vorher AUCH schon mal mit fußball beFASST habe, auf eine (-) auf auf- nein. auf
auf HELL KLINGende äh kaPItel [in ihrer FRÜhen JUgend gestoßen.

B: [ohjee. hähä.

K: sie waren, im äh äh ein einer der SOlosänger, im im KIRchenchor im essener
münster.

In der ersten Hälfte des Interviews mit Oliver Kahn befragt Maischberger ihn in erster Linie zu seinem Image, seinem Verhalten früher und heute, seinen Zielen und zur bevorstehenden Meisterschaft. Vor der Werbepause stellt sie einen Zusammenhang zwischen der Bundestagswahl und dem Gewinn der Meisterschale her, um Spannung für die zweite Hälfte des Interviews zu wecken. Nach der Unterbrechung thematisiert sie die Torwarthände von Kahn und leitet dann abrupt zur Bundestagswahl über. Der Übergang gelingt ihr dadurch, dass sie eine weitere Funktion von Kahns Händen ins Feld führt, nämlich das Ankreuzen des Wahlzettels:

M: ((schmunzelt)) ist DAS die hand; die am zweiundzwanzigsten september ein
kreuzchen machen wird auf dem WAHLzettel der bundestagswahl.

Einen ebenfalls interessanten Themensprung vollzieht sie, als sie von den Themen „Spaßgesellschaft“ und „Harald Schmidt“ ausgehend unvermittelt folgende Frage stellt:

M: <<hastig> =für WELches politische ziel würden SIE sich engagieren.>

K: (4,0) für WELches politische ZIEL. (.) äh würde ICH mich engagieren. (3,0) <<leise> ja das sind immer so die FRAGEN, (-) mit denen man (---) mit denen man so überFALLen wird.>

M: soll ich- die zweite- (.) hinterHER, (.)und dann denken sie über DIE noch einmal NACH?

K: =KÖNnen wir so machen. ja.

Dass die Überraschung geglückt ist, zeigt die verduzte Reaktion Kahns, der völlig aus dem Konzept geworfen zu sein scheint. Der plötzliche Themenwechsel wird von Maischberger folglich bewusst eingesetzt, um Kahn aus der Fassung zu bringen. Hierbei muss betrachtet werden, was dieser Passage vorausgeht. Kahn ist beständig auf der Hut, gibt nur vage Antworten, antwortet, ohne inhaltlich etwas zu sagen. Mithilfe dieses thematischen Überraschungscoups lockt Maischberger Kahn zwar nicht aus der Reserve, zwingt ihn aber dazu, einzuhalten.

Im Interview von Günter Gaus entwickeln sich die Themen teils daraus, dass Gaus Elemente von Jauchs Antworten aufgreift, um daraus Fragen abzuleiten. Somit kann als sicher gelten, dass er sich die Fragen nicht bereits vorher überlegt hat. Es gibt allerdings auch Themensequenzen, die sehr plötzlich enden, da Gaus ein neues Thema aufwirft.

Dass es durchaus Fernsehinterviews gibt, die ähnlich wie das Hörfunkinterview immer wieder Unterbrechungen aufweisen, beweist die Sendung „WIB Schaukel“. Hier finden die einzelnen Gesprächspassagen in unterschiedlichen Räumen des Deutschen Museums statt. Teilweise kann der Zuschauer mitverfolgen, wie die Interaktanten in einen anderen Raum gehen, teilweise finden sich Musikeinspielungen und Schnitte, die den Wechsel anzeigen. Interessant ist insbesondere, dass Boning neue Themen häufig dadurch einleitet, dass er sich auf Gegenstände oder Begebenheiten im Raum bezieht. Als beide beispielsweise die Schiffsabteilung passieren, fragt er Ohrner nach seinem Bootsschein. Auch wenn die Themensteuerung dadurch spontan wirkt, hat Boning durchaus die Oberhand, sperrt sich aber auch nicht gegen einzelne Themeneinführungen Ohrners.

5.3.3.5 Die optische Präsentation der eigenen Persönlichkeit

Das Fernsehen ermöglicht es, dass sich die Gesprächspartner als Persönlichkeiten inszenieren, sich wortwörtlich ins rechte Bild rücken können. Dies zeigte sich bereits beim nonverbalen Verhalten, kann aber auch durch die gezielte optische Inszenierung geschehen, wie dies vor allem bei Boning ins Auge sticht. Während alle Interviewer mehr oder weniger das gleiche Ziel zu verfolgen scheinen, nämlich einen umgänglichen, freundlichen, kompetenten Eindruck zu vermitteln, wendet Wigald



Abb. 22: Die Selbstinszenierung von Wigald Boning („WIB Schaukel“)

Boning eine andere Strategie an. Er erzählt viel von sich selbst – seinem früheren Museumsbesuch, seinem niedrigen Blutdruck oder davon, wie er seine eigene Biografie schreiben würde. Bereits sein Äußeres hebt sich von allen anderen Interviewern ab. Bei den Außenaufnahmen beispielsweise ist er fröhlich bunt gekleidet, trägt eine rote Mütze, die an eine Narrenkappe erinnert, und wirkt von seiner gesamten Mimik und Gestik kindlich. Den Eindruck des Komischen verstärkt er durch seine einfältigen Fragen oder merkwürdigen Rückschlüsse:

B: sie sind doch so ein RICHTiger MÜNCHner. nich?

O: ich BIN [ein MÜNCHner KINDL.

B: [() (haus) am GARDasee-

O: ja.

B: geBOren hier-

O: ja.

B: auch die HAAre so=n bisschen gelockt und so-

Insbesondere in der Museumskantine, in der er sich von der „Versteckten Kamera“ verfolgt glaubt, hampelt er hinter dem Rücken Ohrners, wie man es von einem erwachsenen Menschen nicht erwarten würde. Überdies fällt auf, dass er keine Hemmungen hat, durch die Kantine zu schreien, er spricht mit vollem Mund und benutzt insbesondere während der eingesprochenen Beiträge, die ja seine Gedanken darstellen, teils vulgäre („scheiß versteckte Kamera“), teils kindliche Ausdrücke („ach menno“). Dass er kompetent vorbereitet ist, will er nicht vermitteln. Er beruft sich in einem Fall auf die *Bild*-Zeitung, in einem anderen auf einen Bekannten als Quelle:

B: STIMMT das eigentlich; was mir mal ein entfernter beKANNter erzählt hat. [...]

Insofern bricht er gegen alle Konventionen eines Interviewers: Er vermittelt weder Kompetenz noch Seriosität und nimmt selbst seine Rolle als Fragender nicht ernsthaft wahr.

5.3.4 Der Interviewte

Bei den Interviewten meines Fernsehinterviewkorpus handelt es sich um Stars unterschiedlichen Bekanntheitsgrades. Während Marius Müller-Westernhagen zu den bekanntesten deutschsprachigen Rockmusikern zählt, ist Benjamin Tewaag möglicherweise nur einem begrenzten Kreis der Öffentlichkeit als Sohn von Uschi Glas oder Moderator des Musiksenders MTV bekannt.

Zu den bekannteren Stars meines Korpus zählt Günther Jauch, der zur Zeit der Interviewaufnahme vorwiegend als Moderator der Quizsendung „Wer wird Millionär“ in Erscheinung tritt. Ebenfalls schon sehr lange in der Medienbranche tätig ist Thomas Ohrner. Früher hauptsächlich als Schauspieler auf dem Bildschirm, ist er jetzt Moderator zahlreicher Sendungen: Am bekanntesten darunter ist sicherlich die „Versteckte Kamera“.

Ein weiteres Interview bestreitet der Fußballtorhüter Oliver Kahn zu einer Zeit, in der der Ruhm als WM-Vizemeister und die späteren Skandale um Frau und Geliebte noch vor ihm liegen. Ein ehemaliger Fußballprofi ist Gast bei Johannes B. Kerner: Oliver Bierhoff.

Zum Anlass der Interviews lässt sich sagen, dass es sich bei Kahn, Ohrner und Jauch in erster Linie um Personenporträts handelt. Tewaag ist zu Gast, um sich zu den aktuellen Vorwürfen, die in der Boulevardpresse gegen ihn erhoben werden, zu äußern. Westernhagens Interview hängt mit der Veröffentlichung seines neuen Albums zusammen. Oliver Bierhoff scheint als Fanclubverantwortlicher der Nationalelf angereist zu sein.

5.3.4.1 Aufbau der Interviewtenbeiträge

Die längsten Interviewtenpassagen finden sich eindeutig bei Westernhagen. Dies kann jedoch nicht allein an seinem Interviewer liegen, sondern auch daran, dass er so lange redet, ohne ein Ende zu finden. Als längere Passage lässt sich die folgende zitieren:

W: ja das kratzt also so GRAde zur WEIHnachtszeit kratzt das NICHT. also wir sind jetzt sicher in ner zeit rausgekommen w' wo JEder RAUSkommt, wo robbie WILLiams rauskommt- wo die großen POPacts rauskommen; das kratzt sicher (.) Überhaupt nicht; und äh () inzwischen bei mir (.) sowieSO nicht mehr. weil man man (.) man man MUSS sich einfach im KLAREN darüber werden; was (.) was macht DICH- was beFRIEdigt dich im endeffekt. ist es das proDUKT was du HERstellst? oder ist es der erFOLG, der daraus entSTEHT. und wir ()- in DIEser gesellschaft definiert sich ja EH nur alles über erFOLG, (-) über GELD, (-) nicht nur in UNserm geschäft, Überall, auch in der poliTIK, iRAK-krise hat natürlich auch was mit-

B: hm=hm,

W: mit ÖL zu tun, und DANN musst du dir (.) im KLAREN darüber werden, was ich VORhin sagte. wofür bist du ANgetreten, was was möchtest du erREICHen; () möchtest dich bewegen; also wenn du (.) vierzehn millionen PLATten verkauft hast, ist es Sicher nicht mehr (-) GELD. oder du bist einfach KRANK. was ich auch der gesellschaft unterSTELLE. weil geld jetzt nicht mehr mittel zum ZWECK ist, also du verdienst ja nicht mehr GELD, um dir ein schönes AUto zu kaufen, und sich daran

zu FREUen, sondern du kaufst dir ein schönes AUto, damit der (.) NACHbar sagt- was fürn TOLles AUto.

B: hm=hm-

W: und DAS ist einfach nicht mein DING; also ich tanze nicht (.) ums goldne kalb. für für MICH war der PUNKT gekommen; grade nach der letzten tour wo ich dachte <<Tonhöhe von oben nach unten fallend> OH es (richten) sich alle ein.> es wird <<Tonhöhe von oben nach unten fallend> LANGsam> aber sicher wird es geMÜtlich. auch für MICH. du gehst RAUS; du weißt EH was passiert; die leute JUbeln. und das war für MICH der punkt zu sagen- entweder hörst du AUF- oder du bewegst dich.

Hierbei handelt es sich um den längsten Gesprächsbeitrag innerhalb des Fernsehinterviewkorpus. Der Sprecherbeitrag erscheint im Vergleich zur Presse ausgesprochen umfangreich, überbietet aber nicht einmal im Ansatz die längsten Äußerungen Adebisis im Hörfunk.

Auch bei Jauch finden sich einige längere Passagen, ebenso bei Oliver Kahn, während Benjamin Tewaag und Thomas Ohrner meist nur wenige, kurze Sätze am Stück äußern. Die Beitragslänge übertrifft in den Spitzenwerten die Hörfunkinterviews meines Korpus also nicht, die Presseinterviews aber durchaus.

5.3.4.2 Gesprächsverhalten des Interviewten auf der Ebene der Gesprächsorganisation

Zum Gesprächsverhalten des Interviewten im Fernsehinterview lässt sich konstatieren, was bereits die Analyse des Interviewerverhaltens angedeutet hat. Einzelne Passagen wären im Hörfunk so kaum vorstellbar. Die visuellen Informationen tragen sehr zum Verständnis des Textes bei.

Interessant ist wiederum das Interview Maischberger – Tewaag. Gescheiterte Versuche, das Rederecht zu erlangen, gibt es auf Seiten Tewaags kaum. Wenn er reden will, so lässt er sich nicht bremsen. Entweder Maischberger zieht sich zurück, oder es entstehen längere Parallelsequenzen wie die folgende, in der Tewaag die Interviewerin davon überzeugen will, dass alle Zeugenaussagen gegen ihn gekauft sind:

M: jetzt kommt DAS WIEder. sie sagen immer dass die anderen [beZAHlen ()]
T: () [NEIN. weil ich kann
ihnen das- nein NEIN. mo[moment.
M: () [der sagt ja was ANderes. dieser [kameramann.
T: () [okay. dann stelle ich
ihnen [FOLgende FRAge frau [maischberger; moment-
M: () [(und-) () [(und das is)
T: () () (sie hinterfragen [ja.) ()
M: () [und es sind ja [nicht nur ()
T: () [MOment. (WENN sie jemand-) wenn sie
jemand strafrechtlich anzeigen.
M: ja?
T: voRAUSgesetzt sie haben beispielsweise jetzt jemanden verletzt. WARum machen sie
das DREieinhalb monate nach dem [VORfall.

Nonverbale Mittel zur Herbeiführung des Sprecherwechsels sind bei Tewaag kaum zu finden, was jedoch auch daran liegt, dass seine Hände oft nicht zu sehen sind. Es überwiegen Kopf- und Brustporträts. Im folgenden Beispiel umfasst der Bildausschnitt Tewaags Oberkörper und man erkennt, dass er sich in seinem Stuhl neu positioniert, sich aufrichtet, um das Rederecht zu verteidigen – eine Geste, die zu funktionieren scheint. Er redet hier über seine Sendung:

T: nja ich würds nicht immer aNARchisch nennen- mittlerweile ist das ja schon fast SOFT; nein ähm- (-) es MACHT SPASS. also die ich bin voll dabei, ich schreib es, ähm und ich hab ein GROSSartiges TEAM,

M: mhm,

T: und es macht WAHNSinnig viel spaß das mit denen zusammen umzusetzen. [und das ist ja nicht ganz-

M:)

T: <<setzt sich im Stuhl zurecht, richtet Oberkörper auf> also ich> mein des is so- am abend kommt man nach hause, und und fragt sich so- WAS hab ich heute gemacht? und dann so- okay.

Im folgenden Beispiel erhebt er jeweils seinen Zeigefinger, um durch eine Taktstockgeste bzw. Baton¹⁰² das Gesagte zu pointieren und sein Rederecht zu behalten (Abb. 23 und 24):

T: [...] und der kronzeuge sagt, JA, herr tewaag war DA, und äh dann gab es irgendwann krach, aber- und <<erhebt Zeigefinger/Abb. 23> DAS ist dann> das interessANte- herr teWAAG hatte nichts damit zu tun.

M: es war=

T: =also beziehungsweise hatte nichts damit zu TUN, sondern so NEE äh [()] ich hatte KEInen krach.

M: [der war auch mit da]bei.

T: [NEInein. ich hatte [keinen krach.

M: [()] okay,

T: <<erhebt Zeigefinger/Abb. 24> ERSten tag.> (.) ZWEIter tag, ist dann wir müssen ja DAvon ausgehen- dass sich das () das so äh () also die GAge, für die interviews, PROportional erHÖHT.



Abb. 23 (oben) und 24 (unten): Tewaag erhebt den Zeigefinger, um seine Rede zu pointieren



¹⁰² Ekman/Friesen (1984², 113) ordnen die Batons den illustrierenden Gesten zu und beschreiben sie als: „Bewegungen, die ein Wort oder eine Phrase akzentuieren oder betonen.“

Jauch verhält sich im Gegensatz dazu im Interview mit Günter Gaus fast devot. Eigene Unterbrechungen nimmt er so gut wie nie vor. Wird er von Gaus unterbrochen, verstummt er augenblicklich. Ein gutes Beispiel hierfür bieten die Äußerungen Jauchs, in denen er über die Eiskunstläuferin Katharina Witt spricht. Gaus unterbricht ihn und es dauert einige Zeit, bis er das Rederecht wieder erlangt. Dies ist umso erstaunlicher, als der Einwurf Gaus' inhaltlich wenig brisant ist:

- J: [...] dha ((schmunzelt)) sollte ich mich über katharina WITT äußern- und die war dann auch in in einer äh (.) SENDung=
 G: =sie WAR mal in dieser REIhe; zur perSON.
 J: JA. un[d-
 G: [SASS mir da gegenÜber.
 J: JA. u[nd da-
 G: [sah GANZ ANders aus als sie.
 J: <<schmunzelnd> jha. d' das ist die GROße TRAgik meines lebens. dass ich hähähä dass ich DAS nicht (.) nicht mehr ANnähernd (.) erreichen (.) werde.> aber da hab ich AUCh gesagt; [...]

Zwar verhält Kahn sich in „Maischberger“ nicht ganz so zurückhaltend wie Jauch, er unterbricht die Interviewerin jedoch meist an übergangsrelevanten Stellen, wenn er glaubt, dass ihr Beitrag beendet ist. Der Sprecherwechsel kann folglich nicht kompetitiv gedeutet werden. Allein als Maischberger den Boulevardskandal des Bayern-Trainers als Grund in Erwägung zieht, dass die Mannschaft schlecht spielt, und hartnäckig daran festhält, wirkt Kahns Tonfall genervt. Er überlappt ihre Beiträge:

- K: <<hastig> nein das glaub ich eigentlich nich. weil das sind zwei völlig verschiedene DINge. das eine ist das priVATleben,> [()
 M: [ja aber es ist wieder MEDien. es macht wieder ne andere art von [DRUCK-
 K: [ja. aber aber s wissen sie, WIR interessieren uns ja nicht für das privatleben von unserem TRAIner; sondern-
 M: aber die BILDzeitung lesen sie [()
 K: [ja sicher. aber (.) sowas kann man WEGschieben.
 [...]

Betrachtet man das Interview von Kerner und Bierhoff, fällt auf, dass Bierhoff das Rederecht entweder an übergangsrelevanten Stellen ergreift oder am Satzende der Kerner-Äußerung. Gestisch-mimische Unterstützung scheint er nicht einzusetzen. Wenn die Kamera Bierhoffs Hände zeigt, ruhen sie entweder in seinem Schoß oder untermalen das Gesagte.

Eine leichte Überlegenheit auf Seiten des Interviewten kann beim Interview von Westernhagen konstatiert werden. In der Regel vollzieht sich der Sprecherwechsel zwar sehr kooperativ, es gibt jedoch auch einige Passagen, in denen Westernhagen ohne Rücksicht auf seinen Gesprächspartner zu reden beginnt. So unterbricht er Beckmann sehr gezielt, wenn ihm ein Einwand wichtig erscheint. Vereinzelt stellt er sogar Beckmann Fragen und kehrt die Rollenverteilung kurzzeitig um.

Wesentlich am Interview mit Ohrner ist, dass es keine entscheidenden Unterschiede zwischen ihm und Boning gibt, was Unterbrechungen angeht. Sie haben beide keine Hemmungen, den Gesprächsbeitrag des anderen zu stören, wenn sie Wichtiges zu sagen haben.

5.3.4.3 Gesprächsverhalten des Interviewten auf der Handlungsebene

Beziehungsebene

Dass die Fragestellung beim Korpus der Fernsehinterviews auf Beziehungsebene kritischer ist als beim Hörfunk, machte die Tabelle deutlich. Waren beim Hörfunk noch weitgehend neutrale Antworten, Zustimmung oder unter „Sonstiges“ zu kategorisierende Äußerungen zu finden, bestehen die Interviewtenäußerungen der Fernsehinterviews darüber hinaus aus ablehnenden Beiträgen. Es kommt durchaus vor, dass der Interviewte Aussagen des Interviewers oder zumindest Teile davon direkt zurückweist. Eine Ausnahme bildet hier das Kerner-Interview mit Oliver Bierhoff, dem keine kritischen Fragen gestellt werden.

Im Einzelnen zeigt die Tabelle, dass Westernhagen einige Aussagen Beckmanns ablehnt, sich aber durchaus auch zustimmend äußert. Aufschlussreich in vielfacher Hinsicht ist die folgende Passage. Bevor Beckmann seine Frage stellen kann, unterbricht ihn der Interviewte und befragt stattdessen ihn. Er kehrt die gesprächsbedingte Rollenverteilung um. Als Beckmann ihm antwortet, unterbricht Westernhagen ihn wiederum, um ihn mit der Bemerkung „bist ja auch viel jünger als ich“ schmeichelnd auf sein Alter anzusprechen. Dass Beckmann diesen Kommentar übergeht, thematisiert der Sänger explizit und begeht eine Imageverletzung, indem er Beckmann gegenüber offen und öffentlich kund tut, ihn durchschaut zu haben: „darüber gehst du jetzt hinweg“. Danach beginnt er, lauthals zu lachen. Er lacht Beckmann aus. Dieser ist in der Defensive, weist die Anschuldigung zurück, versucht noch zweimal sich thematisch durchzusetzen, was jedoch scheitert. Als der Interviewte endlich leise sein Alter angibt, schmeichelt ihm Westernhagen mit der Bemerkung: „junger Kerl“. Er setzt schließlich sein Thema durch.

B: =s IS ja auch so=n phäno!MEN!. ich meine der der KRIEGSgeneration, manchmal auch noch einiger menschen noch HEUTE; also ANGST davor (--) !WAS! denken die LEUTE da drüber. !WAS! denken [die LEUTE über uns. ()

W: [() kennst du das von deinen ELTe[rn?

B: [<<mit Nachdruck> JA::: > ich komm aus natürlich aus ner etwas äh KLEIneren ecke. nicht aus der GROSSstadt, wo noch genauer [HINGekuckt-

W: [bist ja (auch) viel JÜNger als ich.

B: <<laut> WO aber genauer HINGekuckt wird nach [dem motto WAS MACHT der NACHbar; >

W: [haha <<lachend> DARüber gehst du jetzt hinWEG.> [haha

B: [(nee überHAUPT nicht). kann ich dir VIEL erZÄHlen zu. ((schmunzelt)) ja und desha[lb-

W: [reinhold wie ALT bist du; ich hab dich VOR der
sendung gefra]gt,

B: [<flüsternd und nuschelnd> ich bin noch n n BISSchen]jünger als
du;

W: [(jünger.) ()

B: du bist (ja) grade vierundFÜNFzig geworden, ja- <<laut und autoritär> du hast ja
mal was [(über mick JAGger ()>

W: [() du hast !MEIN! alter gesagt. DEIN alter hast du nicht
geSAGT.

B: siebenundvierzig werd ich erst im NÄCHsten]jahr.

W: [junger KERL.

B: =alter SACK im fernseh]en.

W: [n junger [KERL.

B: [stell dir vor ich wär bei sat EINS. <<laut und
aufgebracht> da wär ich schon in zwei jahren !RAUS! aus der zielgruppe. [(ALles)
vorBEI- ent!SORGT!.

W: [(weg) () SIEHST du.

B: wie alt ist mick JAGger jetzt?

W: der wird SECHzig glaub ich (oder)?

B: hm=hm, du hast vor [ein paar JAHren, (.) gesagt,

W: [(hast) GUT abgelenkt.

B: ja war 'n Guter trick. <<laut> NEUNzeshundertneunundNEUNzig in einem
STERNinterview hast du gesagt; > [...]

Der Ausschnitt handelt am Ende davon, welches Alter im Fernsehen gefragt ist. Es zeigt sich, dass Westernhagen an dieser Stelle das Gespräch dominiert: Einerseits verhält er sich positiv schmeichlerisch, andererseits macht er Beckmann seine Position strittig und bringt ihn dadurch in Not. Gegen Ende des Auszugs versetzt er Beckmann wiederum in eine unangenehme Situation, indem er dessen Themenwechsel mit den Worten: „hast gut abgelenkt“, kommentiert.

Westernhagen besitzt nicht nur genug Selbstvertrauen, um die gesprächsbedingte Rollenverteilung zeitweise umzukehren, er drückt auch Verärgerung aus, wenn er mit einer Aussage nicht einverstanden ist, ohne dies zu überspielen. Als Beckmann ihn als Rock n' Roller tituliert, reagiert er gereizt, was die folgende Textpassage allein nicht zeigen könnte, sondern in erster Linie die dazugehörige Mimik am Redeanfang beweist:



W: <<verärgert> rocknroller weißt du- das ist auch
das ist AUCH [wieder so=n->

B: [du BIST du BIST NÄher an mick
JAGger als an irgendeinem [() STILlen TYpen.
()

W: [ja:::- (-) (aber das ist ja
()

B: (chris REA) oder sowas.

Abb. 25: Westernhagen ist über die Frage verärgert („Beckmann Spezial“)

Tabelle Verhalten des Interviewten auf der Beziehungsebene (Fernsehen)

	Lob der Frage, Schmeichelei	Ausdruck von Freude, besondere Höflichkeit	Aussage des Interviewers zustimmen	neutrale Antwort, Erklärung, Sonstiges	auf geschlossene Frage: (ja) + Explikation	auf geschlossene Frage: (nein) + Explikation	(Teil der) Aussage anzweifeln / ablehnen	Frage zurückweisen	Ausdruck von Unmut, Ärger	Gesamt
ZDF "WB Schaukel" mit Thomas Ohmer		1	8	101	16	8	22			156
ARD "Beckmann Spezial" mit Marius Müller-Westernhagen		1	12	48	17	6	5		1	90
ARD "Menschen bei Maischberger" mit Ben Tewaag			13	47	11	4	15		1	91
ZDF „Johannes B. Kerner“ mit Oliver Bierhoff			5	16	9	3				33
Sat 1 "News & Stories. Zur Person" mit Günther Jauch		4	11	46	17	5	9			92
ntv "Maischberger" mit Oliver Kahn			17	51	2	6	7			83

Eine weitere Strategie Westernhagens, die auch ein voriges Textbeispiel kennzeichnet, besteht darin, den Interviewer immer wieder als Persönlichkeit ins Gespräch einzubeziehen:

W: (also ich seh- ich seh DEIne) beziehung zum beispiel ÄHNlich; muss ich ganz ehrlich sagen. ich KENN dich ja nun AUCH schon (.) [...] n paar tage;

W: [...] und naTÜRlich ist es fürn VATER, das weißt du AUCH, ist es immer sehr sehr WICHTig, wie deine (-) KINder dich beURteilen.

W: wir kennen uns ja auch schon seit ETlichen jahren,

Doch selbst wenn Westernhagen sowohl hinsichtlich der Gesprächssteuerung als auch auf Beziehungsebene sehr bestimmt und selbstbewusst wirkt, zeigen sich insbesondere auf non-verbaler Ebene einige Merkmale von Unsicherheit. So schließt er für wenige Sekunden die Augen, als er über die heikle Beziehung zu seinem Musikerkollegen Grönemeyer Auskunft gibt. Dies mag überdies eine ähnliche Funktion haben wie das von Erb-Sommer/Schmitz (1989, 122) postulierte Wegblicken, das der Informationsverarbeitung, -suche oder der Konzentration auf den Formulierungsprozess dient.¹⁰³

Mitunter senkt Westernhagen den Blick oder den Kopf beim Antworten, wie im bereits zitierten Beispiel, als Beckmann ihn provoziert.



Abb. 26: Westernhagen senkt verunsichert den Blick („Beckmann Spezial“)

B: <<schnell> WIE peinlich bist du dir selbst.>

W: GÜte frage. (-) ich MUSS auch revIDIERN (-) was ich damals gesagt habe. aus so=ner KLEINlichkeit heraus. ich ich WEISS nicht was es ist; das kann ich nicht NACHvollziehen. [...]

Ellsworth/Ludwig (1984², 75) verweisen auf verschiedene Untersuchungsergebnisse zum Blickverhalten, die allesamt ähnliches belegen:

„Wegblicken beim Sprechen [bringt] Unsicherheit über das Gesagte zum Ausdruck [...], während Blickkontakt Sicherheit ausdrückt oder dazu dient, Rückmeldungen zu beachten.“

Zudem fällt auf, dass Westernhagen meist steif auf seinem Stuhl sitzt. Gegen Ende des Interviews stützt er den Kopf in die Hand und fängt an, sich nervös an die Stirn zu fassen.

¹⁰³ Erb-Sommer/Schmitz (1989, 122) unterteilen die Funktionen des Wegblickens in 1) orientierend, 2) kommunikativ (Sprecherwechsel), 3) psychisch entlastend und 4) kognitiv.

Man bemerkt, dass er sich oft die Lippen benetzt, was laut Jürgen Friedrichs und Ulrich Schwinges (1999, 143) ein Anzeichen für Anspannung ist:

„Wenn wir nervös, angespannt sind und einen Adrenalinstoß erhalten, verrät dies unser Körper z.B. durch geringe Speichelproduktion. Der Mund wird trocken und das Lippenlecken beginnt.“

Weitaus mehr als bei Westernhagen zeigt sich bei Oliver Kahn die Anspannung. Zwar liegt es in seiner Natur, seine Gesprächspartner wenig anzublicken. Dennoch fällt im Interview mit Maischberger auf, dass der Kopf eingezogen in den Schultern ruht, er sich kaum bewegt, sehr oft seine Lippen benetzt, schwer und stoßweise atmet und den Blick auf einen Punkt im Raum oder nach unten richtet.¹⁰⁴ In der folgenden Passage habe ich das nonverbale Verhalten Kahns transkribiert. Die vorausgehende Frage hat den früheren Bundeskanzler Helmut Kohl zum Thema:

K: ((atmet schwer ein)) ja ich denk man muss schon allein ((atmet aus)) DEShalb den hut vor ihm ziehen- äh vor ihm ziehen, ((leckt Lippen)) wie lange er es FERTig gebracht hat, äh deutschland zu reGIeren. äh wie lange er es fertig gebracht hat (-) äh an der MACHT zu BLEIben. und ich denke er hat auch ein einen SEHR großen anteil an der entWICKlung der bundesrepublik deutschland bis zum (-) ((leckt Lippen)) bis zum heutigen TAG. nur sind natürlich auch ((atmet ein)) sehr viele DINge- ((leckt Lippen)) sehr viele DINge pasSIERT; die natürlich auch verÄNDert werden müssen. das ist ganz norMAL im laufe einer so langen (.) regierungszeit gibt es natürlich auch abnutzungserSCHEInungen. das ist ganz norMAL; ((leckt Lippen)) und äh DESwegen denk ich war eben (.) dann der zeitpunkt vor vier jahren geKOMMEN, auch dass mal ein machtwechsel, ((leckt Lippen)) auch endlich mal dann an der REIhe war. ((kneift Lippen zusammen))

Nicht nur das häufige Befeuchten, sondern auch das Zusammenpressen der Lippen am Äußerungsende sind geradezu charakteristisch. Kahn wirkt generell sehr verschlossen. Das Lecken der Lippen könnte eine ähnliche Funktion wie gefüllte Pausen haben. Der Sprechende gewinnt Zeit, um zu überlegen. Er spricht sehr zögerlich, was durch die vielen Pausen und das seufzende Atmen belegt wird. Blickkontakt zur Interviewerin hat er kaum. Dies entspricht dem Ergebnis Kendons, der in seiner Untersuchung des Blickverhaltens eine Korrespondenz zwischen zögerndem Sprechen und mangelndem Blickkontakt feststellt:

„[...] *p* tends to look at *q* during fluent speech much more than he does during hesitant speech.“ (Kendon 1990, 68f.)

Der tabellarische Überblick macht deutlich, dass Kahn auf Beziehungsebene teilweise Koope-
rativität, teilweise Kompetitivität zeigt. Es findet sich aber mehr Zustimmung als Ablehnung.
Beim zweiten Interview Maischbergers scheint der Interviewte ebenfalls angespannt zu sein,
doch äußert sich dies eher darin, dass Tewaag erregt und „aufgedreht“ ist. Natürlich wäre es
eine Unterstellung, ihn als alkoholisiert zu bezeichnen oder ihm Drogenkonsum nachzusagen.

¹⁰⁴ Das Lecken der Lippen, die bewegungslose Körperhaltung wären nach der Einteilung Ekmans/Friesens (1984², 115f.) zu den Selbst-Adaptoren zu zählen, worunter man meist unbewusste Verhaltensweisen versteht, die auf Emotionen oder Einstellungen schließen lassen.

Seine aggressive Unruhe lässt sich durch diese Beschreibung allerdings am besten veranschaulichen. Er redet schnell, manchmal unverständlich, blickt dabei teils zur Seite oder auf den Tisch. Dass er häufig Maischberger nicht zu Wort kommen lässt, bewies bereits die Analyse des Sprecherwechsels. Insbesondere am Anfang lächelt er sehr viel, egal ob dies inhaltlich passt oder nicht. Beständig spielt ein Grinsen um seine Mundwinkel. Tewaag umgeht es nicht, Äußerungen Maischbergers abzulehnen. Am Ende des Interviews reagiert er verärgert, als sie ihm vorschlägt, auszuwandern. Dies zeigt sich deutlich an nonverbalen Merkmalen. Er erhebt erregt sein Glas und stellt es sogleich wieder scheppernd auf den Tisch, was zwar nicht visuell, aber akustisch vernommen werden kann. Sein Gesichtsausdruck verrät Unmut, sein Blick wirkt aggressiv:



Abb. 27: Benjamin Tewaag wird aggressiv („Menschen bei Maischberger“)

T: und WER soll das ZAHlen? glauben sie- glauben sie ganz im ernst, ((stellt Glas lautstark auf den Tisch)) dass ich über KONten verfüge, (ich ka). ich mach hier meinen JOB, ich verdien hier mein GELD, und und ich ich LIEbe meine UNabhängigkeit.

M: ([])

T: [(]) ich ARBeite hier, und ich habe auch leute, die die denen geFALlen die sachen die ich mache, ganz gut, und äh nur weil äh nur weil jetzt gewisse TEile, oder beziehungsweise EIN teil der medien denkt sie sie müssen () ey- nein. das [würde ich (das das) (])

Bei Jauch bemerkt man, dass er seinen Interviewer oft sehr aufmerksam betrachtet, den Kopf leicht schräg nach vorne geneigt. Auf den ersten Blick wirkt er gelassen, wenn er zurückgelehnt auf seinem Stuhl sitzt, während die Hände auf der Lehne ruhen. Er antwortet ruhig, ohne jegliche Hektik, und lässt sich mitunter auch mit der Antwort Zeit. Dass Jauch Rückschläge erleidet, wenn er Fragen nicht versteht oder für Gaus unbefriedigend beantwortet, merkt man ihm durchaus an. Das Beziehungsverhältnis der Gesprächspartner wirkt gegen Ende des Interviews gestört, wobei dies nur an Jauch festgemacht werden kann, da Gaus nicht ins Bild kommt. Bei einer der letzten Antworten Jauchs beginnt er bereits sehr nervös, indem er vor sich hinmurmelt die Aussage des Interviewers noch einmal wiederholt. Seine Pupillen beginnen zu wandern, ohne bei Gaus Halt zu machen. Kurz darauf senkt er den Blick, der Blickkontakt zu Gaus nimmt immer weiter ab. Am Ende des Gesprächsschritts geht Jauch dazu über, sich mit den Armlehnen seines Stuhls



Abb. 28: Günther Jauch wird nervös („Zur Person“)

zu beschäftigen (Abb. 28).¹⁰⁵ Die Situation ist auch deshalb sehr unangenehm für Jauch, da Gaus ihn lange reden lässt, ohne einzuschreiten. Rückmeldesignale (zumindest verbaler Art) sind ohnehin während des Interviews nicht oder kaum zu vernehmen.

Immer häufiger und natürlich aufgrund vieler Detailaufnahmen sieht man Jauch nicht nur seine Lippen lecken, sondern auch eine Schluckbewegung machen. Obwohl Gaus kurz nach der oben zitierten Passage mithilfe des folgenden Witzes die Gesprächsbeziehung zu entspannen versucht, scheitert dies.

G: und äh sie KENnen diesen witz eines (-) eines äh (---) ALThumanisten, () (humanist) () (humanistische sprachen), meine kinder können werden was sie WOLLen; latinisten oder gräcisten.

J: ((lacht sehr verhalten))

G: wie ist das bei IHren kindern. müssen die; SOLlen die ein humanistisches gymnasium besuchen.

Während der Äußerung blickt Jauch den Interviewten zwar an, leckt sich erneut die Lippen und schluckt, doch lacht er nicht herzlich, sondern verhalten höflich und wirkt verkrampft. Der Witz verfehlt seine Wirkung.

Da Boning negative Implikationen immer wie zufällig einstreut und humorvoll verpackt, so dass sie erst auf den zweiten Blick durchschaubar sind, ist es für Ohrner nicht leicht, zu reagieren. Aus der folgenden Äußerung Bonings kann man die Kritik herauslesen, dass Ohrner profillos ist und jedes Fernsehangebot annimmt, ohne zu selektieren. Ohrner greift sich allerdings nicht diese Interpretation der Frage heraus, als er antwortet, sondern fasst die Frage absichtlich wörtlich auf und zeigt sich fröhlich:

B: gabs bei ihnen eigentlich schon mal nen TAG, da sind sie morgens AUFgewacht, und ham gesagt, ab JETZT mach ich einfach ALles. VÖLLig egal was fürn angebot KOMMT- (-) jetzt

O: =ALles- ALles;

B: =OB das jetzt versteckte KAMERA ist- oder GLÜCKSrad- oder <<lachend> PHA. die kön[nen da mit SONSTwas kommen.

O: ((lacht))

B: die sollen hier- () manni der LIBERO. [(wegen) mir- HER damit. alles zu MIR.>

O: [(lacht) (-) wenn die sichs einbilden, dass man das MACHen sollte, ähm NEIN. also man steht nicht auf und sagt ich mache ALles. sondern ich mach immer alles nacheiNANder. ((lächelt))



Abb. 29: Thomas Ohrner kontert fröhlich („WIB Schaukel“)

¹⁰⁵ Ekman/Friesen zählen Beschäftigungen mit einem Objekt, ohne eine instrumentelle Aufgabe durchzuführen, zu den „Objekt-Adaptoren“ und interpretieren sie folgendermaßen: „Sie deuten generell Unruhe an [...]“ (1984², 117).

mutter zur SCHAUSpielerin, sondern sie war IMmer schon im FERNsehen, und ich hab auch WEItergezappt; also (.) da ist mami, und jetzt was ANderes kucken.

Dem stehen 14 teil-responsive Äußerungen gegenüber, in denen Tewaag nur vage Antworten liefert, während er in 41 Äußerungen befriedigend auf die Frage eingeht. Weder in der Presse noch im Hörfunk fanden sich derart hohe Quoten von nicht beantworteten Fragen.

Auch Oliver Kahn umgeht viele Fragen Maischbergers. Zwar weigert er sich ebenso wenig wie Tewaag explizit, Fragen zu beantworten, weicht aber oft aus oder beantwortet nur Teilaspekte. Überdies schafft Kahn es meisterhaft, in allem, was er sagt, völlig unverbindlich zu bleiben, wie auch im folgenden Beispiel:

M: ((schmunzelt)) ist DAS die hand; die am zweiundzwanzigsten september ein kreuzchen machen wird auf dem WAHLzettel der bundestagswahl.

K: (.) davon gehe ich aus.

Obleich Jauch und Westernhagen nicht derart häufig (Teilen von) Fragen ausweichen wie dies in den Interviews Maischbergers der Fall ist, zeigt sich bei Ihnen ebenfalls, dass sie Fragen unbeantwortet lassen, Teilaspekte beantworten, verändern oder explizit zurückweisen. Die starke Kooperativität, die beim Hörfunk zu finden war, wiederholt sich nicht. Allein das Interview mit Kerner, das schon auf Interviewerseite kaum Steuerung erkennen ließ, ist mit dem Hörfunk vergleichbar. Auch bei Boning, der ja nur selten gezielt Fragen stellt und noch seltener inhaltliche Steuerung erkennen lässt, entspricht das Interviewtenverhalten dem des Interviewers. Ohrner geht souverän mit einzelnen Einwänden und Konfrontationen um, verhält sich meist responsiv. Wo keine Frage gestellt wurde, kann seine Äußerung natürlich auch nicht als Antwort gelten und wurde unter „Sonstiges“ kategorisiert.

Obwohl die Interviewten im Fernsehen vergleichsweise häufig die Fragen unbeantwortet lassen, verweigern sie nie explizit Antworten (wie in der Presse), was für den Fortgang des Gesprächs auch sicher Schwierigkeiten mit sich brächte.

Konzentriert man sich auf Besonderheiten des Interviewtenverhaltens speziell im Fernsehinterview, so muss wiederum die nonverbale Gesprächsebene in den Mittelpunkt gerückt werden. Einen deutlichen Widerspruch zwischen nonverbalen und verbalen Äußerungen konnte ich in keinem Fall feststellen. Meist illustrieren einzelne Bewegungen das Gesagte. Dass Mimik und Gestik bereits die Antwort geben, bevor sie verbal erfolgt, kommt sehr selten vor. Im folgenden Beispiel drückt Jauch mimisch-gestisch mithilfe eines Emblems (Schulterzucken) seine Ratlosigkeit darüber aus, welche Gewinnstufe er bei seiner Sendung „Wer wird Millionär“ erreichen würde, bevor er die Antwort gibt:

Tabelle Antwortverhalten des Interviewten (Fernsehen)

Interview	Antwortverhalten responsiv		Antwortverhalten teil-responsiv			Antwortverhalten non-responsiv					Sonstiges	Gesamt
	Antwarterwartung übertreffen	Antwarterwartung erfüllen	auf Teilaspekt antworten, teilweise ausweichen	Äußerung des Interviewers korrigieren, verändern, umdeuten (Teil der) Intervieweräußerung explizit zurückweisen	Ausweichen	kontern (Frage-Gegenfrage, Vorwurf-Gegenvorwurf)	Nachfragen	Antwort explizit verweigern	Sonstiges non-responsives Verhalten			
ZDF "WIB Schaukel" mit Thomas Ohrner	2	58	1	4				6		4	81	60+5+10+81 (156)
ARD "Beckmann Spezial" mit Marius Müller-Westernhagen	9	46	2	3	2	3	2	1		1	21	55+7+7+21 (90)
ARD "Menschen bei Maischberger" mit Ben Teewag	3	38	7	5	2	9	4	1		1	21	41+14+15+21 (91)
ZDF "Johannes B. Kerner" mit Oliver Bierhoff	3	20	3								7	23+3+0+7 (33)
Sat 1 "News & Stories. Zur Person" mit Günther Jauch	3	71	1	3		1		3		3	7	74+4+7+7 (92)
ntv "Maischberger" mit Oliver Kahn	2	47	8	6	3	9	1	2		1	4	49+17+13+4 (83)

G: [...] nach ihrer SELBSTbeobachtung über die jahre hin- ERStens, WIE hoch ungefähr (-) hätten sie mithalten können in der REgel bei den fragen die sie stellen.

J: <<Schulterzucken, skeptischer Blick> (2,0)> im schnitt- (-)

G: bis FÜNfhunderttausend euro.

J: nei=nei=nein. im im schnitt, bis (-) sechzehntausend (-) euro. [...]

Zudem besteht die Möglichkeit, durch Zeigegesten auf Außersprachliches zu verweisen. So fasst sich Tewaag während der folgenden Passage an die Wange, um zu zeigen, wo sich seine Brandblase befunden hat. Laut Ekman/-Friesen (1984², 114) handelt es sich dabei um eine deiktische Bewegung, die den illustrierenden Gesten zuzuordnen ist. Kendon weist darauf hin, dass es Gesten gibt, die wesentlich sind, um eine Lautäußerung zu verstehen.¹⁰⁶

Dies gilt auch für folgende Äußerung:

T: [...] und der kameramann hatte <<fasst sich ins Gesicht> da Oben> ne brandblase, ICH hatte ne brandblase <<fasst sich an die Wange/Abb. 30> hier> - JEder hatte irgendwo ne brandblase. [...]



Abb. 30: Zeigegeste Tewaags („Menschen bei Maischberger“)

Um das Verhalten seiner Mutter während seines Konzertes anschaulich und amüsant zu illustrieren, richtet sich Westernhagen während einer seiner Äußerungen unvermittelt auf, reißt seinen rechten Arm nach oben und streckt seinen Zeigefinger. Das Lachen Beckmanns bestätigt, dass die gewünschte Wirkung erzielt wurde:

W: [...] ich äh sagte zu ihr lotti pass auf; ich se ich setz dich auf die tribÜne- da wo die PRESse is- und da wo wo die (-) promiNENTen sitzen, und tu mir EInen geFAllen; und SETZ dich da hin- kuck dir das AN, aber SAG bitte nicht dass du meine MUTter bist. weil dann fängt die PRESse an dich zu fragen. jaja. ka ka GAR kein problem. (.) meine mutter SASS da, also als erstes hat sie natürlich JEden umarmt der promiNENT war, das hat sie grundsÄTZlich gemacht, und dann ging der VORhang AUF- und meine MUTter stand auf und sagte- <<schreit laut, reißt Arm noch oben/vorne, streckt Zeigefinger nach vorne/ Abb. 31> !DAS! ist mein SOHN.>

B: ((lacht))



Abb. 31: Westernhagen illustriert das Verhalten seiner Mutter („Beckmann Spezial“)

¹⁰⁶ „Gesticulation is often an important component of the utterance unit produced, in the sense that the utterance unit cannot be fully comprehended unless its gestural component is taken into consideration.“ (Kendon 1986, 12)

Wie ich bereits bei Analyse des Interviewerverhaltens herausgefunden habe, dient das non-verbale Verhalten auf inhaltlicher Ebene meist dazu, verbale Inhalte zu akzentuieren und illustrieren.

5.3.4.4 Themensteuerung

Auf den Versuch Westernhagens, die gesprächsbedingte Rollenverteilung des Interviews umzukehren und durch das Stellen eigener Fragen von sich abzulenken, bin ich kurz schon bei Untersuchung des Interviewers eingegangen. Westernhagen leitet den Themenwechsel durch eine Gegenfrage ein. Als diese beantwortet ist, kommt er auf das Alter Beckmanns zu sprechen. Während Beckmann versucht, die Gesprächssteuerung wieder an sich zu reißen, legt Westernhagen diese Antwortverweigerung als Weigerung aus, das eigene Alter zu nennen. Es entspinnt sich eine kurze Diskussion über die Themen Alter und Fernsehen, bevor Beckmann die Themensteuerung wieder übernehmen kann. Derartige Eingriffe sind zwar bemerkenswert, dürfen aber nicht den Eindruck erwecken, dass Westernhagen wesentlichen Einfluss auf die Themensteuerung nimmt. In weiten Teilen des Interviews gibt der Interviewer vor, worüber geredet wird, und ebenso ist es in den anderen Fernsehinterviews.

Weniger offensiv versucht Tewaag Themenwechsel herbeizuführen. Um von seinem Bordellbesuch abzulenken, kommt er auf die Machenschaften der Journalisten zu sprechen. Während das Gespräch an anderer Stelle um den Kameramann kreist, dessen Glatze er mutwillig angezündet hat, lenkt Tewaag es auf das von ihm existierende Bild des „Bad Boy“. Dass er dieses Image besitzt, leugnet er jedoch schließlich auch noch:

M: aber da' d das DING ist doch- wenn ich dann in der ZEitung lese, äh ben tewaag, zündet KAMeramann an.

T: ja DAS ist ja das beste. als da' DAS (is ja dann)- DAS war endgültig-

M: [dafür sind sie ja verURteilt worden.=

T: =ja. [ähm-

M: [also ich mein da frag ich mich immer- ist das jetzt die SENdung, oder haben sie das jetzt privAT gemacht;

T: ja das- DAS is- DAS ist zum beispiel in diesem fall sehr schwer zu trennen, aber das ist zum beispiel ne sache- also ich sag immer- ich mein diesen BAD boy gibts eigentlich seitdem ich achtzehn bin, weil=

M: =sie [sind,

T: [()

M: sie SIND ein bad boy.

T: nein bin ich GAR nicht. nee überHAUPT nicht. also das ist auch nicht mein Image. das ist auch nicht was ich in irgendeiner weise DARstellen will. weil ich bin kein MUSiker- das heißt auf so was würd ich nicht RUMreiten. ich bin eher ein unterHALter oder- [aber-

Es muss allerdings hinzugefügt werden, dass Tewaag in Sandra Maischberger als Interviewerin eine harte „Gegnerin“ hat. Diese beiden Versuche, das Thema zu wechseln, sind nur von kurzem Erfolg gekrönt. Ähnliches zeigt sich bei Jauch.

Im Gegensatz zu Westernhagen und Tewaag verhält sich Bierhoff durchgehend devot, was den Themenwechsel anbelangt. Er zeigt sich als idealer Interviewpartner, der die gesamte Gesprächssteuerung (strukturell, inhaltlich und thematisch) völlig an den Interviewer abgibt. Dass Ohrner mitunter Themen einführt, liegt an Bonings fehlender Initiative. Bereits am Anfang des Interviews wartet man sehr lange auf einen Themeneinstieg. Zuerst plaudern die Gesprächspartner über die Parkplatzsituation in München. Danach fragt Ohrner seinen Interviewer nach früheren Museumsbesuchen. Dass ein derartiger Interviewanfang merkwürdig ist, bemerkt auch Ohrner, was ihn zur Äußerung führt:

O: aber DU musst ja die fragen stellen. nicht ICH. [also von daher-

B: [NEE nee. hähä

O: tu dir keinen ZWANG <<lachend> [an wigald.> hähähä

B: [sie können GERne AUCH (-) fragen stellen. hähä

O: <<lachend> neineineineinein.> ich will NICHT aufdringlich sein. sei DU aufdringlich.

Zwar gibt Boning in der nachvertonten Sprecheräußerung zu, dass ihm das Ruder aus der Hand genommen wurde. De facto hat er aber bis dahin nichts unternommen, es überhaupt zu ergreifen. Dass Boning trotzdem einen Großteil aller Themen einführt, liegt daran, dass Ohrner sich in seine Interviewtenrolle fügt und sich hinsichtlich der Themensteuerung meist passiv verhält.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es sich im Korpus der Fernsehinterviews für den Interviewten als schwierig erweist, Themenvorgaben einzubringen. Das Gespräch verläuft thematisch in festeren Bahnen, was bereits die inhaltliche Analyse der Fragen deutlich machte. Weitaus weniger Fragen als im Hörfunk fallen unter die Kategorie „Sonstiges“. Dem Interviewten wird wenig Freiraum gelassen, um aktiv in die Themensteuerung einzugreifen. Oft fehlt es aber auch an Initiative.

5.3.4.5 Die optische Präsentation der eigenen Persönlichkeit

Dem Interviewten ist sehr wohl bewusst, dass er sich durch das Interview auch visuell einer breiten Öffentlichkeit präsentiert. Ob er dies jedoch gezielt ausnutzt, um sich zu inszenieren oder das Interview tatsächlich sein Wesen einfängt, ist schwer zu differenzieren.

Tewaag scheint lässig wirken zu wollen. Er sitzt zurückgelehnt auf seinem Stuhl und grinst immer wieder. Doch dies ist nicht das Bild, das sich beim Zuschauer einprägt. Als Tewaag das Studio betritt, reibt er sich nervös die Hände. Sein Blick ist hierbei auf die Handflächen, nicht ins Publikum gerichtet. Sein Grinsen trägt dem Ernst der Anschuldigungen, mit denen Maischberger ihn konfrontiert, nicht Rechnung und wirkt unpassend. Oft blickt er nicht Maischberger an, wenn er redet, sondern richtet den Blick nach oben oder unten. Sieht er sie an, wirken die Augen starr fixiert. Da die Kamera ihn meist nur bis zur Brust einfängt, sind die Hände und der Rest des Körpers kaum sichtbar. Allein gegen Ende des Interviews sieht man

seine Beine nervös wackeln. Auf einzelne kritische Äußerungen Maischbergers reagiert er erregt aufbrausend.

Günther Jauch sieht man teilweise in der Vollperspektive, was bei den anderen Interviews kaum der Fall ist. Er sitzt mit übereinander geschlagenen Beinen, die Hände meist auf der Armlehne abgelegt, zurückgelehnt auf seinem Stuhl. Konzentriert er sich auf die Fragen von Gaus, hält er den Kopf oft leicht schräg und blickt den Interviewer aufmerksam an. Jauch wirkt sympathisch, grinst mitunter jugendlich. Zwar antwortet er langsam und wohl überlegt, gesteht sich Pausen zu, um ausgereifte Formulierungen zu präsentieren, lässt teilweise aber auch Anspannung erkennen. Dies mag vorwiegend an der Interviewsituation liegen. Schließlich weiß er, dass die Kamera beständig auf ihn gerichtet ist, dass Gaus' Interviews inhaltlich anspruchsvoll sind und er sein Image als einer der klügsten Köpfe des Landes zu vertreten hat. Es ist bereits eine Ehre, überhaupt von Gaus eingeladen zu werden, der sich vornehmlich mit Politikern und Intellektuellen beschäftigt und dessen Interviews seit mehr als vierzig Jahren im Haus der Geschichte aufbewahrt werden. So verwundert es nicht, dass Jauch sich immer häufiger die Lippen leckt, der Blick sich mitunter während der eigenen Rede senkt, er sich teilweise abwesend mit der Armlehne beschäftigt und oft sichtlich gepresst schluckt.

Ebenso wie Jauch ist Ohrner ein Medienprofi. Dass er sich locker, entspannt und sympathisch verkaufen kann, liegt sicher zu einem großen Teil an der Interviewsituation. Im Unterschied zum Jauch-Interview sind die Fragen hier weniger anspruchsvoll, die Kamera fängt meist beide Gesprächspartner ein. Ohrner lehnt lässig an einem Hubschrauber, als Boning ihm Fragen stellt, er lacht offen über dessen Witze und zeigt sich selbst bemüht, witzig zu wirken. Voller Selbstironie und Bescheidenheit bemerkt er „ich hab ja keine Frisur, ich hab ja Haare“ oder kommentiert seine Gewohnheit des Kaltduschens mit den Worten:

O: [...] SO ein historisches DATum wars ja AUCH nicht. dass man kalt DUSCHT. also es IST jetzt nicht der REDE wert. [oder doch?

Westernhagen präsentiert sich zurückhaltend nachdenklich. Ähnlich wie Jauch lässt er sich bei seinen Antworten Zeit, korrigiert sich ruhig, wenn seine Formulierungen nicht passen. Meist sitzt er aufrecht, leicht am Tisch aufgestützt. Dass er ein wenig nervös ist, wird dadurch deutlich, dass er sich mehrmals die Lippen leckt und insbesondere gegen Ende des Interviews beginnt, sich ins Gesicht zu fassen, seine Stirn zu kratzen. Westernhagen thematisiert seine Angst vor dem Interview explizit, gibt aber auch zu verstehen, dass sie auf der Bühne bereits verfliegen sei.

W: [...] ich geh da RAUS, auf die bühne, und das ist eine sehr (.) orgiASTische angelegenheit. ich hab VORher (-) un!FASS!bare ANGST, vor jedem INterview auch, also ich mach mir fast in die hose bevor ich HIER gehe, HIERher gehe, zu DIR, aber in DEM augenblick wo ich dann auf der bühne stehe, gibts keinen (.) ort wo ich mich SO SEHR zu hause fühle, und so SIcher fühle. [...]

Der Fußballer Oliver Bierhoff scheint sich völlig unter Kontrolle zu haben. Er neigt weder zu ausdrucksstarker Mimik noch zu anderen nonverbalen Äußerungen. Stattdessen sitzt er fast unbewegt, aber nicht steif, die Hände in den Schoß gelegt schräg neben Kerner, beantwortet artig alle Fragen. Teilweise grinst er, teilweise wirkt er ernst.

Im Vergleich zu ihm scheint Oliver Kahn sehr viel angespannter zu sein. Meist sinkt sein Kopf zwischen die Schultern, oft blickt er nicht die Interviewerin an, sondern sein Blick richtet sich auf einen Punkt neben ihr. Er wirkt verkrampft, wenn er sich die Lippen leckt, sie aufeinanderpresst und gespannt den Fragen Maischbergers lauscht. Als seine Hände Thema des Interviews sind, fängt die Kamera sie ein, wodurch man sehen kann, dass Kahn sich unruhig über die Finger fährt. Er versucht sichtlich souverän zu wirken, grinst mitunter und lacht überlegen. Allein sein Blick lässt ihn unsicher wirken.

5.3.5 Das Studiopublikum

Innerhalb des Fernsehinterviewkorpus finden sich nur zwei Sendungen, die mit Studiopublikum realisiert sind: „Menschen bei Maischberger“ und „Johannes B. Kerner“. Beckmann nennt in einem Presseinterview Gründe, weshalb seine Sendung auf Publikum verzichtet:

„Ein gutes Gespräch spekuliert nicht auf vordergründige Pointen, auf den Beifall oder die Ungeduld eines Publikums. [...] Fernsehunterhaltung muss nicht immer laut und grell sein, das ist ein Missverständnis. Im Übrigen geht es dabei nicht um mich, sondern um die Form des Gesprächs. Also um die Frage nach dem Saalpublikum, auf das wir aus genau diesen Gründen nach einem Jahr verzichtet haben.“ (Beckmann in *Die Zeit* 51/2003)

Die Aussage unterstellt, dass das Saalpublikum dafür verantwortlich ist, dass Gespräche aufgesetzt und belanglos werden. Dies soll im Folgenden überprüft werden.

Das Studiopublikum beobachtet das Gesprächsgeschehen aus einer anderen Perspektive als der Fernsehzuschauer zu Hause und darf nicht mit ihm gleichgesetzt werden. Während der Zuschauer vor dem Fernsehapparat, wie bereits erwähnt, auf die Ausschnittdarstellung der Kameras angewiesen ist, überblickt das Studiopublikum das gesamte Vorgehen. Es befindet sich in räumlichem Abstand zum Interviewgeschehen, sieht die Gesprächspartner daher auch nicht in detaillierten Großaufnahmen, wie sie die Kameras liefern.

Das Studiopublikum ist Rezipient und Produzent. Es rezipiert das Interviewgeschehen in der Primärsituation und ist gleichzeitig Mitproduzent der Interviewtexte. Seine Resonanz, sein Verhalten ist Bestandteil der Interviewsituation und gestaltet einzelne Textelemente. Die Interviewpartner können durch die Resonanz des Publikums ihre Wirkung auf die Rezipienten zu Hause abschätzen. Dies verleiht der Gesprächssituation einen eher öffentlichen Charakter, während die Aufnahmen ohne Saalpublikum einen intimen Gesprächskreis simulieren. Ob sich der Einfluss des Publikums auf Interviewer und Interviewten positiv auswirkt oder beide nur

nervöser, den Interviewten verschlossener macht, muss noch untersucht werden. Weinrich (1992, 71) umschreibt das Publikum als „Resonanzraum der Sympathie“:

„Der Druck auf den Studiogast in einem Fernsehinterview mit anwesendem Studiopublikum ist sicher groß. Und wer nicht ganz so sicher und eloquent aufzutreten vermag, ist noch mehr auf *Sympathiebotschaften* von der Rezipientenseite angewiesen. [...] In diesem Sinne bildet das Studiopublikum einen *Resonanzraum der Sympathie*.“

Zum Studiopublikum hinzuzählen will ich bei der Sendung „Johannes B. Kerner“ die Interviewte Barbara Herzprung, die vor Oliver Bierhoff befragt wird und danach nur noch zuhörend beteiligt ist. Ihre Reaktionen dienen in ähnlicher Weise wie die des Publikums als Resonanzmesser für Interviewer, Interviewten und den Zuschauer vor dem Fernsehschirm. Problematisch an der Untersuchung des Publikumsverhaltens ist, dass hier wiederum nur analysiert werden kann, was die Kamera vermittelt.

5.3.5.1 Das Publikum als aktiver Textgestalter

In diesem Kapitel stellt sich die Frage, wie viel der Zuschauer zu Hause vom Publikum zu sehen bzw. hören bekommt, inwieweit er die Studiozuschauer innerhalb des Interviewtextes wahrnehmen kann. Das Kapitel steht in engem Zusammenhang mit dem Kapitel über den Einfluss der Medienmacher, da diese bestimmen, was gezeigt wird.

Ein grundlegender Unterschied der beiden Sendungen hinsichtlich des Publikums vor Ort betrifft bereits die Anordnung der Personen innerhalb des Studios. Während Bierhoff dem Studiopublikum auf einige Entfernung gegenüber sitzt und der Interviewer schräg zu seiner Rechten sitzt, befindet sich Tewaag vis-a-vis zu Sandra Maischberger. Das Publikum sieht Tewaag von der rechten Seite, Maischberger demnach von der linken. Insofern schließt die erste Sendung das Publikum weit mehr in das Gespräch mit ein, wohingegen die zweite das Interview eher beobachten lässt.

Die Studiozuschauer sind bei „Kerner“ relativ selten zu sehen. Geräusche aus dem Publikum, Zwischenrufe o.Ä. gibt es kaum. Allein ein Husten ist mehrmals vernehmbar, was zumindest dazu beiträgt, Studioatmosphäre zu vermitteln. Als Bierhoff eine lustige Äußerung macht, wird eine lachende Dame aus dem Publikum gezeigt (s. Abb. 32). Die Darstellung der positiven Resonanz im Studio hat zum Ziel, auch den Zuschauer zu Hause in seiner Rezeption zu beeinflussen.



Abb. 32: Publikum bei „Johannes B. Kerner“

Anstelle des Studiopublikums kommt mitunter Frau Herzsprung ins Bild, wenn sie eine witzige Bemerkung Bierhoffs mit Lachen quittiert. Auch sie konstituiert in ihrer nun passiven Rolle Elemente des Textes. Dass die Medienmacher diese Art von Textkonstituenten nur in Grenzen steuern können, beweist das folgende Beispiel. Die Kamera fängt bei einer Äußerung Bierhoffs die gesamte Bühne, also auch Barbara Herzsprung ein. Diese wähnt sich unbeobachtet und verfolgt nicht das Gespräch, sondern blickt gelangweilt weg (Abb. 33). Eine ähnliche Situation zeigt sich



Abb. 33: Kerner im Gespräch mit Oliver Bierhoff, Barbara Herzsprung wendet sich ab („Johannes B. Kerner“)

kurze Zeit später, als Herzsprung sich völlig von den beiden Sprechenden abwendet und desinteressiert in die entgegengesetzte Richtung blickt. Doch der Bildwechsel lässt nur zwei Sekunden auf sich warten.

Am Ende des Interviews findet sich wie am Anfang eine längere Passage, in der das Publikum präsentiert wird. Es applaudiert dem Interviewten, lächelt überwiegend zufrieden und blickt aufmerksam zur Gesprächsrunde.

Betrachtet man die Sendung „Menschen bei Maischberger“ hinsichtlich der direkten Textkonstitution durch das Publikum, sind nur wenige Passagen aussagekräftig. Das Publikum wird fast ausschließlich von hinten gefilmt. Dadurch wird der Zuschauer vor dem Fernsehapparat in



Abb. 34: Die Bühne von „Menschen bei Maischberger“ aus der Publikumperspektive



Abb. 35: Tewaag lässt sich nach dem Gespräch im Publikum nieder („Menschen bei Maischberger“)

die Lage des Publikums vor Ort versetzt: Er betrachtet das Geschehen aus dessen Perspektive. Die Regungen der Studiozuschauer können dadurch allerdings nicht beobachtet werden. Maischberger und später auch Tewaag werden applaudierend empfangen, doch sonstige akustische Einmischungen sind nicht zu hören. Allein am Ende des Interviews wird eine lustig-freche Bemerkung Maischbergers mit allgemeinem Lachen belohnt.

5.3.5.2 Einfluss des Publikums auf die Gesprächsbeiträge

Dass die Gesprächspartner das Publikum bewusst wahrnehmen, kann zumindest bei Oliver Bierhoff gleich zu Beginn konstatiert werden. Während das Studiopublikum applaudiert, kommt der ehemalige Fußballer ins Studio und nimmt Platz. Ein johlender Begeisterungsruf sticht unter dem übrigen Applaus hervor, was Bierhoff mit einem raschen freundlichen Blick in diese Richtung quittiert. Dass Studiopublikum im Allgemeinen die Interviewpartner zu „vordergründigen Pointen“ reize, wie Reinhold Beckmann behauptete¹⁰⁷, zeigen folgende Passagen. Kerner wendet sich bei der Ankündigung seines Gastes wie ein Nachrichtensprecher der Kamera zu, nicht aber dem Publikum. In seiner Begrüßung des Gastes rechnet er das Studiopublikum mit auf seine Seite, wenn er es durch das inklusive „wir“ mit einbezieht. Diese Gemeinschaft scheint lokal begründet zu sein:

K: [...] und HIER begrüßen wir ihn sehr HERZlich. GUTen Abend; <<laut rufend> Oliver BIERhoff.>

Bierhoff sitzt vis-a-vis zum Publikum. Um mit Kerner Blickkontakt aufzunehmen, was er meist tut, muss er seinen Kopf zur Seite drehen. Das Interview handelt vorerst von ernsten Themen wie Depressionen, zu denen Bierhoff freimütig seine Meinung äußert. Das Publikum wird hierbei nicht einbezogen. Erst als es um die Belastung von Profifußballern durch die stetige Medienpräsenz geht, will Bierhoff nicht jammern, sondern zielt darauf ab, die Situation ins Lustige zu verkehren. Kerner geht voll darauf ein. Das Publikum (oder soviel man davon sieht) lacht:

B: also s=is BESSer man (.) kann überHAUPT nicht denken. man ist strohDOOF, dann- hähä- dann fällt [das ganze irgendwie

K: [hähähä

B: LEICHTer; <<grinsende Frau aus dem Publikum im Bild> dann hat man NICHTS mit am HUT. und das ist ja öfter- diese äh etwas KALTschnäuzigkeit,> oder eben vielleicht die einige spieler HABen. die einfach (.) sich keine großen gedanken DARüber machen, was von ihnen erWARTet wird, sondern einfach nur draufLOS spielen.

K: [haben sie WIRKlich mal gedacht- wäre ich DÜMmer, ging=s mir BESSer?

B: ph nee also [des war (jetzt hähä des) (auf KEInen fall). äh-

Nur wenige Worte liegen zwischen der zitierten Passage und der nun folgenden Frage, in der Kerner den „ordentlichen“ Beruf des Steuerberaters dem Beruf des Fußballers gegenüberstellt. „Ordentlich“ trägt hier Konnotationen wie „bieder“, „langweilig“ und „einfallslos“, weshalb Bierhoff diesen Beruf für sich sofort ablehnt und auf den nächsten Gast, Finanzminister Hans Eichel, verweist. Zwar wird die Resonanz des Publikums an dieser Stelle nicht vermittelt, doch Barbara Herzprung und die beiden Interviewpartner zeigen sich amüsiert:

K: =und HABen sie mal gedacht- wär ich doch STEUerberater geworden, oder so was ORDentliches,

¹⁰⁷ Zitat Beckmanns aus der *Zeit* s. Kapitel 5.3.5.

B: auf KEInen fall.
 K: nee?
 B: also wir haben ja gleich noch nen interesSANten gast; (also)
 K: =STEUerfachmann [DA. hähähähä.
 B: [<<schmunzelnd> (ja richtig).> ich denke wer das STEUerrecht in deutschland KENNT, der ist froh kein STEUerberater zu sein.
 K: hm=hm- <<schmunzelnd> naja GUT.> aber möglicherweise gibts da ja verEINFachungen demnächst. man WEISS das; nicht so; ganz genau. [...]

Auch in der folgenden Passage scheint Kerner gezielt eine Pointe beim Publikum landen zu wollen. Hierbei handelt es sich um eine der Sequenzen, in denen das Lachen der Studiozuschauer zu hören ist. Dem Kommentar Kerners gehen die Ausführungen Bierhoffs voraus, in denen er erklärt, dass italienische Fußballfans ihre Stars gerne ganz nach oben heben, geradezu erwarten, dass sie Mercedes fahren und teure Kleidung kaufen. Darauf Kerner:

K: dass- dass die italiener ihnen nen merCEdes angedeihen lassen wollen, ist ja [GUT. ()
 B: [jha.
 ((lacht))
 K: zum glück nicht in ferRari gezwungen. ja das <<Publikum lacht> wär [ja dann=>

Dass somit das Studiopublikum als Stellvertreter des Zuschauers zu Hause durchaus Einfluss auf den Textverlauf nimmt, zeigt auch die nächste Äußerung. Kerner adressiert seine Erklärung, was „Turniermannschaft“ bedeutet, direkt an das Publikum, indem er den Kopf in dessen Richtung wendet:

K: ja? deutschland turNIERmannschaft.
 <<Kerner wendet seinen Kopf Richtung Publikum/Abb. 36> das heißt für DIE> <<Kerner wendet sich wieder dem Interviewten zu> die sich mit fußball NICHT so beschäftigen- das heißt es wird im LAUfe des turniers immer BESser.> [...]



Abb. 36: Kerner adressiert das Publikum („Johannes B. Kerner“)

Diese Hinwendung zum Publikum sieht man bei „Menschen bei Maischberger“ in weit geringerem Maß. Weder der Interviewte noch die Interviewerin nehmen während des Gesprächs Kontakt zum Saal auf. Sie sitzen sich gegenüber, das Studiopublikum sitzt im rechten Winkel zu ihnen. Allein zu Beginn der Sendung steht Maischberger neben den Zuschauerreihen, um ihre Gäste anzukündigen:

M: <<Applaus und Musik> ((M grinst ins Publikum, bedankt sich durch Nicken, leichte Verbeugung, wendet sich dem Publikum zu)) (willkommen im berliner tränenpalast.) [...]

Eine weitere Kontaktaufnahme zum Studiopublikum erfolgt erst am Ende des Interviews, als Maischberger ihrem Interviewten einige Weisungen mit auf den Weg gibt. Zwar erheischt sie so die Gunst des Publikums, nimmt aber gleich darauf die Äußerung vor Tewaag zurück, da eine derartige Maßregelung innerhalb eines Interviews inadäquat ist. Dadurch stellt sie die Beziehung zwischen sich und dem Interviewten wieder her, macht das Gesagte aber nicht ungesagt. Das Lachen des Publikums ist auf ihrer Seite:¹⁰⁸

M: [...] ich wünsch ihnen alles GÜte, passen sie auf sich AUF,

T: (alles klar.)

M: und auf die anderen die sie in den diskotheken treffen- Bitte AUCH. (.) [NICHT SCHLAgen.

T: (auf alle fälle).

M: <<Publikum lacht> ((lacht)) (wie WAHNsinnig hilfreich.)> <<Applaus des Publikums> ((T und M stoßen an)) SKOL.

T: ((kichert))

M: (--) danke herr tewaag. vielen dank. (---) (MACHS gut ben.)

((Applaus geht weiter))

Tewaag unterlässt in dieser Situation jeden Versuch, diesen Rat zurückweisen, was in der Endphase des Interviews natürlich zeitlich schwer möglich ist. So geht er auf Maischbergers Weisung ein und lacht ebenso wie das Publikum. Im Gegensatz zu Maischberger nimmt er zum Studiopublikum auch zu Beginn des Interviews keinen Kontakt auf. Zwar finden sich auch in diesem Interview einzelne Passagen, in denen Tewaag oder Maischberger lustig sein wollen. Da das Publikum jedoch nie gezeigt wird, sind die Äußerungen nicht als publikumszentriert interpretierbar, denn es ist keine Resonanz hörbar. Wie bereits angemerkt, fällt aber durchaus auf, dass Tewaag während des gesamten Interviews sehr nervös ist, auf einzelne Fragen keine Antwort gibt, der Sprecherwechsel hart umkämpft ist u.v.a. Dieser Ausdruck von Anspannung mag seine Wurzeln im Umstand haben, dass Tewaag sich direkt dem Publikum ausgesetzt sieht. Dies hemmt ihn einerseits (inhaltlich) und setzt ihn unter Druck. Möglicherweise wäre das Interview ohne Publikum weniger hektisch und inhaltlich ergiebiger verlaufen.

¹⁰⁸ Das verwendete Zitat wurde bereits in Kapitel 5.3.3.3 herangezogen, um Maischbergers Verhalten Tewaag gegenüber näher zu erläutern.

5.3.6 Der Fernsehzuschauer

Der Einfluss des Fernsehzuschauers auf die Interviewtexte gleicht in weiten Teilen dem der Hörfunkrezipienten, mit der Ausnahme, dass die für den Zuhörer eingefügten radiotypischen Redundanzen wegfallen.

Es bleibt demnach festzuhalten, dass der Fernsehzuschauer dem Hörfunkhörer gegenüber insofern anderen Einfluss ausübt, als er die Sendung visuell verfolgt. Es ist anzunehmen, dass die Gesprächspartner sich im Fernsehen anders verhalten als im Hörfunk, was auf die Präsenz des Fernsehzuschauers zurückzuführen ist. Aus diesem situativen Umstand, dass Fernsehen auch optisch vermittelt, ergibt sich, dass insbesondere zwischen den Interaktanten und dem Zuschauer eine engere Beziehung entsteht. Auf diesen Aspekt verweist auch Johannes Schwitalla (1993, 18), wenn er sich zum Fernsehen äußert:

„Weil Fernsehbetrachter die Sendungen hören und sehen können, glauben sie sich in viel stärkerem Maße in das dargestellte Geschehen einbezogen, als wenn sie sie nur hören. Die gefilmten Personen rücken viel näher an den Rezipienten heran; er hört nicht nur ihre Stimme, sondern sieht auch ihre Mimik, ihre Gestik, ihr ganzes Verhalten; er „kennt“ sie wie seine Bekannten.“

Inwieweit sich diese – im Vergleich zum Hörfunkinterview – engere Beziehung des Zuschauers zu den „Darstellern“ textlich zeigt, will ich im Folgenden untersuchen.

5.3.6.1 Der Monolog „mit“ dem Fernsehzuschauer

In der Regel stellt der Interviewer den Kontakt zwischen sich und dem Zuschauer zu Hause am Anfang und am Ende der Sendung her. Er begrüßt ihn und verabschiedet sich von ihm. Es kommt jedoch hinzu, dass er sich dem Rezipienten vor dem Bildschirm auch nonverbal zuwendet, indem er seine Gesprächsbeiträge durch Blickkontakt an ihn adressiert. Beginnt man mit „Johannes B. Kerner“ und dessen Anrede an die Zuschauer bei der Ankündigung von Oliver Bierhoff, kommt er im Brustporträt ins Bild. Er sitzt bereits am Tisch und blickt direkt in die Kamera. Ab und zu sieht er nach unten, als ob er den Text ablesen würde. Interessant an dieser Einleitung ist nicht nur der Blickkontakt mit dem Zuschauer, sondern ebenso die Verwendung der Personalpronomen. Mit „uns“ meint er im ersten Beispiel sich und die Zuschauer und versucht dadurch eine gemeinsame Ebene herzustellen. Das spätere „wir“ kann je nach Interpretation auf das Studiopublikum oder die Medienmaschinerie bezogen werden. Schließlich ist es dem Fernsehzuschauer schwer möglich, den Fußballer „hier“ zu begrüßen, wenn er zu Hause auf seinem Sofa sitzt:

K: [...] mit dem [meine Anm.: Bierhoff] gibts aber auch ne reihe ANderer dinge zu besprechen; es ist DER MANN, der uns wohl IMmer in erinnerung BLEIben wird, als der SCHÜTze des wohl SCHÖNsten GOLDen GOALS; [...]

K: [...] und HIER begrüßen wir ihn sehr HERZlich. GUTen Abend; <<laut rufend> Oliver BIERhoff.>

Bei der Verabschiedung von Oliver Bierhoff verzichtet Kerner darauf, Blickkontakt zum Zuschauer aufzubauen, sondern wendet sich stattdessen an Bierhoff. Dies wirkt umso merkwürdiger, als er nun in der dritten Person von dem Fußballer redet. Überdies gibt er vor, im Sinne des Zuschauers zu sprechen und stellt sich zusammen mit dem Rezipienten vor dem Fernsehschirm auf die Ebene Bierhoffs in der Kategorie „Europameisterschaftsfreunde“.

K: ein MANN, der MITten im LEBen steht, auch NACH der aktiven karRIEre, und der sich wie wir ALLE freut auf die euROpameisterschaft im [nächsten] Jahr.

Ähnlich wie Kerner die Zuschauer willkommen heißt, tut dies die Interviewerin bei „Maischberger“. Interessant sind hier vor allem die Unterbrechungen der Sendung. Als Maischberger einen Werbespot mit Oliver Kahn ankündigt, blickt sie direkt in die Kamera, so dass der Zuschauer auch während der Sendung den Eindruck hat, angesprochen zu werden. Der Interviewte rückt hierbei in die Position der Person, über die gesprochen wird (dritte Person):

M: <<Blick nach unten auf die Unterlagen> [...] sie haben jetzt einen WERbespot gemacht- der (.) dieses Image ein bisschen auf die schippe nimmt.> <<Blick in die Kamera> KUcken wir uns einmal (.) kurz an. das ist oliver KAHN, und SEIN image im jüngsten spot.>

Nach der Werbeunterbrechung wendet sich Maischberger zuerst taktill den Zuschauern zu und erklärt, wo sie sich mit wem befindet. Dann führt sie ihr Gespräch mit Kahn fort. Erst bei der Verabschiedung sieht sie erneut in die Kamera und weist die Zuschauer daheim auf die morgige Sendung hin.

Bei „Menschen bei Maischberger“ steht die Moderatorin am Anfang der Sendung neben den Publikumsreihen. Zuerst begrüßt sie den Saal, danach blickt sie in die Kamera und heißt den Zuschauer vor dem Fernseher zu ihrer Sendung willkommen. Als sie ihm suggeriert, dass der Schauspieler Armin Rohde eine große Bekanntheit ist, erscheint auf dem Bildschirm hinter ihr ein Bild des Stars. Dies erleichtert dem Zuschauer die Identifizierung der erwähnten Person. Auch Renate Künast kommt an der entsprechenden Textstelle ins Bild.

M: <<Blick zum Studiopublikum> (willkommen im berliner tränenpalast,) > <<Blick zum Zuschauer> herzlich willkommen zu (.) MENschen bei MAISCHberger. und das SIND HEUTE Abend; der baRON von SCHILLing. sie KENNen den mann; der ist- es ist der schauspieler armin ROHde. AUßerdem. verbraucherschutzmiNISTERin reNate KÜNast, HEUTE in ihrer rolle im KAMPF FÜR, die äh legehennen; und gegen ministerpräsidenten; UND, ein mann dessen name STÄNDig in der zeitung steht. allerdings so klein, vor allem wenn es um skandAle geht wie neulich. prügelei im dresdner bordell. dafür ist der name seiner MUTter umso GRÖßer in der zeitung. das ist nämlich uschi glas. ist ER der böse bube, oder spielt man IHM böse mit. DAS wollen wir wissen; von, Mtv star BEN teWAAG.>

Wen am Ende der Ankündigung das „wir“ meint, ist nicht eindeutig interpretierbar. Die Neugierde kann sich auf Maischberger und ihr Team beziehen, aber auch den Zuschauern einreden, was sie wissen wollen.

Beckmann begrüßt die „Zugeschalteten“ mit der Standardformel „guten Abend meine Damen und Herren“. Nachdem er am Ende der Sendung das abschließende Programm angekündigt hat, bedankt er sich bei den Zuschauern und verabschiedet sich mit guten Wünschen:

B: [...] beDANke mich SEHR, für ihr interesse- nächsten montag dreiundzwanzig uhr, MAchen sie=s gut; danke. tschüß. DANke marius.

Eine derartige Beziehung zwischen dem Moderator/Interviewer der Sendung und den Rezipienten versucht Günter Gaus nicht herzustellen. Schließlich kommt er auch kaum ins Bild. Gegen Anfang der Sendung verliert er einige Lebensdaten Jauchs mit Blick in die Kamera. Ohne direkte Begrüßung des Zuschauers schließt er diese Informationen sachlich mit den Worten:

G: [...] sehen sie zur perSON, günther jauch.

Eine Verabschiedung oder andere Formen der Einbeziehung finden sich nicht.

Eine Besonderheit hinsichtlich der Ausrichtung auf den Zuschauer zeigt sich im stark bearbeiteten Ohrner-Interview. So sind die nachvertonten Sprecherkommentare Bonings allesamt für die Zuschauer zu Hause gedacht, von Ohrner spricht er in der dritten Person. Dreizehn derartige nachvertonte Kommentare Bonings sind in den Interviewtext montiert. Selbst wenn die Einschübe de facto erst nach der Aufnahme des Interviews produziert und eingebaut werden, sollen sie dem Zuschauer als spontane Gedanken vorgespielt werden. Dies wird deutlich am folgenden Ausschnitt, in dem Boning vorgibt, sich an die eigene Äußerung nicht mehr erinnern zu können:

B: [...] ich kann SEHR schlecht (-) modeRIEren, beziehungsweise TALKmeistern, und GLEICHzeitig teller mit ESsen füllen. das ist mir schon MEHRfach aufgefallen in dieser reihe.

O: ja UND talken und essen. GLEICHzeitig. das ist dann GANZ schwer. ist dann die KÖnigsdisziplin.

S: <<nachvertont> ou. WAS hat er jetzt gesagt? ich hab jetzt nämlich grad gar nicht ZUgehört. ich KANN nämlich nur SEHR schlecht TALKmeistern, und gleichzeitig teller mit ESsen füllen. oder HAB ich das jetzt schon gesagt?>

Auch wenn Boning einen persönlichen Kontakt zum Rezipienten der Sendung intendiert, fehlt die Möglichkeit, ihm zu antworten. Da der Zuschauer also keine direkte Resonanz zeigen kann, nimmt der Sprecher mögliche Einwände auf Zuschauerseite vorweg:

S: <<nachvertont> so:. jetzt warn wir vielleicht ein bisschen SEHR albern. ((schaut sich beschämt im Raum um)) FAST nicht mehr FERNsehtauglich. [...]>

5.3.6.2 Der Einfluss des Zuschauers im Nachhinein

Der Einfluss des Fernsehzuschauers im Nachhinein unterscheidet sich nicht von dem des Radiohörers. Ihm stehen ähnliche Möglichkeiten zur Verfügung sich zu artikulieren. Dass dies eine derart prompte Reaktion mit sich bringt, wie sie Schäffner (2000, 199) schildert, ist jedoch nur in den seltensten Fällen zu erwarten:

„Das Publikum selber artikuliert sich in Briefen, Anrufen und per Fax bei den Sendern, die zum Teil eigene Redaktionen zur Beantwortung der vorgebrachten Anfragen und Beschwerden unterhalten. [...] Die häufigsten Beschwerden richten sich gegen die Werbeunterbrechungen. Bei der ARD (SWF) führten Beschwerdeanrufe 1993 zum Sendeabbruch eines „Tatort“-Krimis, der ausländerfeindliche Gewalt thematisierte.“

5.4 Zusammenfassung „Fernsehinterviews“

Im Vergleich zum Hörfunk erweitert sich beim Fernsehinterview der Medieneinfluss dahin gehend, dass visuelle Informationen parallel zum Gesprächstext möglich sind. Dies können statische Bilder und Texte, aber auch bewegte Bilder sein. Die Situation, in der das Interview stattfindet, wird auditiv und visuell vermittelt, so dass eine Schwerpunktsetzung auf situative Begebenheiten erfolgen kann, ohne dass dies näherer Erklärung bedürfte. Da es sich beim Fernsehen nicht um ein Begleitmedium handelt, der Textanteil demnach höher sein kann, sind die Unterbrechungen nicht so zahlreich wie beim Hörfunkinterview. Nachträgliche Veränderungen, die nicht als solche zu erkennen sind, sind bei Fernsehinterviews schwer realisierbar. Eingesprochene Beiträge jedoch können problemlos eingefügt werden. Da das Fernsehen auch optische Daten vermittelt, kann der Rezipient nonverbale Äußerungen der Gesprächspartner beobachten. Dennoch bietet das Fernsehen nicht die Möglichkeit, so am Gesprächsgeschehen teilzuhaben wie dies einem Studiozuschauer möglich ist. Der Fernsehzuschauer ist immer auf die Bilder der Kamera angewiesen.

Die Macht der Medienmacher im Fernsehen ist wiederum mit der im Hörfunk vergleichbar. Es fällt auf, dass das Starinterview im Fernsehen eine beliebte Textsorte ist. Der Aufbau der Fernsehinterviews ist nicht derart stark normiert wie im Hörfunk. Unterbrechungen sind generell selten. Die Paratexte lassen sich in jene gliedern, die die Primärsituation beeinflussen und jene, die Einfluss auf die Sekundärsituation ausüben. Zu Ersteren gehören Fotos oder eingespielte Spots, die dem Interviewten vorgeführt werden. Innerhalb der Sekundärsituation wird häufig und mehrmals der Name des Interviewten samt Kurzcharakteristikum als Text eingeblendet, Fotos und Videoaufnahmen von ihm o.Ä. Auch Informationen über den weiteren Programmverlauf können eingefügt werden, ohne dass dies den Gesprächsfluss stört, da die Einblendung auf linearer, räumlicher Ebene lautlos erfolgt. *Ntv* liefert überdies Informationen, die weder den Sender noch die Sendung zum Inhalt haben: Die Medienmacher

lassen aktuelle Nachrichten und Börsennotierungen durchs Bild laufen. Bei „WIB Schaukel“ fallen außerdem die eingesprochenen Sprecherbeiträge auf, die deshalb nicht für Verwirrung sorgen, da sie sich rein akustisch vom Fließtext abheben und auch visuell keine Sprechenden zeigen. Zu den Paratexten gehören ferner die Elemente, die den Fließtext einbetten. Hierbei sticht insbesondere die meist positive Schilderung des Interviewten hervor, mitunter kombiniert mit Bildsequenzen des Stars. Da die Gesprächssituation optisch vermittelt wird, können die Medienmacher situative Elemente bewusst gestalten. So kann festgestellt werden, dass die Studiogestaltung, die Präsenz oder Abwesenheit von Publikum, aber auch die Sitzordnung in jedem Interview differieren. Ferner hat die Untersuchung verdeutlicht, dass sich die Bildregie, also Inhalt, Ausschnitt und Perspektive der Kamerabilder je nach Sendung stark unterscheiden. Hier fallen vor allem die Interviews mit Sandra Maischberger auf, die oft während Interviewtenäußerungen lächelnd oder skeptisch blickend ins Bild kommt, nicht nur wenn sie selbst redet. Dadurch wird der Zuschauer in seiner Rezeption gesteuert. Im Gegensatz dazu steht das Interview von Günter Gaus, der nur zu Beginn der Sendung kurz zu sehen ist und nicht einmal während seiner eigenen Sprecherbeiträge zu beobachten ist. Die Kamera fixiert den Interviewten.

Die Gesprächsorganisation auf Interviewerseite zeigt, dass der Sprecherwechsel in einzelnen Fernsehinterviews stark umkämpft ist, wie etwa bei „Menschen bei Maischberger“. Darüber hinaus ist in einigen Interviews der Sprecherwechsel auf nonverbaler Ebene zu sehen. Auf der Beziehungsebene ist deutlich mehr Kompetitivität zu erkennen als im Hörfunk. Interessant ist jedoch, dass sich bei kompetitiver Verhaltensweise auch wieder ein Ausgleichsverhalten auf Seiten des Interviewers zeigt, um das Gespräch nicht zu gefährden, anders als bei der Presse. Zudem können auf Beziehungsebene nonverbale Äußerungen den Inhalt des Gesagten abmildern, somit strategisch eingesetzt werden, wie bei Maischberger zu beobachten ist. Inhaltlich dienen nonverbale Äußerungen meist der Untermalung und Illustrierung des Gesagten. Das Steuerungsverhalten ist nicht so stark ausgeprägt wie in der Presse, aber zum Großteil doch deutlicher erkennbar als beim Hörfunk. Wie auch bei Presse und Hörfunk verhält sich der Interviewer bei der Themenprogression dominant. Im Gegensatz zum Hörfunk können Themenwechsel auch lokal begründet werden, wie Boning dies häufig tut.

Die Gesprächsorganisation auf Seiten des Interviewten ist sehr unterschiedlich. Während Tewaag beständig das Sprecherrecht an sich reißen will, fügt Jauch sich devot in seine Interviewtenrolle und unterbricht so gut wie nie. Auf Beziehungsebene bringen Beobachtungen des nonverbalen Verhaltens Selbstbewusstsein, Aggression oder Unsicherheit zum Vorschein. Der Text ist folglich reichhaltiger als der von Hörfunk und Presse. Inhaltlich fällt insbesondere auf, dass die Tendenz, den Fragen auszuweichen, im Einzelnen stark ausgeprägt ist. Dies mag teilweise daran liegen, dass (insbesondere wenn Studiopublikum vorhanden ist) der Druck auf dem Interviewten sehr hoch ist. Teilweise hängt dies auch mit dem Frageverhalten der Interviewer zusammen.

Studiopublikum ist nur in zwei Interviews vorhanden: bei „Menschen bei Maischberger“ und „Johannes B. Kerner“. Die aktive Textgestaltung des Publikums hängt stark von den Medienmachern ab. Sie bestimmen, wie oft das Publikum zu sehen ist, welcher Ausschnitt wann gezeigt wird. Das Publikum dient als Stellvertreter des Zuschauers zu Hause. Dieser sieht auf dem Fernsehschirm mitunter fröhliche Gesichter, die Freude über einzelne Sprecherbeiträge ausdrücken, Menschen, die sich amüsieren. Er wird in seiner Resonanz beeinflusst. Ein Einfluss auf die Gesprächsbeiträge, also die Primärsituation ist ebenfalls vereinzelt nachweisbar. Bei Kerner bemerkt man, dass beide Gesprächspartner immer wieder versuchen, lustig zu sein. Dies wird schließlich vom Publikum durch Lachen belohnt. Außerdem richten Interviewer und Interviewter mitunter ihren Blick zum Publikum, um beispielsweise Erklärungen anzubringen.

Der Zuschauer zu Hause wiederum hat ähnliche Einflussmöglichkeiten wie im Hörfunk. Darüber hinaus wenden sich insbesondere die Interviewer manchmal mit dem Blick direkt dem Fernsehzuschauer zu, besonders bei Ankündigungen oder Erklärungen. Auch erläuternde, informative oder unterhaltende Sprechereinschübe sind für den Zuschauer vor dem Fernseher gedacht.

6 Das Chatinterview (Internet)

6.1 Hintergrundwissen zum Chatinterview

Der Vorläufer des Chat im Allgemeinen ist der „Internet Relay Chat (IRC)“, bei dem sich beliebige Teilnehmer mithilfe ihres Computers und eines Internetzugangs in thematisch fixierte Kanäle einklinken können, jedoch nicht mithilfe des WWW-Browsers, sondern durch spezielle Software. Die „Chatter“ treten teil-anonym auf, d.h. sie können sich innerhalb des Chats einen bestimmten Namen, ein Pseudonym, wählen, unter dem sie auftreten. Dadurch sind sie für andere Profi-Chatter identifizierbar, können diese Identität aber auch wechseln, sooft sie wollen. Die Kommunikation verläuft schriftlich in getippter Form. Mittlerweile überwacht meist ein Administrator das Kommunikationsgeschehen, der die Möglichkeit besitzt, Teilnehmer aufgrund von obszönen, kriminellen oder beleidigenden Äußerungen auszuschließen. Chat-Communitys, also Gemeinschaften von Chattern, gibt es auf den Websites verschiedener Anbieter, oft Medienanstalten oder Internet-Dienstleistern.

Entwicklung des Chatinterviews

Die Besonderheit des *Chatinterviews* besteht darin, dass die Kommunikation nicht gleichberechtigt zwischen beliebigen Internetbenutzern verläuft, sondern eine bekannte Persönlichkeit im Zentrum des Interesses steht, der gegenüber Fragen oder Kommentare abgegeben werden können. Ist hierbei zusätzlich ein Moderator anwesend, der die Fragen koordiniert und organisiert, wird diese Form des Chatinterviews auch als „moderierter Chat“ (Metzler Lexikon Medientheorie 2002, 50) bezeichnet.

Der Reiz der Textsorte „Chatinterview“ liegt insbesondere darin, dass es sich beim Internet um ein relativ neues Medium mit einer Vielzahl technischer Möglichkeiten handelt. Es eröffnet verschiedene Realisationsformen, so dass das Chatinterview noch keine so festen Normen aufweist wie die Interviews anderer Medien.

Kommunikationssituation im Chatinterview

Abhängig davon, ob es sich um einen moderierten Chat handelt oder nicht, basiert das Chatinterview in der Primärsituation auf einer Kommunikation zwischen anonymen Internetbenutzern als Interviewern, dem interviewten Star und wahlweise einem Moderator bzw. Administrator. Während der Administrator nur eingreift, um die Kommunikation zu lenken, Fragen zu filtern und zu korrigieren, nimmt der Moderator auch aktiv am Gespräch teil.

In der Primärsituation wird mithilfe eines Computers, der an das Internet angeschlossen ist, in der Regel schriftlich und nahezu in Echtzeit kommuniziert. Es besteht eine räumliche Distanz zwischen den Interviewern und dem Star, vergleichbar mit einem Telefonat. Der Chatteilnehmer wählt sich zu einer festgelegten Uhrzeit ins Internet ein, geht auf die entsprechende Website des Interviewanbieters und hat nun die Möglichkeit, mit einem ebenfalls „eingeloggt“ Star zu kommunizieren. Der getippte Text erscheint meist erst bei Betätigung der Return-Taste auf der Bildschirmoberfläche, teilweise wird bereits der Schreibprozess übermittelt. Die Internetnutzer, die sich zeitgleich auf einer bestimmten Website befinden, sind gleichzeitig Interviewer und Zuschauer der Primärsituation. Aufgrund der Vielzahl an Interviews sind sie die meiste Zeit über auf die Position des Zuschauers festgelegt. Wie viele Fragen sie an den Mann/die Frau bringen können, hängt von verschiedenen Faktoren ab, u.a. davon, ob ein Moderator die Fragen filtert.

Die Sekundärsituation ist mit der im Presseinterview vergleichbar. Die monologischen Texte werden nachzeitig rezipiert. Der Text wird dem Leser schriftlich präsentiert, zwar nicht auf Papier, aber auf dem Bildschirm. Im Gegensatz zu den Texten der Printmedien ist er nur bedingt raum-zeitlich indifferent. Schließlich ist die Rezeption von technischen Rahmenbedingungen abhängig und kann nur erfolgen, solange die Medienmacher den Text im Internet zur Verfügung stellen. Wie jeder aus eigener Erfahrung weiß, werden Internetadressen oft ungültig, die Seiten unauffindbar.

Nicht alle Chatinterviews bilden das Chatgeschehen unverändert ab und enthalten chatcharakteristisch eine hohe Anzahl an Tipp- und Rechtschreibfehlern, kurze, meist elliptische Sätze, ein Durcheinander von Äußerungen verschiedener Personen, Emoticons, Frechheiten und Modalität ausdrückende graphische Elemente.¹⁰⁹ Korrekturen und Veränderungen durch die Medienmacher sind möglich.

Die Schwierigkeit der Beschreibung des Chatinterviews liegt insbesondere darin, dass es viele verschiedene Realisationsformen gibt. Vorsicht ist auch dahin gehend geboten, die Eigenschaften und die kommunikative Situation von Chats und Chatinterviews gleichzusetzen. Schließlich entfallen beispielsweise Flüchtigkeits- und Tippfehler, die unter dem Zeitdruck von Chats stattfinden, wenn der Administrator die Fragen auswählt und überarbeitet.

Beschreibung der verschiedenen Chatinterviewformen im Internet

Das Interview, das die Verantwortlichen der Website – mithilfe sämtlicher Komponenten des Mediensystems – dem Rezipienten in der Sekundärsituation präsentieren und das Gegenstand dieser Untersuchung ist, kann sich je nach Kommunikationssituation in seiner Form stärker oder weniger stark an das Presseinterview anlehnen. Bittner (2003, 199) bemerkt dazu:

„So ist das Diskursverhalten in moderierten Chats mehr oder weniger streng reglementiert und kontrolliert, so daß diese Form des Chats einem konventionellen (gedruckten) Interview ähnelt.“

¹⁰⁹ Vgl. Runkehl/Schlobinski u.a. (1998).

Wie bereits angedeutet, gibt es keine einheitliche Textsorte „Chatinterview“ mit gleichen kommunikativen Rahmenbedingungen. Man kann jedoch festhalten, dass zumindest für den Zeitraum der Untersuchung einzelne Textmuster häufiger anzutreffen sind als andere. So sind die Texte in der Regel schriftlich realisiert. Eine Ausnahme bildet ein Videochat (mit Peter Maffay). Stellvertretend für die Chatinterviewer sieht man eine Moderatorin zusammen mit dem Star, die ihm die Fragen der Chatteilnehmer aus einem Notebook vorliest. In der Primärsituation kann dann also weder von spontanen Äußerungen noch von Echtzeit die Rede sein. Dies zeigt, dass sich beim Chatinterview zwar Beobachtungen formulieren, aber keine Grundsätze festschreiben lassen. Oft liegen die Chatinterviews in korrigierter Form vor. Die Fragen sind sorgfältig formuliert, von Zeitdruck ist nichts zu merken. Dies liegt an den unterschiedlichen Entstehungsbedingungen. Bei einigen Interviews passieren die Fragen der Internetbenutzer zuerst die Schwelle eines Moderators, Administrators oder Supervisors, der sie überarbeitet und gegebenenfalls an den Star weitergibt. Der unmittelbare Kontakt zwischen Fragendem und Befragtem geht dadurch verloren. Bei anderen findet die Korrektur im Nachhinein statt.

Die Länge der Chatinterviews variiert. Auffallend kurz ist der Text mit der Band Scooter oder die Schriftfassung des Chatinterviews mit Maffay. Die Interviewlänge ist jedoch nicht so augenscheinlich wie in der Presse, da der Bildschirm immer nur einen Ausschnitt zeigt, der Leser also nicht den kompletten Text vor Augen hat, sondern mit der Maus bis zum Textende „scrollen“ muss. Selten handelt es sich um Texte, bei denen man jeweils nur eine Seite sieht und per Link auf die nächste Seite blättern kann, wie bei *bild.de*. Wenn man die Äußerungseinheiten betrachtet, variieren sie innerhalb dieses Korpus zwischen 16 und 224, im Schnitt gibt es etwa 90 Gesprächsbeiträge. Teilweise wird der Text auch zeitlich beschrieben. Ute Mora und Hansi Hinterseer waren beispielsweise eine Stunde im Chatinterview verfügbar. Der Interviewanlass ist oft so eindeutig wie bei Beckmann, der sein Buch vermarkten will, Scooter, die ihr Grand-Prix-Lied anpreisen oder Jasmin Wagner, die ihre CD verkaufen will. Stars ersten Ranges sind in Chatinterviews eher schwer zu finden. Ferner fällt auf, dass viele Interviews mit jungen Berühmtheiten aus der Musikbranche stattfinden. Die Texte sind offenbar häufig für einen jungen Leserkreis gemacht. Ganz generell gilt für diese Textsorte, dass sie bislang ein Schattendasein führt. Nur wer gezielt nach Protokollen von „Promichats“ oder „Chatinterviews“ sucht, wird fündig.

Ist das Chatinterview ein Interview?

Bevor ich mit der eigentlichen Analyse der Texte anfangen, muss die Frage geklärt werden, ob das Chatinterview überhaupt als Interview bezeichnet werden kann oder ob mit „Chatprotokoll“, „Promichat“, „Chatrückblick“, „Chatmitschrift“, „Chat zum Nachlesen“ oder „Chattranskript“ nicht vielmehr zum Ausdruck kommt, dass es sich um eine eigene Textform, die Textsorte „Chat“ handelt. Die Eigenheit des Chats liegt sicherlich darin, dass in der Primärsituation viele verschiedene Personen zu Wort kommen. Das Gespräch erscheint in

Chatinterviews dadurch häufig ohne Zielorientierung, eine willkürliche Aneinanderreihung von Fragen und Antworten. Ein klarer Unterschied des Promichats im Vergleich zum Chat liegt jedoch darin, dass das Gespräch um eine Person zentriert ist. Es ist eine feste Rollenverteilung zwischen Fragenden und Antwortendem vorhanden, auch wenn diese nicht immer eingehalten wird. Insofern erscheint es mir durchaus gerechtfertigt, diese Form von Chats als „Chatinterview“ zu bezeichnen.

Problematischer als bei Textsorten anderer Medien ist die Abgrenzung des Chatinterviews von anderen Internet-Publikationen. Ein kritisches Beispiel ist das Interview mit Daniel Küblböck. Hier sind die Entstehungsbedingungen nicht die eines gewöhnlichen Chat, sondern die „Viva-Community“ hat dem Star im Chat Fragen gestellt. Küblböck hat nicht unmittelbar geantwortet, sondern seine Antworten per Fax versendet. Welche Zeitspanne zwischen dem Versenden der Fragen und dem Beantworten liegt, ist unbekannt. Das Interview findet sich jedoch im Viva-Verzeichnis „alle Chats im Überblick“. Deshalb will auch ich das Interview zu den Chatinterviews rechnen, da die Kommunikation zumindest einseitig als Chat verläuft.

6.2 Textmaterial “Chatinterviews”

- 1) **Website:** <http://www.n-tv.de/3081784.html> (Stand: 03/2004)
Fließtextlänge¹¹⁰: 167 Äußerungseinheiten (ÄE)
Interviewte: Sandra Maischberger, * 1966, Journalistin und Moderatorin, bekannt durch die Fernsehensendungen „Maischberger“ (ntv) und „Menschen bei Maischberger (ARD)
Themen: die Sendung „Maischberger“, Lob, Kritik und Vorschläge, politische Einstellung, Redaktionsalltag
- 2) **Website:** www.20min.ch/community/chat-events-archiv/story/13221107 (Stand: 03/2004)
Fließtextlänge: 74 ÄE
Interviewte: Jeanette Biedermann, *1981, Sängerin und Schauspielerin, bekannt v. a. durch die TV-Seifenoper „Gute Zeiten Schlechte Zeiten“, Abkürzung: „GZSZ“ (RTL)
Themen: Aussehen, Liebesleben, Konzerte, Kollegen, ihre Rolle in „GZSZ“
- 3) **Website:** www.bild.t-online.de/BTO/index,templateId=renderBodyObenMitteErsatz,image=11650_34.html (Stand: 03/2004)
Fließtextlänge: 77 ÄE
Interviewer: Alexander, * 1983, eigentlicher Name: Alexander Klaws, Gewinner der Casting Show „Deutschland sucht den Superstar“ (RTL), seitdem Musiker
Themen: die neue Single, Liebesleben, Gerüchte, Zukunftspläne, Castings, Fans
- 4) **Website:** www.lindenstrasse.de/lindenstrasse/lindenstrassecms.nsf/x/B3F1406793A0585FC1256D340046EAC?OpenDocument&par=pg01 (Stand: 03/2004)
Fließtextlänge: 95 ÄE
Interviewte: Ute Mora, 1945-2003, Schauspielerin, bekannt als Berta Griese in der „Lindenstraße“ (ARD)
Themen: Lindenstraße, Kollegen, Lebenslauf, Vorlieben
- 5) **Website:** www.ndrtv.de/grandprix/teilnehmer/national/2004_scooter_chat.html (Stand: 03/2004)
Fließtextlänge: 25 ÄE
Interviewte: Scooter, Technoband (H. P. Baxxter (* 1966), Rick Jordan (* 1968) und Jay Frog (* 1976))
Themen: Musik, European Song Contest

¹¹⁰ Die Textlänge kann nur in Äußerungseinheiten angegeben werden, da die Texte oft nur eine Seite umfassen, per Navigationsleiste aber gescrollt, also nach oben weggeschoben werden und somit sehr umfangreich sein können.

- 6) **Website:** www.t-online.de/community/index/evocyx568.htm (Stand: 4/2004)
Fließtextlänge: 16 ÄE
Interviewer: Peter Maffay, * 1949, langjähriger deutscher Rock Musiker
Themen: Tournee, Musikerleben, Karrierepläne
- 7) **Website:** www.prinz.de/chat/mitschnitt/ricky.shtml (Stand: 07/2001)
Fließtextlänge: 215 ÄE
Interviewte: Ricky, * 1975, eigentlicher Name: Marlene Victoria Tackenberg, ehemaliges Mitglied der Mädchen-Rap-Band „Tic Tac Toe“, bekannt durch Lieder wie „Ich find dich scheiße“ und „Verpiss dich“
Themen: Nacktfotos, Urlaub, Tournee, neue CD, Songtexte, Lebensplanung
- 8) **Website:** www.prinz.de/chat/mitschnitt/speckhahn.shtml (Stand: 07/2001)
Fließtextlänge: 224 ÄE
Interviewer: Holger Speckhahn, * 1974, Schauspieler und Fernsehmoderator
Themen: Drogen, Sex, seine Sendung, Lieblingsmusik und Pläne
- 9) **Website:** www2.bluewin.ch/chat/promichats/hansi_hinterseer/# (Stand: 04/2004)
Fließtextlänge: 79 ÄE
Interviewer: Hansi Hinterseer, * 1954, ehemaliger österreichischer Skirennläufer, Volksmusikstar
Themen: Ski fahren, Musik, neue CD, Zukunftspläne, Aussehen, Frauen
- 10) **Websites:** www.mdr.de/olympia/olympia_im_mdr/1289677.html (Stand: 04/2004), www.mdr.de/leipzig-liest/interaktiv/1289677.html (Stand: 05/2004)
Fließtextlänge: 80 ÄE
Interviewer: Reinhold Beckmann, * 1956, Moderator der Talk-Show „Beckmann“
Themen: sein neues Buch, Fußball, Olympia, persönliche Vorlieben
- 11) **Website:** www.viva.tv/5949.php?PHPSESSID=16145917595312a3caa2e0489b6d20c0 (Stand: 01 /2004)
Fließtextlänge: 40 ÄE
Interviewer: Daniel Küblböck, * 1985, bekannt durch die Casting-Show „Deutschland sucht den Superstar“, seitdem Sänger
Themen: das Leben als Bekanntheit, Wünsche, Einstellungen
- 12) **Website:** www.viva.tv/6255.php?PHPSESSID=2301188545dd8cd5107f5644d32a07f5 (Stand: 01/2004)
Fließtextlänge: 92 ÄE
Interviewte: Jasmin Wagner, * 1980, Sängerin, besser bekannt als „Blümchen“ (früherer Künstlername)
Themen: Tournee, die neue CD, Persönliches, Kollegen, TV-Pläne, Aussehen

6.3 Die Textproduzenten und ihr Einflussbereich

6.3.1 Das Medium „Internet“

Was die Computermedien anbelangt, müssten die Begriffe „Internet“ und „Online-Medien“ streng genommen unterschieden werden. Denn „Internet“ meint eigentlich nur die Realisierung des Datenaustauschs zwischen Computern und Netzen durch Übertragungsprotokolle (TCP/IP), die gewissermaßen die physikalischen Voraussetzungen darstellen. Man könnte das Internet auch „Trägerschicht“ nennen. Carsten Winter plädiert deshalb dafür, die einzelnen Internetdienste als Einzelmedien zu benennen, wie E-Mail, Usenet, IRC (Internet Relay Chat)

oder den WWW-Browser.¹¹¹ Das Internet wird somit erst durch die Zuhilfenahme bestimmter Software zum jeweiligen Online-Medium.

Interessant für diese Untersuchungen ist vor allem der WWW-Browser, mit dessen Hilfe u.a. die Webseiten erreicht werden können, auf denen Starinterviews stattfinden und/oder abgebildet sind. Da der WWW-Browser meist mit dem Internet gleichgesetzt wird, soll auch hier die fachliche Unschärfe in Kauf genommen werden und das Internet selbst als Medium bezeichnet werden.

In Gebrauch ist der WWW-Browser seit 1992. Anfangs stand die Nutzung für Forschungszwecke im Vordergrund, doch bereits im Jahr 1994 gerieten die kommerziellen Anbieter (.com) in die Überzahl. Das Internet bestand 1998 aus einem Netzwerk, das aus ca. 150 000 Netzen gebildet wird. Man kann es aus über 170 Ländern von etwa 30 Millionen Computern aus anwählen. Nutzer gibt es seitdem sogar über 100 Millionen. Weiteres Kennzeichen des WWW-Browsers ist die Interaktivität. Der Internetnutzer kann etwa aktiv an Chatprogrammen teilnehmen und mit verschiedensten Personen „live“ kommunizieren. Ein weiteres Merkmal besteht in der Verbindung und Vernetzung verschiedener Texte durch Hyperlinks. Unterschiedliche (Text-) Angebote werden so miteinander verknüpft. Überdies ist der WWW-Browser multimedial. Dies bedeutet, dass er auf der linearen Ebene Schrift und Bilder transportiert, aber gleichzeitig auch Töne und bewegte Bilder (Videosequenzen) vermitteln kann.¹¹²

Das Internet ist zu jeder Tages- und Nachtzeit zugänglich. Die gewöhnliche Beziehung zwischen Rezipient und Emittent ist insofern verändert, als der Rezipient sich das vom Sender Bereitgestellte erst selbst suchen muss. Es gibt unendlich viele Wege durch das Internet, das Angebot ist unerschöpflich:

„Online-Medien wie die WWW-Browser lösen die Differenz zwischen Produzenten und Rezipienten in beträchtlichem Maße auf, weil die Navigation durch Hypertextdokumente den Nutzer zum Produzenten seines eigenen Medienangebotes werden läßt.“ (Winter 2000a, 274f.)

Zwar halte ich es für nicht ganz zutreffend, den Nutzer als „Produzenten“ zu bezeichnen, da er schließlich auf bereits Vorhandenes zugreift, doch er geht seinen eigenen Weg durch das Netz und sucht sich die Informationen oder Unterhaltungsmöglichkeiten, die er nutzen will. Zum Produzenten wird er erst dann, wenn er beispielsweise aktiv an Chatprogrammen teilnimmt und dadurch Texte mitproduziert. Zudem bestimmt seine technische Ausrüstung die Präsentation der Inhalte.

¹¹¹ Vgl. Winter (2000a, 274).

¹¹² Vgl. ebd., 279f.

6.3.1.1 Die schriftliche Vermittlung durch Tippen

Die Besonderheit der Chatinterviewtexte besteht nicht darin, dass sie schriftlich vermittelt werden, denn das haben sie mit den Presseinterviews gemein. Ausschlaggebend ist, dass sie in ihrer Entstehung getippte Texte sind. Da das Tippen bei den meisten Menschen weit langsamer geht als das Sprechen und viele Beteiligte zu Wort kommen wollen, entstehen einige Texte unter Zeitdruck. Dies lässt sich jedoch nur an den Interviews mit Ricky und Holger Speckhahn deutlich, bei Ute Mora und Hansi Hinterseer teilweise erkennen. Bei den beiden erst genannten liegen zusammengehörige Passagen oft weit auseinander, da sich unterdessen andere Interviewer zu Wort gemeldet haben, bevor die eigentliche Frage beantwortet werden konnte:

- A) Nadine>> wo verbringst Du am liebsten Deinen Urlaub?
dude>> ich meine, du wirst doch wohl kaum einfluss drauf haben was du da traellerst
@RICKY>> sonst wuerde ich sie nicht machen, dude
Ricarda>> ICH HAB DIE BILDER BEI MEINEM BRUDER GESEHEN!!!!
A) @RICKY>> In der DomRep und Italien¹¹³

Dadurch dass die Kommunikation getippt, nicht verbal verläuft, stört das Durcheinander an Äußerungen nicht so sehr. Bei akustischer Vermittlung verursachte dies sicher größere Probleme. Dieses Ungleichgewicht von einer Vielzahl an Interviewern mit unterschiedlichem Interesse auf der einen Seite und einem einzigen Interviewten auf der anderen wird durch das räumliche Nacheinander der Äußerungen ausgeglichen.

Da die Texte in ihrer Entstehung getippt sind, herrscht offenbar eine größere Fehlertoleranz als bei anderen geschriebenen Texten. So verwenden einige „User“ der Einfachheit halber nur die Kleinschreibung. Interpunktion existiert nur rudimentär. Tippfehler und Abweichungen von der Orthografie finden sich ebenfalls.¹¹⁴ Die folgenden Beispiele stammen aus dem Interview mit Hansi Hinterseer. Die Unterstreichungen sind von mir und zeigen nicht nur orthografische und grammatische Auffälligkeiten, sondern im zweiten Ausschnitt auch wenig abwechslungsreiche Strukturen:

erdnut wie kam er zu seiner schönen stimme oder zum gesang?
Hansi [...] Zum Profisingen bin ich durch einen Freund von mir, der eing Profi-prodzent ist, gekommen und dass ich so erfolgreich bin, das haben wir beide beim Anfang nicht geglaubt.

Manuela2 hallo Hansi hast du einen Favorit für den Slalom der Männer ?
Hansi Ja, das ist schwierig zum sagen, es ist und bleibt eine Tagesform - es gibt viele heisse Favoriten. Es ist vom Hang her vielleicht nicht so schwer wie Wengen, Kitzbühl odre Schladming, [...]

Mitunter entwickeln sich aus einem Tippfehler auch Seitensequenzen:

¹¹³ Die Zuordnung zusammengehöriger Themen mit Buchstaben stammt von mir.

¹¹⁴ Zum „Spiel“ mit der orthographischen Wortgestalt vgl. Topfink (2002, 175).

tweety>> aber was findest du fuer namen schoen,ricky??
Nadine>> wie alt ist Dein Freund Ricky?
*Pascall>> was wuerde dir gefallen? nenn eins doch pascll!
@RICKY>> Naomi zum Beispiel
tweety>> pascll??
*Pascall>> pascall!

6.3.1.2 Die Primärkommunikation in festen zeitlichen Rahmen

Dass das Chatinterview im Gegensatz zum Presseinterview auch einen zeitlichen Rahmen hat, kommt in den Texten nicht nur durch Tippfehler aus Zeitnot zum Ausdruck, sondern es finden sich Hinweise im Text. Sandra Maischberger war am 18.12. ab 18.30 Uhr als Interviewte im Chat. Reinhold Beckmann sollte von 13 bis 14 Uhr Ansprechpartner sein. Er kam zu spät, was durch den Text dokumentiert wird:

moderator: Liebe Chatterinnen und Chatter, es dauert noch ein paar Minuten. Wir erwarten Reinhold Beckmann um 13 Uhr - 14 Uhr hat er bereits den nächsten Termin.
Sportfr.Schwups: Tachschön!
mieze: Grüße an alle!
moderator: Hallo, JimPoley!
moderator: Unser Gast - Reinhold Beckmann - muss gleich da sein - bitte noch etwas Geduld!

Im Interview mit der Schauspielerin Ute Mora kommt die zeitliche Komponente ebenfalls deutlich zum Ausdruck. Das Chatinterview beginnt „Mon Feb 25 15:58:10 2002“ und endet „Mon Feb 25 17:03:28 2002“. Jede Äußerung ist mit einer Zeitangabe versehen:

[16:28] <Sixt12345> Verstehen sie sich mit allen Kollegen am Set???
[16:30] <Ute_Mora> wir verstehen uns alle gut, aber so häufig sehen wir uns auch nicht
[16:29] <indianmike> also Tatsache ist auch...das Ute M die einzige (ausser Helga nat.) am set ist, die durch die jahre in ihrer Rolle vom aeusseren immer huebscher geworden ist...und kein bisschen gealtert!...Listra haelt eben jung!
[16:31] <Ute_Mora> vielen dank für das kompliment, das tut gut!

Das Beispiel zeigt überdies, dass Frage und Antwort inhaltlich einander zugeordnet wurden, zeitlich aber nicht in dieser Reihenfolge stattgefunden haben.

Dadurch, dass die Kommunikation nahezu in Echtzeit erfolgt, kommt es vor, dass der Interviewte kaum zu Wort kommt, da er mehr mit Lesen beschäftigt ist und nicht schnell genug mit dem Antworten ist. Der Administrator im Interview mit Speckhahn ergreift schließlich Initiative für den Interviewten.

@PRINZ>> Lasst Holger doch mal reden....

Viel über den Ablauf des Interviews, aber auch die Zeitnot des Interviewten verrät der folgende Abschnitt aus dem Chatinterview mit Reinhold Beckmann. Hier werden die Interviewerfragen offensichtlich gesammelt und erst weitergeleitet, wenn die vorherige Frage beantwortet ist:

moderator: Unser Gast hat im Augenblick etwa 20 Fragen zu beantworten - ich fürchte, das werden wir kaum alles schaffen...

6.3.1.3 Die Multimedialität

Dass das Internet und der WWW-Browser multiple Anwendungsmöglichkeiten bereitstellen, wird in Chatinterviews ebenfalls genutzt. Das Internet ermöglicht neben der statischen Gestaltung von Text und Bild auch die Übertragung bewegter Bilder und Ton. So bietet *T-Online* ein Archiv von Chatinterviews an, die teilweise visuell und akustisch zu verfolgen sind. Der Benutzer kann Videosequenzen des Chatinterviews anklicken und ihn erwarten je nach Ausstattung seines Computers mehr oder weniger wackelnde Bildfolgen in schlechter Tonqualität. Zu sehen ist im Text meines Korpus der Interviewte Peter Maffay zusammen mit einer Moderatorin, die aus ihrem Notebook die Fragen der Chatter vorliest. Der Interviewte antwortet mündlich. Einzelne Aspekte dieses Interviews finden sich zusätzlich verschriftlicht als Chatmitschrift.

6.3.1.4 Die Grenzen und die Grenzenlosigkeit des Raums

Chatinterviews erfahren wie Texte von Printmedien räumliche Begrenzungen in Form von Seitenrändern und so genannten „Frames“¹¹⁵, also Rahmenelementen. Einerseits bildet der Bildschirm eine natürliche Grenze, andererseits ist der Anzeigenbereich auf dem Bildschirm oft in verschiedene Teile untergliedert. An den linken und rechten Seitenrändern und oberhalb des Fließtextes befinden sich oft noch weitere Textinhalte und Navigationselemente. Meist ist eine Navigationsleiste am rechten Seitenrand angebracht, mit der man den Bildschirminhalt nach oben schiebt, so dass der Fließtext „weiterlaufen“ kann bis zum Ende. Da der Text also räumlich angeordnet ist, erfährt er durchaus Grenzen.

Dass man im Internet jedoch gleichzeitig den Eindruck von Grenzenlosigkeit erfährt, liegt daran, dass im Vergleich zur Presse eine unendliche Menge an Raum für das Interview und dessen Begleittexte vorhanden ist. Natürlich wäre es aus Emittentensicht wenig sinnvoll, den Leser mit zu viel Fließtext zu überfordern. Darüber hinaus benötigen sehr aufwendige Texte eine längere Ladezeit, bis die Seite aufgebaut ist, und machen den Leser ungeduldig. Es besteht die Gefahr, dass er sich abwendet. Doch allein anhand des Zusatzmaterials in Form von Hyperlinks lässt sich erkennen, was mit „Grenzenlosigkeit“ und wiederum mit „Multimedialität“ gemeint ist. Mithilfe der Randlaufleiste kann der Nutzer auf verschiedene andere Websites mit unterschiedlichem Angebot zugreifen. Klickt man auf einen dieser Links, stehen

¹¹⁵ Eine genaue Erklärung, was sich hinter der Bezeichnung „Frame“ verbirgt, folgt in Kapitel 6.3.2.2.

wiederum verschiedene weiterführende Informationen zur Auswahl. Genau dies meint die Grenzenlosigkeit des Raums, der zwar selbst Begrenzungen aufweist, aber in immer weitere Räume führt. Das Internet zeigt sich in seiner Organisation in Hypertexten¹¹⁶ somit als mehrschichtiges Medium.

6.3.1.5 Die Primärsituation als öffentlicher Raum

Ein weiterer interessanter Raumaspekt der Chatinterviews besteht darin, dass die Interviewpartner trotz der realen räumlichen Trennung – jeder sitzt an einem anderen Ort vor seinem Computer – in einem virtuellen Raum nahezu zeitgleich miteinander kommunizieren. Diesen Raum, also die Website, können sie, wann immer sie wollen, verlassen oder auch wechseln, was im Chatinterview mit Holger Speckhahn zum Ausdruck kommt. Dieser beendet das Interview mit den Worten: „ich bin raus“, oder zieht am Anfang des Interviews plötzlich in die „Koeln Lounge“ um, in der sich andere Chatter unterhalten und scheinbar auf Speckhahn warten. Bereits in der vierten Äußerung des Interviews wundert sich ein Chatter, warum der Interviewte nicht „in colonia“ ist. Nach einiger Zeit kündigt der Moderator die Veränderung an. Die Nummerierung stammt von mir und soll deutlich machen, an welcher Stelle im Text sich die Äußerungen befinden und wie viele dazwischen liegen:

- (4) *BLUME*>> hi holger,die warten schon alle in colonia auf dich
- (17) *BLUME*>> PRINZ ich dachte ihr wolltet nach koeln...die warten da alle!
- (23) @PRINZ>> Na dann HOLGER ! Lass un in den Koelner Raum wechseln!
- (30) katja 26>> holger geh mal nach koeln da sind die ganzen fans
- (39) @PRINZE>> Wer mit Holger chatten will, muss in die Koeln-Lounge. Dort haben wir mehr Platz, Gruesse

Auch die Interviewer können den Raum betreten und verlassen, wann sie wollen. Der Chatter „+ lendenwirbler +“ beispielsweise verlässt mit Äußerung 79 den Chat, um in einen anderen Raum zu gehen. Es vergehen fast 100 Äußerungen, bis er sich zurückmeldet:

- + lendenwirbler +>> holga ich verabschiede mich muss nach stutti
- + lendenwirbler +>> DA BIN ICH WIEDA !

Durch die Möglichkeit, das Interview wie einen öffentlichen Raum betreten und verlassen zu können, kommt es vor, dass Fragen mehrmals gestellt werden, da einzelne Chatter gerade erst eingetroffen sind. Sie kommen beispielsweise zu einem Interview hinzu, dessen Anfang sie nicht miterlebt haben und kennen deshalb die Textgeschichte nicht, wie im folgenden Beispiel.

¹¹⁶ Angelika Storrer nennt drei Merkmale von „Hypertexten“: „Hypertexte sind nicht-linear organisiert; Hypertexte erlauben die Mehrfachkodierung von Daten in verschiedenen Symbolsystemen und deren Übermittlung auf mehreren Sinneskanälen. Hypertexte sind computerverwaltete Texte.“ (Storrer 2000, 227).

Als dieselbe Frage ein zweites und drittes Mal gestellt wird, antwortet der Moderator an Beckmanns Stelle:

Abseits: Sind Sie eigentlich nur "theoretischer Sportler" – oder waren/sind Sie selber aktiv?

Beckmann: Im Moment versuche ich wieder ein bißchen "praktischer" zu werden. Nachdem ich mir bei einem Sportunfall ein Knie zerfetzt habe, kann ich zum Beispiel kein Fußball mehr spielen. Ich gestehe das fehlt mir sehr.

[...]

Heiner: Spielen Sie selbst aktiv Fußball?

moderator: Wurde schon beantwortet - einfach unten auf "Protokoll" klicken - da kann alles noch einmal nachgelesen werden.

[...]

kiwete: Hallo Herr Beckmann, kicken Sie eigentlich noch selber?

moderator: Eine Antwort ist im Protokoll zu finden.

6.3.1.6 Anonymität und Adressierung

Ein wichtiges Merkmal der Chatkommunikation im Allgemeinen ist, dass sie anonym oder teil-anonym verläuft. Der Chatteilnehmer besitzt zwar einen Namen innerhalb der Community und ist unter diesem möglicherweise bekannt. Als Person außerhalb der virtuellen Welt ist er jedoch nicht identifizierbar. Diese Anonymität hat zur Folge, dass einzelne Chatter sich völlig enthemmt zeigen. Um dieses Problem zu umgehen und die Interviewten keinen Frechheiten auszusetzen, gibt es auf Seiten der Medienmacher verschiedene Möglichkeiten, die ich später näher erläutern werde. Im folgenden Beispiel will Ricarda mit ihrem aggressiven Verhalten provozieren. Sie beschimpft die Sängerin Ricky und konfrontiert sie gleichzeitig auf originelle Art und Weise mit Texten ihrer eigenen Lieder¹¹⁷, wenn sie ihr entgegenschmettert:

Ricarda>> RICKY DU BIST SOOO SCHEISSE!!!SO RICHTIG SCH SCH SCH SCH SCHEISSE!!!!

Ricarda>> RICKY VERPISS DICH!!!!!!!

Doch auch wenn die einzelnen Chatteilnehmer sich nur unter einem Pseudonym zu Wort melden, sind sie dadurch innerhalb des Textes identifizierbar und ansprechbar. Die Tatsache, dass sich im Chat viele Menschen kurz hintereinander zu verschiedenen Themen äußern können, macht eine Adressierung der Äußerungen notwendig und erleichtert die Kommunikation. Die Beiträge, die chronologisch untereinander zu finden sind, gehören nicht zwangsläufig inhaltlich zusammen. Der folgende Textausschnitt macht deutlich, wie die Angesprochenen dennoch wissen, dass sie gemeint sind:

katja 26>> HOLGER HASTE AUCH MEINE FRAGE GESEHEN????

AIRborne>> he holgi..wir sehen uns im fernsehen...wink mir dann mal

puppibaer>> holger, was machst du denn jetzt nach toep oef the poepps?

¹¹⁷ Auf dem Höhepunkt der Karriere von Rickys Band „Tic Tac Toe“ waren Hits wie „Verpiss dich“ und „Ich find dich scheiße“ große Kassenschlager.

MELI>> Holger: da magste recht haben, ein versuch ist es immer wert, aber ich will gar nicht moderatorin werden
@HolgerSpeckhahn>> Habe ich beantwortet als du weg warst, kati

In diesem Abschnitt sind vier Äußerungen an Speckhahn gerichtet, während er nur auf eine eingeht. Seine Antwort adressiert er an „kati“.

Man merkt, dass Speckhahn kein geübter Chatter ist, denn er vergisst die Adressierung oft, so dass Missverständnisse entstehen. Während Speckhahn auf die Frage von „katja 26“ antwortet, glaubt der Moderator „@PRINZ“, er sei gemeint. Deshalb die erstaunte Nachfrage:

katja 26>> AHA ICH BIN DRAN... WIE OFT HAST DU SEX???
@PRINZ>> Hattest Du schon mal Sex mit Verona Feldbusch? Blubb..
Anna_gruen>> gerri wer hat schon sex???? und dann noch vor der ehe
@HolgerSpeckhahn>> sex> so oft es geht
BLUME>> ICH HABE NIE SEX,liegt wohl an meinem aussehjen
@PRINZ>> ..mit Verona?

6.3.1.7 Der schriftliche Ausdruck von Modalität und Stimmungen

Bedingt durch die Kommunikationssituation des Primärtextes haben weder Interviewer noch Interviewter oder Moderator die Möglichkeit, die Modalität ihrer Äußerungen durch Prosodie oder nonverbale Mittel auszudrücken. In Zeitungen und Zeitschriften wird das Interview zwar ebenfalls schriftlich vermittelt, verläuft in der Primärsituation aber mündlich, so dass der Interviewer/Redakteur die Äußerungen besser interpretieren und dieses Interpretat in die Schriftfassung einfließen lassen kann. Da nun jedoch das Chatinterview bereits in der Entstehungssituation schriftlich ist, können die Interviewten die Modalität von Äußerungen, die Art und Weise, wie sie ihre Beiträge verstanden wissen wollen, nur schriftlich zum Ausdruck bringen. Hierbei haben sich ganz allgemein in Chats mehrere Methoden durchgesetzt. Durch so genannte Smileys oder Emoticons¹¹⁸ kann verdeutlicht werden, ob eine Äußerung lachend :-) oder mit einem Augenzwinkern ;-) getätigt wurde¹¹⁹. Sie zeigen Bewertungen und Emotionen an. Mithilfe von deutschen oder englischen Akronymen kann auch Lachen ausgedrückt werden, sogar unterschiedliche Intensitäten und Lautstärken. „g“ (von engl. *to grin*, vgl. Abel 1999, 52) meint Grinsen und kann in Sternchen – so genannten Asterisken¹²⁰ – eingebettet sein. Das Grinsen intensiviert sich mit der Anzahl der Buchstaben. „lol“ ist die Abkürzung für „laughing out loud“. Zudem nutzen die Chatter Verbstämme oder auch Verben in der dritten Person Singular, oft von Asterisken eingeschlossen, zum Ausdruck von Gesten, Gedanken oder Emotionen (*grins*), so genannte Inflektive (Tophinke 2002, 179). Teilweise

¹¹⁸ Zur Verwendung von Emoticons in Chat-Kommunikation vgl. Runkehl, Schlobinski u. a (1998, 96f f.).

¹¹⁹ Der augenzwinkernde Smiley wird auch als „Winkey“ bezeichnet und soll laut Abel Ironie zum Ausdruck bringen (vgl. Abel 1999, 95 u. 110). Dies ist je nach Kontext jedoch unterschiedlich. Nach Jasper kann er auch als Flirtversuch verstanden werden (Jasper 1997, 225).

¹²⁰ Asterisken bezeichnet man im „Chat-Slang“ offenbar auch als „wildcard“, wie Rosenbaum in seinem Chat-Lexikon (1999) unter dem Lemma „asterisks“ behauptet.

intensivieren sie das Gesagte durch die Iteration von Zeichen. Will man sich „laut“ äußern, nutzt man die Schreibung in Versalien. Hier einige zusammenhanglose Beispiele aus den Chatinterviews auf *prinz.de*:

+ lendenwirbler +>> *hofft*

Gerri>> *gespannt*

Gonzo>> SEX WAS IST DAS ?

katja 26>> lol anna

Anna_gruen>> HOLGER kleinebeschwerde von katja du ignorierst sie *grins*

Mister X>> wie alt bist du ricarda? *liebfrag*¹²¹

tweety>> *ggggggg*

Ricarda>> Wie wars beim Playboy?????

6.3.2 Der Herausgeber/Channel-Manager

Bei den Herausgebern von Chatinterviews bzw. den Verantwortlichen der dazugehörigen Websites handelt es sich meist um Medienkonzerne, die ihren Schwerpunkt im konventionellen Medienbereich haben. So stammt ein Interview meines Korpus aus dem Internetauftritt des Fernsehsenders *ntv*, zwei vom Musikkanal *viva*, ein anderes ist bei *ndrtv.de* publiziert. Reinhold Beckmann chattet beim *mdr*. Ebenfalls im Zusammenhang mit dem Fernsehen steht die Website zur Fernsehserie „Lindenstraße“, von wo ich das Interview mit Ute Mora habe. Überdies besitzen die Organe der Printmedien meist einen Internetauftritt. Zwei Interviews konnte ich beim Stadtmagazin *Prinz* finden, eines stammt von *bild.de*. Außerdem arbeitet der Internet-Dienst *T-Online* in seinem Internetauftritt publizistisch und veröffentlicht verschiedenste Nachrichten und Unterhaltungsangebote. Darunter stößt man ebenso auf ein Chatarchiv, dem ich die Interviews mit Peter Maffay entnommen habe. Mithilfe von Suchmaschinen fand ich darüber hinaus die Anbieter *20min* und *bluewin*. Bei Letzterem handelt es sich um eine Aktiengesellschaft in der Schweiz, die Internetdienste bereitstellt. *20min* bietet verschiedenste Nachrichten und Unterhaltungsdienste an und vertreibt als schweizer Verlag, der sich auf Inserate spezialisiert hat, auch eine Zeitung mit demselben Namen.

Innerhalb des Medienkonzerns sind so genannte Channel-Manager für bestimmte Ressorts im Internet zuständig.

¹²¹ Runkehl, Schlobinski u.a. (1998, 109) bezeichnen die Verbindung von Infinitformen und anderen Wortgruppen als „infinite Verb-Letzt-Konstruktionen“, Tophinke nennt sie „Inflektivkonstruktionen“ (2002, 179).

6.3.2.1 Der Einfluss auf Raum, Zeit und Interviewer

Es ist Aufgabe des Herausgebers in weitestem Sinne, Tag und Uhrzeit der Primärsituation des Chatinterviews zu veröffentlichen, damit Interviewer bereitstehen. Auf die Auswahl der Interviewer selbst hat er keinen oder kaum Einfluss. Er kann kein festes inhaltliches Ziel vorgeben, sondern allein durch den Moderator Themen einzuleiten versuchen. Der Herausgeber kann allerdings bestimmen, welche Interviewer er zum Chatinterview zulässt und welche nicht. Er legt die Dauer des Interviews fest und entscheidet schließlich auch, ob und wo es veröffentlicht wird, wie leicht es von der Startseite seines Internetauftritts aus zu erreichen ist.

Ein weiterer Aspekt des Chatinterviews, den der Medienmacher in der Hand hat, ist der Zeitraum der Veröffentlichung. Während der Rezipient von Presstexten sich die Zeitung zu einem gewissen Zeitpunkt kaufen muss und sie dann aber rezipieren kann, wann immer er will, verschwindet der Text des Chatinterviews ohne Ankündigung, sobald der Herausgeber es wünscht. Der Maffay-Text beispielsweise funktionierte geraume Zeit nur noch mit Fehlermeldungen, war aber lesbar. Der Versuch, ihn Ende April 2004 erneut zu öffnen, scheiterte. Der Rezipient kann sich also nicht auf diese Datenquelle im Internet verlassen.

6.3.2.2 Textumfang und Textposition

Die Länge der Interviews variiert ebenso stark wie bei den anderen Medien. Genaue Angaben sind aber schwieriger, da die Texte meist per Navigationsleiste nach unten gescrollt werden können, somit nicht auf einen Blick erfasst werden können. Allein beim Interview mit Alexander auf *bild.de* muss man ähnlich wie bei konventionellen Presseinterviews, allerdings per Mausklick, die Seiten umblättern.

Versucht man dennoch eine grobe Beschreibung des Umfangs vorzunehmen, ist das schriftliche Chatinterview mit Maffay mit 16 Äußerungen sehr kurz, während das Interview mit Maischberger 177 Äußerungen umfasst. Die Länge der einzelnen Äußerungseinheiten variiert. Sie können sehr kurz sein, wenn das Chatinterview wie ein Chat unter Zeitdruck abläuft. Findet das Interview auf Interviewtenseite mündlich statt und wird später verschriftlicht, wie bei Peter Maffay, enthält es Kürzungen, die mit denen der Presse vergleichbar sind.

Die Internetauftritte der verschiedenen Anbieter sind teilweise reichlich farbenfroh. So findet sich das Chatinterview von Jasmin Wagner auf orangefarbenem Untergrund mit hellblau. Das Küblböck-Interview zeigt sich auf komplett hellblauem Grund. *bild.de* verwendet hauptsächlich Rot- und Orangetöne. Auch bei Maischberger hat *ntv* Orange als Hintergrundfarbe gewählt.

Wichtig an Chatinterviews ist die Textposition, da der Leser das Interview selbst suchen muss. Selten sind sie auf der Startseite eines Internetauftritts platziert. Oft findet man sie jedoch selbst dann nicht, wenn man gezielt auf der Website nach ihnen sucht. Es ist einfacher, in einer der Websuchmaschinen nach ihnen zu fahnden. Will man wissen, wann ein Live-Chatinterview stattfindet, kommt man an diese Information leichter. Es existieren auch

Programmzeitschriften, die die Chats nach verschiedenen Kategorien sortieren. Dort kann man unter Umständen schneller fündig werden¹²².

Ähnlich wie dies bei Presseinterviews mitunter zu beobachten ist, wird der Interviewtext bei *bild.de* erst durch einen Artikel über den Star angekündigt. Darin befinden sich bereits mehrere Bilder und weitere Links, die zu anderen Alexander-Artikeln führen, unter anderem auch die Hyperlinks: „Lesen Sie hier, was Alex auf die Fragen seiner Fans antwortete...“. So gibt es bei Chatinterviews manchmal mehrere Ebenen, die man überschreiten muss, bevor man zum Interview gelangt.

Betrachtet man die veröffentlichten Interviewtexte genauer, zeigt sich – wie im Internet üblich – der Textkörper eingerahmt in verschiedene Inhalte, die teilweise Bezug zum Fließtext haben, teilweise nicht. Diese so genannten „Frames“ erklärt Bittner (2003, 109) sehr anschaulich:

„Durch die sog. Rahmen- bzw. Frame-Technik ist es möglich, den Anzeigebereich des Browsers in mehrere Teile aufzuteilen, wobei jeder einzelne Rahmen ein eigenes Dokument anzeigt. Auf diese Weise ist es etwa möglich, verschiedene Inhalte und die dazugehörigen Navigationselemente auf technischer Ebene voneinander zu trennen, aber gleichzeitig und unabhängig voneinander anzuzeigen.“

Die journalistische Aufbereitung des Interviewgeschehens orientiert sich klar an Presseinterviews mit dem Unterschied, dass beispielsweise bei Maischberger Links zur „Vita“ angeboten werden. Nicht alle Zusatzinformationen befinden sich auf derselben Seite.

Die Websites der Medienkonzerne sind in dieser Hinsicht alle sehr ähnlich. Unterschiede im Vergleich zu anderen Chatinterviews oder überhaupt Websites beziehen sich hauptsächlich auf die Anzahl an Werbung und die Inhalte der Hypertexte. Der Rahmenaufbau ist aber generell ähnlich.

6.3.2.3 Paratexte

Bei Untersuchung der Paratexte im Chatinterview will ich mich auf zwei Aspekte konzentrieren. Zum einen sollen die Paratexte, die inhaltlich Bezug auf den Fließtext nehmen, mit denen der Presstexte in Vergleich gesetzt werden. Zum anderen besteht eine Besonderheit des Chatinterviews darin, dass sie von einer Reihe von Texten begleitet werden, die inhaltlich unabhängig vom Fließtext sind. Auch sie will ich genauer untersuchen.

Paratexte mit inhaltlichem Bezug zum Fließtext

Paratexte, die in inhaltlichem Bezug zum Textkörper stehen, nehmen keinen so großen Raum ein, wie dies bei Zeitungen und Zeitschriften beobachtet werden konnte. Die Überschriften von Chatinterviews enthalten oft nur die Information, wer der interviewte Star ist. Teilweise sind sie auch dem Fließtext entnommen, wie dies in der Presse oft zu sehen war. Bei *viva.tv* beispielsweise ist die Überschrift „Ich habe meine Lehrer ganz schön genervt“ wörtlich

¹²² Unter www.webchat.de findet man eine Chat-Programmzeitschrift (Stand: 05/2004).

übernommen. Um eine rein inhaltliche Übernahme handelt es sich bei *20min.ch*. „Ich habe die Gene meiner Mutter in mir“ lautet im Fließtext „[...] und ansonsten hab ich die gene meiner mutter geerbt [...]“ und ist eine Begründung dafür, weshalb Jeanette Biedermann keine Diäten machen muss, um schlank zu bleiben. Alexander wird die Äußerung: „Dieter Bohlen ist nicht mein Boss!“, bereits durch die Frage in den Mund gelegt und ist im Kontext sicher nicht der Befreiungsschlag, der hier impliziert werden soll. Es finden sich demnach Parallelen zum Presseinterview, wo Überschriften oft nur nach Gesichtspunkten der Aufmerksamkeitssteuerung gewählt sind, nicht nach Kriterien der inhaltlichen Textnähe.

Was das Lead, betrifft, erweist sich das Chatinterview teilweise als reichlich pragmatisch. Bei *lindenstrasse.de* wird eine Passage aus dem Interview zitiert, die Interviews mit Scooter (*ndrtv.de*) und Jasmin Wagner (*viva.tv*) beginnen ohne Einleitung. Ansonsten bietet sich ein Vergleich mit



Ute Mora im Chatinterview auf *lindenstrasse.de*

der Presse an. Ebenfalls vergleichbar mit den Printmedien ist das obligatorische Foto des interviewten Stars. Es dominieren kleinformatige Agenturfotos, allein von Beckmann (*mdr.de*) und Biedermann (*20min.ch*) ist jeweils ein Foto von der Interviewsituation abgebildet. Alle Fotos sind farbig. Interessant ist in dieser Hin-

sicht das Chatinterview mit Ute Mora, von der sechs Fotos etwa in der Spaltenbreite des Fließtextes auf den Gesamttext verteilt eingefügt sind, die sie während des Interviews zeigen. Die „Lindencam 2“ blendet hierbei auch die Uhrzeit ein. Überdies macht der Ausschnitt deutlich, dass sich der Text vermutlich aus technischen Gründen am linken Bildrand befindet. Die rechte Seitenhälfte ist leer, was bei Presseinterviews eine unmögliche Verschwendung wäre.

Die Vielfalt an Fotos, die man bei Presseinterviews findet, trifft man bei Chatinterviews ebenso wenig wie Bildunterschriften, Zwischenüberschriften o.Ä. an. Stattdessen findet sich eine Vielzahl an weiterführenden Links, die sich meist an der rechten Interviewseite befinden. Hier zeigt sich erneut die Multimedialität des Internets. Die Hyperlinks führen nicht nur zu



Hansi Hinterseer im Chatinterview auf *bluewin.ch*

thematisch relevanten Schrifttexten, sondern beispielsweise zur „Diashow: Jeanette Biedermann chattet“ (*20min.ch*) oder bei *bluwin.ch* zu „Bildern vom Chat“, zur „Homepage des Stars“, „mehr Promichats“ und „Alles zur Ski-WM“. Die Links verweisen also entweder auf Seiten, die den Star selbst beschreiben, oder thematisch passend sind. Bei *viva.tv* kann der Rezipient sogar die Musikvideos („Webvideos“) der Stars mit einem Klick erreichen oder Plattenkritiken durchlesen. *bild.de* verweist bereits im einleitenden Artikel auf Sites, die eine Fotogalerie des Superstars Alexander beinhalten, bietet „Mehr zu Alex“, und neben dem Link zu Babyfotos auch den auf das „Chat-Protokoll“.

Ohne mich in Details verlieren zu wollen, erscheint mir typographisch noch interessant, dass fast alle Texte in serifenlosen Schriftarten verfasst sind. Allein im Interview mit Ute Mora wurde eine Courier-Schrittype verwendet, was dem Interview ein wenig Schreibmaschinencharme verleiht. Antiqua-Schriften wie Courier sind als gängige Zeitungsschriften verbreitet, während die relativ jungen serifenlosen Schriftarten der Groteskschriften im Internet häufig zu finden sind. Sie sind nicht nur Zeichen von Modernität, sondern haben augenscheinlich auch praktischen Zweck, wie ich Wieland/Spielkamp (2003, 125) glauben will:

„Serifenbetonte Schriften flimmern viel eher als serifenlose, was vor allem an ihren unterschiedlichen Strichstärken liegt. [...] Je weniger Pixel vorhanden sind, desto schlechter kann man erkennen, was auf dem Bildschirm zu sehen ist.“

Paratexte mit räumlichem Bezug zum Fließtext

Auch in der Presse oder im Rundfunk gibt es Paratexte, die keinen inhaltlichen Bezug zum Fließtext haben. Dass ich sie allein in diesem Kapitel gesondert beschreiben will, liegt daran, dass es sich um Texte handelt, die vom Fließtext wegführen. Sie sind „Türen“ zu anderen Seiten und stehen somit in Konkurrenz zum eigentlichen Text. So finden sich an den Randleisten meist Links zu weiteren Diensten des Anbieters. Hierunter fallen Angaben zum eigenen Unternehmen, Nachrichten und Informationen jeglicher Art, auch andere Unterhaltungsdienste. Spezifisch für das Chatinterview sind Hyperlinks, die auf ein Chatarchiv oder aktuelle Chats verweisen. Als weitere Paratexte stechen Werbeelemente ins Auge, die statisch – wie in der Presse – oder animiert, also beweglich sein können und per Link zum Werbenden führen. Bei den Texten von *mdr.de* und *ndrtv.de* fällt auf, dass keine Werbung vorhanden ist, und mehr auf Information als auf Unterhaltung Wert gelegt wird. Die Statuten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind somit auch hier verwirklicht. *lindenstrasse.de* kommt ganz ohne Hyperlinks aus. Bei *ntv.de* findet sich die Werbung oben als so genanntes „Werbepanner“ und in den Randleisten links und rechts verteilt (in den „Werbepanels“¹²³), während *20min.ch* eine komplette Randleiste für Anzeigen verwendet. Die Verteilung der Werbekästen in den Randleisten ist jedoch leicht veränderbar, was eine genaue Beschreibung sinnlos erscheinen lässt. Zudem sind die Rahmenelemente variabel, d.h. sie verändern sich im Laufe der Zeit,

¹²³ Zum Fachvokabular des Internets: Hooffacker/Goldmann (2001/95f.).

während der Interviewtext derselbe bleibt. Dass das Interview mit Maffay völlig ohne Randleisten auskommt, abgesehen von einem Chatarchiv, liegt sicherlich an einem technischen Defekt, was ja ebenfalls ein interessanter Aspekt des Chatinterviews ist.

Als letzten Punkt will ich noch die Werbung in eigener Sache anführen. Natürlich sind alle Links, egal ob zu Nachrichten oder Unterhaltungsdiensten, letztlich Werbung des Anbieters für sein eigenes Angebot. Darüber hinaus gibt es aber beispielsweise bei *ntv.de* bereits Hinweise auf Zeit und Ort des nächsten Chats, bei *20min.ch* Links zu einem Gewinnspiel des Anbieters, bei *viva.tv* einen Link auf das momentan laufende Fernsehprogramm, das man mit Hilfe spezieller Programme im Netz verfolgen kann. Das „Chat-Protokoll“ bei *bild.de* kommt abgesehen von navigierenden Links, dem eigenen Logo, der Überschrift und wenigen Anzeigen nahezu ohne Paratexte aus. Diese befinden sich bereits eine Hierarchieebene weiter oben auf der Website, die schließlich das Chat-Protokoll als Link anbietet.

6.3.2.4 Erreichbarkeit des Chatinterviews

Sucht man gezielt nach einem bestimmten Chatinterview, ist es am einfachsten, eine der Suchmaschinen im Internet zu bemühen. Verfolgt man allerdings den „Standort“ eines Interviews, ausgehend von der Startseite eines Anbieters, ist die Frage, wo es zu finden ist. Keines der Interviews befindet sich am Tag dieser Analyse als Link oder Text auf einer Startseite, sondern es ist nötig, über mehrere Links zum Chatinterview zu gelangen. Dies gestaltet sich bei *viva.tv* relativ einfach, da die Interviews bereits auf vierter Ebene zu entdecken sind. Dies bedeutet, dass man auf Ebene 1, der Startseite, den Link „Chatten“ wählen muss. Öffnet sich die zweite Ebene, so klickt man auf „Chatarchiv“, um auf dritter Ebene schließlich „Daniel Küblböck“ mit der Maus anzusteuern. Auf vierter Ebene schließlich kann man das Interview lesen. Vergleichbar einfach gelingt dies auch bei *20min.ch* auf vierter Ebene oder *lindenstrasse.de* und *ntv.de* auf fünfter. Schwieriger gestaltet sich die Suche des Scooter-Chatinterviews. Bemüht man keine der Suchmaschinen, sondern beginnt mit der Startseite der *ARD*, findet man das Interview der Band erst auf der zehnten Ebene und nur dann, wenn man thematisch nach dem „Eurovision Song Contest“ Ausschau hält. Versucht man die Kategorie „Chat-Archiv“ o.Ä. anzusteuern, sucht man vergebens. Das Interview mit Beckmann wiederum kann man nur ausfindig machen, wenn man seinen Namen bei der *mdr*-internen Suchmaschine eingibt. Von der Homepage startend über die Hyperlinks ist es für mich unmöglich, an den Text zu kommen. Zwei weitere Interviews scheinen nur über Internet-Suchmaschinen auffindbar zu sein: die Chatinterviews auf *bild.de* und *bluewin.ch*. Während ich beim ersten Anbieter keine passende Kategorie im „Inhaltsverzeichnis“ finden konnte, bin ich bei *bluewin.ch* zwar bis zu einem Chatarchiv gekommen, in dem aber weder unter der Rubrik „Sport“, noch „Musik“ oder „Diverse“ Hansi Hinterseer aufgelistet ist. Bei *bild.de* öffnet sich beim Direktlink zuerst ein Artikel über Superstar Alexander, von dem aus sich schließlich ein Fenster auftut, das das

Chatinterview enthält. Die Interviews mit Peter Maffay (*t-online.de*), Ricky und Holger Speckhahn (beide *prinz.de*) sind mittlerweile offenbar aus dem Netz verschwunden (Stand: 05/2004). Es bleibt somit festzuhalten, dass die Chatinterviews nicht bei allen Anbietern eine große Rolle spielen. Während sie bei *viva.tv*, *ntv.de*, *20min.ch* und *lindenstrasse.de* vergleichsweise einfach und schnell zu erreichen sind, ist es bei den anderen Anbietern fast unmöglich, durch Zufall oder überhaupt darauf zu stoßen. Sie haben als Textsorte geringe Relevanz, erfreuen sich offensichtlich keiner großen Beliebtheit.

6.3.2.5 Die Festlegung technischer Rahmenbedingungen

Bereits bevor das Chatinterview beginnt, können die Medienmacher durch technische Vorgaben für den Interviewverlauf eine gewisse Steuerung des Primärtextes vornehmen. Hansi Hinterseer gibt beispielweise zu, dass er nicht selbst tippt. Dadurch verläuft das Interview vermutlich flüssiger. Auch bei Beckmann wird am Ende des Interviews erwähnt, dass eine andere Person die Tastatur für ihn bedient hat. Ferner offenbart der Fließtext, dass die Fragen erst gesammelt werden, bevor sie einzeln ausgewählt auf dem Bildschirm beantwortet werden.

Auch beim Interview mit Peter Maffay werden die Fragen offenbar gesammelt und schließlich von der Moderatorin vorgelesen. Dies hat zur Folge, dass die Interviewer nicht auf die Antworten Maffays eingehen können. Es entsteht eine Aneinanderreihung von Frage-Antwort-Sequenzen, die keine Verbindung zu den Folgesequenzen hat. Ähnlich verläuft das Chatinterview mit Küblböck. Die Fragen der Chatter wurden gesammelt, ausgewählt und schließlich Küblböck übermittelt, der die Antworten per Fax versendet hat. Allein durch die Rahmenbedingungen entfällt eine Vielzahl von Chatcharakteristika.

Stellt man den soeben erwähnten Interviews eine Textpassage aus dem Interview mit Holger Speckhahn gegenüber, sticht besonders ins Auge, dass bei *prinz.de* keine Koordinierung stattgefunden haben kann. Die Äußerungen sind durcheinander, die Interviewer melden sich mehrmals zu Wort, und zwar wann immer sie wollen, egal ob mit Frage oder Kommentar:

```
+ lendenwirbler +>> holga stehst du auf maenna ?
@PRINZ>> Na Leute! dann legt mal los...
*BLUME*>> merci frag einfach mal,ich ueberlegs mir dann
+ lendenwirbler +>> *hofft*
+ lendenwirbler +>> ich haett gern ne beziehung mit holga
*BLUME*>> PRINZ ich dachte ihr wolltet nach koeln...die warten da alle!
*Markus>> Einen Wunderschoenen Guten Tag zusammen!!!!
Dr.Schiwago>> HUUH HOLG
+ lendenwirbler +>> holga lass uns daten
@HolgerSpeckhahn>> Sorry, ich stehe nicht auf Menna!
```

Auffällig an den beiden Interviews mit Holger Speckhahn und Ricky ist überdies, dass nur hier dem Interviewten gegenüber imagebedrohende Äußerungen abgegeben werden. Dies kann

Zufall sein oder an den Interviewten liegen. Wahrscheinlicher erscheint mir jedoch, dass dies die einzigen Interviews sind, die ungefilterte Intervieweräußerungen zulassen.

6.3.2.6 Veränderungen des Primärtextes

Veränderungen auf inhaltlicher Ebene

Inhaltliche Veränderungen sind prinzipiell in jeder Hinsicht möglich, genauso wie bei der Presse. Allerdings besteht beim Chatinterview die Gefahr, dass sich nicht nur der Interviewte beschwert, wenn seine Äußerungen in sinnentstellter Form veröffentlicht werden, sondern auch die Interviewer. In Chatkreisen spricht sich sicher schnell herum, wenn der Herausgeber im Nachhinein zu starken Einfluss auf die Texte nimmt.

Interessant hinsichtlich Veränderungen ist das Interview mit Sandra Maischberger. Es besteht aus zwei Teilen. Um den zweiten Teil lesen zu können, muss man den Hyperlink „Protokoll weiter“ am Ende der Seite anklicken. Verwunderlich ist, dass dieser zweite Teil mit einer Antwort Maischbergers beginnt, da sich die Frage dazu nicht am Ende von Teil 1 befindet. Außerdem endet das Interview (am Ende von Teil 2) sehr abrupt mitten in einem Wort, was wohl an Veränderungen der Medienmacher liegt:

Sandra Maischberger : Hat noch nicht geklappt - immer, wenn wir wollen, kann sie nicht. Und wenn sie kann, wollen wir nicht, w

Zudem gibt es im genannten Interview Beschwerden eines Chatteilnehmers, dass zwei seiner Fragen nicht beantwortet wurden. Diese Fragen sind im Text jedoch nicht enthalten.

Veränderungen des Textaufbaus

Veränderungen im Textaufbau sind insbesondere beim Interview auf *lindenstrasse.de* nachvollziehbar, da die Äußerungen mit Zeitangaben versehen sind. Im folgenden Ausschnitt werden drei Fragen nahezu zeitgleich gestellt. Ute Mora schafft es nicht so schnell, alle Fragen zu beantworten. Zwischen ihren Antworten liegen jeweils mehrere Minuten. Um der besseren Lesbarkeit willen wurden die Äußerungen, die sich aufeinander beziehen, schließlich einander zugeordnet:

[16:40] <Beachgirl14> Haben sie Kinder?
[16:49] <Ute_Mora> habe keine. will auch keine mehr!!!!
[16:41] <indianmike> gibt es vielleicht einen tip...um als statist bei euch mitzuspielen?...beim HR ist dies kein Problem...aber nach 4 Tatorten hab ich keinen Bock mehr...immer nur verbrecher zu spielen...
[16:43] <Ute_Mora> als statist kann sich jeder mit foto bei uns bewerben. versuchs doch mal!
[16:41] <Konfuse> was war denn ihr lustigster patzer beim dreh frau mora?
[16:45] <Ute_Mora> das ist immer schwer zu beschreiben, weil die situation eine große rolle spielt. bei einem außendreh mit marie-luise haben wir beide einen solchen lachanfall bekommen, das die szene für 20 minuten unterbrochen werden mußte, weil schwarze bäche über die wangen liefen und wir neu geschminkt werden mußten

Warum bei den anderen Interviews die Folge von Frage und Antwort strikt eingehalten ist, ist nicht so leicht durchschaubar wie im Interview mit Ute Mora. Entweder werden die Äußerungen der Interviewer bereits bei der Durchführung des Interviews gefiltert oder das Interview im Nachhinein verändert. Der weitgehend unveränderte Entstehungsprozess ist nur bei *prinz.de* sichtbar. Hier „reden“ alle Teilnehmer durcheinander:

JamboKwana>> Kennst du Coletrains Naima...Naima - der brings...
Samy***>> das ist mein erstes interview mit einem star
tweety>> *gg*
dude>> genau ! junge muetter sind schwer im kommen
Jane>> Was ist los hier??
JamboKwana>> Muetter sind schon immer schwer da gewesen , Alter...
@RICKY>> Kenn ich nicht, Jambo

Bei *ntv.de* wird das strikte Nacheinander von Frage und Antwort zumindest teilweise durchbrochen, so dass der Chatcharakter im Ansatz erhalten bleibt. Auch im Interview mit Reinhold Beckmann (*mdr.de*) gibt es einige Kommentare, die unbeantwortet bleiben, da sofort eine neue Frage folgt:

Heiner: Ist "Nestwerk e. V." ein Erfolgreiches Projekt?
waterkant: Wird es bei Olympia auch "embedded journalists" geben, die dann quasi mittrainieren. Wäre doch mal 'n neues Event?
Beckmann: Sie wissen doch wie unsportlich Journalisten sind. echte Schreibtischathleten. Die kleinste Bewegung und die erste Zerrung ist da...

Veränderungen auf Satz- und Wortebene

In diesem Kapitel bietet sich wiederum ein Vergleich mit Zeitungen und Zeitschriften an. Dort konnte festgestellt werden, dass in Presseinterviews durchaus Elemente der gesprochenen Sprache zu finden sind, der mündliche Text aber schriftsprachlichen Normen angepasst wurde. Nun ist der Chatinterviewtext in der Regel in der Entstehung bereits schriftlich, die spezifischen Entstehungsbedingungen ziehen besondere Merkmale nach sich. So finden sich in den Interviews mehr Rechtschreib- und Tippfehler als bei der Presse. Dafür, dass es sich um einen Chat handelt, sind diese aber teilweise wenig zahlreich, so dass es mir notwendig erscheint, sie zu markieren, wie hier bei *viva.tv*:

<JasminWagner> Das die No Angels sich getrennt haben, hat mich total geschockt, aber ich kann verstehen, dass sie eine Pause brauchen, dass ist ein harter Job.

Da es sich bei den obigen Fehlern fast um die einzigen handelt, bin ich mir sicher, dass Korrekturen durch die Medienmacher vorgenommen wurden. Noch extremer sind in dieser Hinsicht die Interviews mit Scooter (*ndr.de*) und Alexander (*bild.de*), in denen keine sprachlichen Charakteristika von Chats zu finden sind. Es könnte sich dahin gehend also auch um Presstexte handeln.

Bei Ute Mora ist die Großschreibung nur marginal vertreten. Mit Interpunktionszeichen wird lose umgegangen.

Im Chatinterview von Jeanette Biedermann legen die Medienmacher offenbar keinen Wert darauf, den Text zu korrigieren und ihn der Schriftnorm von Presstexten anzupassen. Die Interpunktion fällt größtenteils weg, Kleinschreibung herrscht vor und orthografische Abweichungen wurden nicht korrigiert:

Jamiroquai hallo Janette ich find dich super süß und mir wird immer warm um das
herz wen ich dich sehe . GZSZ gucke ich jeden tag um dich zu sehen schick mir eine
autogramkarte von dir mein name ist Toni Hab dich lieb Küßchen

Dass sich in diesem Text überdies eine Vielzahl von Emoticons findet, dass eine Intensivierung durch Iteration der Zeichen ausgedrückt wird, Lautwörter verwendet werden oder umgangssprachliche Ausdrücke fallen, mag ebenfalls daran liegen, dass die Medienmacher sie zulassen. Im Chatinterview mit dem Superstar Alexander sind schließlich weder Emoticons noch andere sprachliche Besonderheiten vorhanden, obwohl es sich bei den Fans von Jeanette Biedermann vermutlich um ein vergleichbares Publikum handelt. Völlig ungefiltert, auch auf sprachlicher Ebene, erscheinen wiederum die beiden Chatinterviews auf *prinz.de*. Erst wenn man diese Texte zum Vergleich heranzieht, wird einem bewusst, wie viele Veränderungen bei den anderen Texten wohl stattgefunden haben bzw. wie unterschiedlich die Rahmenbedingungen sein müssen:¹²⁴

katja 26>> WILLSTE EIN BILD VON MIR???

MELI>> na gut, also, kann ich mich ein wenig mit dir unterhalten???

@HolgerSpeckhahn>> das ware schoen

anja>> wie gefaellt dir das chatten holger? schon voellig entnervt?

MELI>> HOLGER, ich kann mir vorstellen das es ziemlich schwer ist vor der
kamera zu stehen und die dinge o zu bringen, so das sie dem publikum
gefallen

@HolgerSpeckhahn>> meli> man mus einfach so sein, wie man ist/entweder
man hat glueck oder nicht

6.3.3 Der Moderator/Administrator/Community-Manager

Die Moderatoren/Administratoren erfüllen in den verschiedenen Chatinterviews unterschiedliche Funktionen. Betrachtet man den Videochat mit Peter Maffay, fungiert die Moderatorin hier als Interviewerin. Im Unterschied zu Interviewern in Presse, Hörfunk oder Fernsehen denkt sie sich jedoch keine Fragen aus, sondern liest die Fragen der Chat-User vor.

Vermutlich an allen Chatinterviews ist ein Moderator oder Administrator beteiligt, auch wenn er nicht immer aktiv ins Geschehen eingreift, sondern nur als Zensor im Hintergrund fungiert. Diese Administratoren fallen in der Publizistik unter den Begriff des „Community Managers“. Dieser kümmert sich um die Kommunikation zwischen dem Medienkonzern und dem

¹²⁴ Genaueres zu Formen und Funktionen orthografischer Abweichungen im Chat s. Topinke (2002).

Rezipienten. Fleischhacker bezeichnet ihn auch als „digitalen Leserbriefredakteur“ (Fleischhacker 2004, 233), weist aber auf dessen erweitertes Aufgabengebiet hin.

6.3.3.1 Technische Überwachung und Organisation des Chatinterviews

Zu den Aufgaben des Administrators zählt die technische Durchführung des Chatinterviews. Bei *20min.ch* meldet er sich zu Wort, um einen Defekt zu melden:

20min oh, die antwort an andreasb ist im system verschwunden! [...]

Auch der Moderator von *mdr.de* kämpft mit technischen Schwierigkeiten, gibt aber kurz darauf Entwarnung und weitere Anweisungen an die Chatinterviewer:

moderator: Jetzt gab es wohl bei unserem Gast ein technisches Problem! Bitte einen Augenblick Geduld.

moderator: IST WIEDER DA. ABER BITTE ALLE FRAGE, DIE NOCH NICHT BEANTWORTET WURDEN, NOCH EINMAL STELLEN!

Im Interview von Beckmann beschränkt sich der Moderator nicht darauf technische Probleme zu lösen, sondern verweist die Chatter auf Links oder gibt Antworten auf einzelne Fragen:

JimPoley: kann mir einer sagen, wer die schweigsame Mieze war??

moderator: Es gibt doch die Möglichkeit, mit jedem Chatgast direkt zu chatten - rechts oben anklicken.

Der Moderator im Interview mit Sandra Maischberger greift ebenfalls aktiv in den Text ein: Er listet beispielsweise einige Fragen der Chatter untereinander auf, die augenscheinlich ein beliebtes Chatthema sind. Dies zeigt, dass ihm die Auswahl und Anordnung der Fragen obliegt. Der Administrator im Interview mit der Sängerin Ricky scheint von Anfang an eingeloggt zu sein. Die anderen Chatteilnehmer wissen, dass er sich im Chatraum befindet, auch wenn er sich nicht äußert. Dies beweist die Frage von Lena kurz nach Beginn des Interviews:

Lena>> Kann der BODYGUARD AUCH TIPPEN???

Erst am Ende des Interviews meldet sich der „Bodyguard“ tatsächlich zu Wort und gibt dort klar seine Funktion innerhalb des Chatinterviews an. Er überwacht das Gespräch und lässt gegebenenfalls „seine Muskeln spielen“. Das bedeutet, dass er während des Chats möglicherweise zensierend eingegriffen hat. Dies ist am Chattertext jedoch nicht erkennbar.

6.3.3.2 Gesprächssteuerung, Begrüßung und Verabschiedung

Bei einigen Interviews übernimmt der Moderator gesprächssteuernde Funktion. Er begrüßt und verabschiedet den Star und/oder die Interviewer. Teilweise kündigt er auch nur die Ankunft des Interviewten an, als ob dieser wirklich gerade zur Tür herein käme. Die unterschiedlichen Varianten der Gesprächsanfänge und -enden sollen die folgenden Beispiele zum Ausdruck bringen. Der erste Ausschnitt findet sich bei Maischberger. Es folgt eine Sequenz aus dem Interview mit Jeanette Biedermann, in der gleichzeitig deutlich wird, welchen Einfluss die Moderatoren auf die Frageauswahl haben:

Moderator: Tusch, Trommelwirbel. Gleich geht's los....

20min user, jeanette hat ein bisschen verspätung. in wenigen minuten wird sie aber hier sein! um euch die zeit ein bisschen zu versüssen, hier ein paar komplimente für jeanette, die bereits bei uns eingegangen sind.

[...]

20min und hier ist sie!!!!!!!!!!!!!!!

20min so, das war leiderleiderleider die letzte user-frage... aber wenn wir alle ganz brav sind, kommt jeanette vielleicht mal wieder? wir jedenfalls wünschen ihr alles gute! danke, dass du hier warst.

Die Gesprächsanfänge durch den Moderator können sehr sachlich sein, wie dies im Interview mit Alexander der Fall ist. Hier lässt sich nichts Medienspezifisches oder Individuelles erkennen. Die Sequenzen könnten auch typische An- und Abmoderationen im Rundfunk sein:

Moderator: Hallo und herzlich willkommen beim Chat mit Alexander!

[...]

Moderator: Leider ist der Chat schon wieder zuende. Schön, dass du hier warst!

Weniger konventionell sind jedoch die Abschnitte bei Beckmann, in denen der Moderator langsam zum Interview hinführt. Beckmann ist offenbar noch nicht eingeloggt. Der Moderator begrüßt einzelne Chatteilnehmer und bittet um Geduld. Auch die Verabschiedung erscheint ungewöhnlich, da die Chatinterviewer gefragt werden, ob sie mit der Beendigung einverstanden sind.

moderator: Hallo, JimPoley!

moderator: Unser Gast - Reinhold Beckmann - muss gleich da sein - bitte noch etwas Geduld!

JimPoley: hey, isser da

moderator: Gleich!

moderator: Schon Fragen an Reinhold Beckmann? Ich sammle sie für ihn.

[...]

moderator: Wollen wir dann Schluss machen - oder gibt es Einwände?

Im Interview mit Speckhahn wird der Interviewte locker und informell mit „Hey Holger“ willkommen geheißen. Das Gespräch selbst leitet der Moderator ebenfalls eher unkonventionell. Er gibt gewissermaßen den Startschuss mit den Worten:

@PRINZ>> Na Leute! dann legt mal los...

Als das Gespräch nicht richtig anzulaufen scheint, einzelne Interviewer sich wundern, dass das Chatinterview nicht in einem anderen Raum stattfindet, ergreift wiederum der Moderator die Initiative und kündigt den „Umzug“ an:

@PRINZE>> Wer mit Holger chatten will, muss in die Koeln-Lounge. Dort haben wir mehr Platz, Gruesse

Während die Moderatoren in allen anderen Interviews den Eindruck erwecken, auf Seiten des Interviewten zu stehen, ihn zu schützen und das Gespräch zu kontrollieren, scheint der Moderator hier keine klare Position zu beziehen. Nachdem Speckhahn sich lange Zeit nicht zu Wort meldet, ist der Moderator in der Not, ihn zum Antworten zu animieren. Er fragt ihn ironisch:

@PRINZ>> Bist Du noch da, Holger?

6.3.3.3 Antwort auf Sach- und Senderfragen

Eine weitere Funktion des Moderators ist es, als Fachmann der Online-Redaktion und des Senders aufzutreten. So greift er insbesondere bei *ntv.de* mehrfach ein, um Erklärungen abzugeben oder Fragen zu beantworten, die rund um die Organisation der Sendung gehen. Er antwortet an Stelle von Maischberger:

Ivan1 : Wann kommt Schroeder zu Ihnen?
Moderator : Der war doch schon da!

kayjaynrw : ich bin erstmals hier, wo gibt es das Forum???
Moderator : Hier: [Link](#)

kayjaynrw : gibt es eine Redaktions-E-Mail Adresse, an die ich Reaktionen zur Sendung schicken kann?
Moderator : info@n-tv.de wird zuverlässig weiter geleitet...

Manorainjan : Gibt es ein email-newsletter, aus dem ich erfahren könnte, wann bei Ihnen welche Gäste sind?
Moderator : So weit die Gäste am Freitag schon feststehen, sage ich im Interaktiv-Newsletter bescheid, den man hier: [Link](#) abonnieren kann.

6.3.3.4 Fragen des Moderators

Dass der Moderator eine Vielzahl an Fragen an den Interviewten richtet, ist nur im Interview von *bild.de* zu finden. Er teilt sich also gewissermaßen die Position des Interviewers mit den Chatteilnehmern. Hierbei fällt auf, dass alle Fragen die Funktion erfüllen, Themenübergänge innerhalb des Interviewtextes zu erzeugen, so dass nicht nur Frage und Antwort Bezug zueinander haben, sondern auch die anschließende Frage ein vorheriges Thema wieder aufnimmt. Dadurch wird ein typisches Chatcharakteristikum verwischt: das wilde Durcheinander verschiedener Themen.

Frage von Tina23: Gibt es schon einen festen Veröffentlichungstermin für deine neue Single „Free like the wind“? Wir können es kaum noch erwarten...

Alexander: Einen festen Termin gibt es nicht, aber ungefähr Mitte Oktober kommt die neue Single. Es ist das Titellied des RTL-Films „Held der Gladiatoren“.

Moderator: Wie kamst du dazu diesen Titelsong aufzunehmen?

Frage von sunnygirlie: Wirst du bei der zweiten Staffel von „DSDS“ auch einen Auftritt haben oder moderieren?

Alexander: Ein Casting habe ich begleitet und auch ein Paar der Bewerber beruhigt. Das Casting in Köln habe ich mitmoderiert und bei den Shows trete ich bestimmt auch auf.

Moderator: Wie ist es eigentlich jetzt zu den Castings zu gehen?

Anders agiert der Moderator bei *prinz.de*, wenn er Holger Speckhahn befragt. Anstatt Themen wiederaufzugreifen, wirft er neue, möglichst spannende Themen in den Raum, um überhaupt ein allgemeines Gesprächsthema zu etablieren:

@PRINZ>> Hattest Du schon mal Sex mit Verona Feldbusch? Blubb..

@PRINZ>> Du hast doch jetzt nen Vertrag mit SAT.1 gemacht. Was machst du jetzt neues?

6.3.4 Die Interviewer

Das vorige Kapitel konnte zeigen, dass neben den Chatteilnehmern auch der Moderator mitunter als Interviewer fungiert. Dies ist jedoch die Ausnahme. In der Regel äußern sich Internetnutzer einer Community, die sich auf einer bestimmten Website eines Anbieters eingeloggt haben. Sie sind unter einem selbstgewählten Pseudonym (auch „Nickname“ genannt) und meist unter Angabe ihrer E-Mail-Adresse als Benutzer der Chatgemeinschaft registriert, möglicherweise sogar unter den anderen Chatteilnehmern bekannt.

Anders als die Interviewer anderer Medien unterstehen die Chatinterviewer nicht dem Medienapparat, der das Interview veröffentlicht, sondern sie treten als unabhängige Individuen auf und verfolgen kein gemeinsames Ziel mit den anderen Interviewern. Dies bedeutet, dass sie größtenteils ohne publizistisches Hintergrundwissen Fragen stellen, die sie interessieren.

Existiert jedoch die technische Rahmenbedingung, dass die Fragen oder Kommentare vorerst von einem Administrator „abgefangen“ werden, besitzt dieser zweifellos Einfluss auf die Fragen, indem er sie auswählt. Ein Verhaltenskodex innerhalb der Chatgemeinschaft, die so genannte „Chatiquette“¹²⁵ soll bereits im Vorfeld Verfehlungen der Chatter vermeiden. Sie dient als praktische und moralische Grundlage. Da die Interviewer in eigenem Interesse handeln, kann es durchaus zu eigennützigen Anfragen an den Interviewten kommen. Schließlich hat man selten derart unmittelbaren Kontakt zu einem Star. So nutzt die Studenteninitiative aus Dortmund ihre Chance, Maischberger um eine Moderation bei einer Podiumsdiskussion zu bitten:

ISMdortmundStudent :

Guten abend Frau Maischberger. Wir sind eine Studenteninitiative der International School of Management in Dortmund und veranstalten am 17.5.2003 ein großes Finance-Symposium. Schirmherr wird Ernst Welteke (Präsident der Bundesbank) sein; Ihr Kollege Raimund Brichta hat schon die Moderation der abschließenden Podiumsdiskussion zugesagt. Wir möchten Sie herzlich zu dieser Veranstaltung einladen und wünschen uns sehr, dass Sie die Eröffnungsrede halten oder die Tagesmoderation übernehmen. Hätten Sie hierzu Lust? [...]

Eine weitere Besonderheit der Interviewer im Chatinterview besteht darin, dass sie nicht von Anfang bis Ende des Interviews teilnehmen müssen. Sie haben ebenso die Möglichkeit, sich nach kurzer Zeit wieder zurückzuziehen. Da es viele Interviewer gibt, der Einzelne also nur wenige Fragen oder Kommentare äußern kann, sind die Interviewer zwangsläufig auch auf die Position des Zuschauers beschränkt. Überdies steht es jedem frei, ob er sich gerne selbst zu Wort meldet oder das Chatgeschehen über weite Strecken lieber passiv verfolgt.

6.3.4.1 Aufbau der Interviewbeiträge

Die Namen als Teil des Textes

Die selbstgewählten Namen der Interviewer bestehen prinzipiell aus sämtlichen Schriftzeichen, die die Tastatur ermöglicht. Einige „Nicknames“ tragen eine Bedeutung, andere nicht. Was die Namengebung anbelangt, fällt Unterschiedliches auf. Neben Vornamen finden sich bei Reinhold Beckmann beispielsweise einige Eigennamen, die mit Sport und somit einem Thema des Chatinterviews in Zusammenhang stehen: „Sportfr.Schwups“, „fußballgott“, „Abseits“ oder „Karate“. Bei Daniel Küblböck zeigen sich alle Varianten von Chatternamen: Vornamen in Kombination mit Ziffern, hierunter auch Jahreszahlen oder Telefonnummern. Abkürzungen sind vertreten und englische Bezeichnungen oder Kosenamen: „Vebugo10“, „steffi2002“, „Michiru011778386“, „cmw973“, „vivagirl“, „angel_SN“, „sarah.maus“. Im zweiten Chatinterview von *viva.tv* mit Jasmin Wagner fallen insbesondere die vielen positiven Eigennamen auf, die bereits Sympathie für die Interviewte ausdrücken. So gibt es Pseudonyme

¹²⁵ Die Chatiquette findet sich unter www.webchat.de/allgemeines/chatiquette.php (Stand: 02/2004)

wie „Superfans“, „jasmin4ever“, „Bl_mchen-Fan9“, „jasminFan“ oder „jasminfan17m“, was wohl andeuten soll, dass es sich um einen männlichen 17-Jährigen handelt. Auffällig sind auch beim Interview mit Alexander die vielen Fan-Huldigungen und Kosenamen, die eher auf weibliche Interviewer schließen lassen. Dass es sich bei „Sunnygirlie“, „Jennykatze“, „Angel-Melle“, „Entenkücken“, „Handybaerchen“, „Angel_Frenzi“, „Sweet_Lynnie“ oder „Alexfangirl“ jedoch tatsächlich um Chatterinnen handelt, ist nur eine Vermutung. Schließlich kann sich jeder den Namen zulegen, den er oder sie will. Sind vorwiegend Kosenamen junger Mädchen vertreten, erzeugt dies im Interview natürlich eine andere Atmosphäre als Namen mit sportlichem Hintergrund (wie bei Beckmann).

Umfang und Anzahl der Interviewerbeiträge

Der Umfang der Intervieweräußerungen variiert je nach Interview stark. Finden die Äußerungen unter Zeitdruck, also ohne vorherige Freigabe durch den Moderator statt, sind sie sehr kurz. Sie umfassen selten mehr als eine Zeile (*prinz.de*). Bei anderen Interviews ist die Länge variabel, aber selten so ausgeprägt wie im Rundfunk. Die Interviewer fassen sich generell kurz. Im intermedialen Vergleich fällt auf, dass die Interviewerbeiträge im Umfang eher der Presse als dem Rundfunk ähneln.

Weitaus interessanter als die Analyse des Umfangs ist die Untersuchung, wie oft sich jeder Chatter innerhalb eines Textes zu Wort meldet. Handelt es sich vorwiegend um Einzeläußerungen oder kommen die Interviewer mehrmals zu Wort? Dies ist je nach Interview völlig unterschiedlich. Im Interview mit Alexander (*bild.de*) ist es bereits eine Seltenheit, wenn ein Interviewer sich zweimal äußert, ebenso bei Peter Maffay (*t-online*), Scooter (*ndrtv.de*), Küblböck (*viva.tv*) und Biedermann (*20min.ch*). Einzeläußerungen dominieren klar. Bei Jasmin Wagner (*viva.tv*) und Hansi Hinterseer (*bluwin.ch*) hingegen gibt es einige Chatter, die mehrmals zu Wort kommen. Deutlich weniger Einzeläußerungen finden sich in den Interviews mit Ute Mora (*lindenstrasse.de*), Sandra Maischberger (*ntv.de*) und Reinhold Beckmann (*mdr.de*). Viele Interviewer melden sich hier mehr als zweimal, bei Mora kommt „indianmike“ beispielsweise neunmal zu Wort, „Kleines Blau“ achtmal und „Beachgirl14“ immerhin noch sechsmal. Eine weitere Steigerung in dieser Hinsicht zeigen die Interviews mit Ricky und Holger Speckhahn (*prinz.de*). So drückt „Samy****“ im Interview mit Ricky 34-Mal seine Meinung aus, „dude“ 25-Mal und „tweety“ 17-Mal.

Struktur der Interviewerbeiträge

Bei der Strukturbeschreibung werde ich die Äußerungen, die nicht an den Star selbst gerichtet sind, unter „Sonstiges“ kategorisieren. Alle Bemerkungen vor und nach seinem Auftritt, ob Fragen oder nicht, sowie alle Äußerungen, die generell nicht als Frage interpretierbar sind, finden sich dort.

Betrachtet man die Tabelle, fallen zwei Dinge sofort auf. Zum einen eine Dominanz in der Kategorie der offenen Fragen bei einigen Interviews, was bislang in keinem anderen Medium

zu erkennen war. Hier fanden sich meist geschlossene Fragen oder auch Äußerungen der Kategorie „Sonstiges“ an erster Stelle.

Offene Fragen legen den Interviewten weit weniger fest. Sie gelten in der Publizistik als Aufforderung zum Sprechen und werden für Gesprächsanfänge empfohlen. Die Chatteilnehmer kommen offenbar nicht über den Gesprächsanfang hinaus. Zum anderen sticht ins Auge, dass in zwei der Chatinterviews eine sehr hohe Anzahl an Äußerungen unter „Sonstiges“ fällt. Hierbei handelt es sich um die Interviews bei *prinz.de*, die ohnehin auch wegen der Vielzahl an Interviewerbeiträgen auffallen. Dass 49 bzw. 68 Prozent der Interviewerbeiträge unter „Sonstiges“ gelistet sind, liegt daran, dass viele Äußerungen keine Frage beinhalten, sondern Kommentare zum Ausdruck bringen oder Begrüßungen neu hinzutretender Chatter sind. Dabei muss berücksichtigt werden, dass die Interviewer immer gleichzeitig als Chatpublikum agieren. Sie haben keine Veranlassung, beständig Fragen zu formulieren, sondern können sich passiv verhalten oder Gesagtes kommentieren.

Die Tatsache, dass auch in den Interviews mit Maischberger, Mora und Beckmann eine im Vergleich zum Presseinterview sehr hohe Anzahl an Äußerungen unter „Sonstiges“ gelistet ist, bringt eine Abgrenzung vom Presseinterview zum Vorschein. Den absoluten Spitzenwert an Äußerungen, die keine Fragen dem Interviewten gegenüber zum Ausdruck bringen, erreichte beim Presseinterview mit 27 Prozent das Interview mit Heinz Hoenig in der *SZ*. Der Durchschnitt ist weit niedriger. Die oben genannten Chatinterviews weisen jedoch Werte um 30 Prozent auf, was als Charakteristikum der Chatsituation angesehen werden kann.¹²⁶ Gleichzeitig enthält das Korpus aber Interviews, in denen keine Frage unter „Sonstiges“ gelistet werden kann, keine einzige Frage als Aussagesatz formuliert ist. Die Unterschiede sind demnach frappant.

Eine weitere Auffälligkeit zeigt sich im Interview auf *bild.de*. Da der Moderator sich sehr oft mit Fragen zu Wort meldet, habe ich ihn ebenso in die Tabelle mit aufgenommen. Sowohl er als auch die Chatteilnehmer verwenden hauptsächlich geschlossene Fragen. Dies rückt das Interview auf *bild.de* in die Nähe von Presseinterviews, was insofern interessant ist, als es bislang in mehreren Bereichen eine Nähe zu Interviews des Printmediums aufgewiesen hat.

¹²⁶ Zwar liegen die Werte dieser Kategorie im Rundfunk je nach Interview ähnlich hoch, doch hat dies andere Gründe (vgl. Kapitel 4.3.3.1)

Tabelle Fragestruktur im Chat

Einteilung	geschlossene Frage	offene Frage	Aussagesatz	Sonstiges	Gesamt
Korpus					
Sandra Maischberger auf <i>ntv.de</i>	28 (26%)	42 (40%)		36 (34%)	106
Jeanette Biedermann auf <i>20min.ch</i>	14 (36%)	19 (49%)	1 (2%)	5 (13%)	39
Alexander auf <i>bild.de</i>	19 (63%)	11 (37%)			30
Alexander Moderator	12 (67%)	4 (22%)		2 (11%)	18
Ute Mora auf <i>lindenstrasse.de</i>	20 (36%)	16 (29%)	3 (6%)	16 (29%)	55
Scooter auf <i>ndrtv.de</i>	3 (25%)	7 (58%)	1 (8%)	1 (8%)	12
Peter Maffay Mitschnitt auf <i>t-online.de</i>	4 (50%)	4 (50%)			8
Ricky auf <i>prinz.de</i>	42 (26%)	30 (19%)	8 (5%)	78 (49%)	159
Holger Speckhahn auf <i>prinz.de</i>	28 (16%)	23 (13%)	5 (3%)	120 (68%)	176
Hansi Hinterseer auf <i>bluewin.ch</i>	11 (28%)	28 (72%)			39
Reinhold Beckmann auf <i>mdr.de</i>	17 (32%)	18 (34%)	1 (2%)	17 (32%)	53
Daniel Küblböck auf <i>viva.tv</i>	8 (40%)	12 (60%)			20
Jasmin Wagner auf <i>viva.tv</i>	24 (53%)	21 (47%)			45

Sprachliche Besonderheiten der Interviewbeiträge

In diesem Kapitel will ich nicht jene sprachlichen Besonderheiten in den Vordergrund stellen, die ihren Grund im Zeitdruck und dem Entstehungsprozess des Chatinterviews haben, wie beispielsweise Ellipsen und Anakoluthen, Kleinschreibung, fehlende Interpunktion u.Ä. Stattdessen sollen all jene sprachlichen Phänomene herausgestellt werden, die unabhängig von den Eigenschaften des Mediums und der Einflussnahme der Medienmacher vorhanden sind. Im Interview von Maischberger fallen beispielsweise in Bezug auf die Lexik einige englische Wendungen auf:

Mondfee : it's time for our Maischy

poolplayer : hallo around

kayjaynrw : hey folks...[...]

Im Interview mit Biedermann werden „kisses“ vergeben, ein „Big Kompliment“ verteilt, die „sweet 'n' sexy“ Ausstrahlung und ihr „Image-turn“ gelobt. Auffällig sind überdies Augmentativbildungen und andere Steigerungsmittel. Die Sängerin ist eine „absolute Zuckerschnecke“, sieht „super stark“, „super süß“, „suuuper sexy“, „suipersüess und unheimlich sexy“ und „absolut genial“ aus. Obwohl die Sängerin Jasmin Wagner ein ähnliches Fanpublikum haben dürfte, enthalten die Fragen nichts vergleichbares. Auch dialektale und umgangssprachliche Wendungen finden sich vereinzelt. Ein Interviewer konstatiert „bist ja net mei Jahrgang“ und „Mädele bei dir rockt's ja“. Ein anderer erklärt: „i finde es super wie du in gysz spielst“. Bei Hinterseer fragt „malibu152“ „isch da de hansi wo singt und ski fährt“.

Interessant in sprachlicher Hinsicht ist wiederum das Interview mit Holger Speckhahn. Hier sind insbesondere einige Äußerungen des Chatters „+ lendenwirbler +“ auffällig, der gesprochene Sprache in lautlicher Hinsicht zu imitieren versucht. So realisiert er die Endsilbenabschwächung und verwendet statt der Endung <-er>, die in der Phonologie als Schwalaut bezeichnet wird, das Graphem <-a>. Dies ist umso interessanter, da der Name des Interviewten auf <-er> endet und er folglich als „holga“ adressiert wird. An Stellen, wo der Interviewer offensichtlich <g> als <ch> ([ç] oder [x]) aussprechen würde, schreibt er <ch>. Verschleifungen sind ebenfalls schriftlich ausgedrückt:

+ lendenwirbler +>> ahhhh da issa ja

+ lendenwirbler +>> tach holga

+ lendenwirbler +>> holga stehst du auf maenna ?

+ lendenwirbler +>> ich auch nich holga - aba macht ja nixn

+ lendenwirbler +>> HOLGA WILSTE JETZT MEIN FROIND WERDEN ?

Im letzten Beispiel wählt der Chatter die lautliche Realisierung des Diphthongs <eu> in Form von Einzelvokalen <o> und <i> und verbindet die Wörter „willst du“ zu einem („WILSTE“). Derartige Verschleifungen finden sich bei anderen Chatinterviewern ebenfalls.¹²⁷ Zudem wird der Interviewte nicht nur mit „Holga“, sondern auch „HOLG“ oder „holgi“ angesprochen. Im Interview mit Ricky finden sich besonders lexikalische Auffälligkeiten. Die Interviewer verwenden teils umgangssprachliche Ausdrücke („Knete“ und „Kohle“ für „Geld“, „atzenurlaub“), vulgäre oder pejorative Ausdrücke wie „traellern“ statt „singen“, „Maul“ statt „Mund“, „all-inclusive bunker“ für „Hotel“ oder „rotzgoeren“ für die weiblichen Fans von Ricky. Dass nicht alle Chatinterviews sprachliche Besonderheiten aufweisen, mag einerseits daran liegen, dass die Moderatoren oder auch Medienmacher den Text verändern oder filtern, andererseits spricht ein Interview mit Reinhold Beckmann andere Interviewer an als eines mit Jeanette Biedermann. Ich kann hier nur konstatieren, dass weder bei Beckmann, noch bei Ute Mora, Jasmin Wagner, Alexander, Hansi Hinterseer, Peter Maffay, Scooter und Daniel Küblböck nennenswerte sprachliche Auffälligkeiten auf Interviewerseite vorhanden sind.

6.3.4.2 Gesprächsverhalten der Interviewer auf Ebene der Gesprächsorganisation

Bei der Gesprächsorganisation im Chatinterview gibt es zwei Möglichkeiten. Entweder der Moderator/die Herausgeber übernehmen durch technische Rahmenbedingungen oder Veränderungen des Primärtextes die Gesprächssteuerung oder das Interview verläuft wild durcheinander. Während bei den beiden älteren Interviews des Textkorpus, die bei *prinz.de* veröffentlicht wurden, jenes „Durcheinander“ zu finden ist, sind alle anderen Interviews dahin gehend anders. Um die Situation noch einmal vor Augen zu führen, die bei Ricky zu finden ist, will ich einen Ausschnitt zitieren. Es kommt sowohl vor, dass sich ein Interviewer mehrmals hintereinander zu Wort meldet, als auch, dass verschiedene Teilnehmer nacheinander Fragen stellen, ohne dass Ricky es schafft, gleich im Anschluss eine Antwort zu geben. Jeder kann sich prinzipiell immer äußern:

Samy***>> ricky widmest du mir mal einen song ?
 @RICKY>> ich kenne dich nicht sammy
 dude>> ich moechte auch nen song gwidmet bekommen.....
 Samy***>> sollen wir uns kennenlernen ?
 Samy***>> klasse also ich bin der samy ne
 JamboKwana>> Ricky, machste mal was mit Puff Daddy zusammen...*g*
 Samy***>> bin 21 und du
 @RICKY>> weiss ich nicht auswendig

Beim Interview mit Mora übernehmen die Medienmacher die Gesprächs- bzw. Textorganisation, indem sie zusammengehörige Äußerungen einander zuordnen.

¹²⁷ Tophinke sieht in orthographischen Abweichungen des Chats ein „Spiel mit Schreibalternativen“ (2002, 175) mit dem Ziel, „eine soziale Situation der Informalität und Nähe“ (2002, 178) herzustellen.

Gemein ist allen Chatinterviews, dass die Interviewer keinen direkten Einfluss auf die Gesprächsorganisation haben. Allein durch ihre Geschwindigkeit beim Tippen können sie bei *prinz.de* steuern, wie schnell ihr Beitrag auf dem Bildschirm erscheint. Sie können durch die Adressierung ihrer Rede kenntlich machen, wen sie mit ihrer Äußerung meinen. Darüber hinaus geschieht es sehr häufig, dass die Interviewer Antworten einfordern oder längeres Schweigen thematisieren, um andere zum Reden zu bewegen. Insbesondere im Interview mit Holger Speckhahn geschieht dies mehrmals. Die Interviewer animieren ihn beispielsweise zum Reden durch „lautes Sprechen“ (indem sie nur Versalien verwenden) oder sprechen ihn direkt an. Diese Methoden sind jedoch nicht zwangsläufig von Erfolg gekrönt:

katja 26>> HOLGER HASTE AUCH MEINE FRAGE GESEHEN????

MELI>> ja Holger, noch da??

@PRINZ>> Lasst Holger doch mal reden....

JimboJons>> eben ;o)

AIRborne>> ach holger is auch noch da

BLUME>> holger rede!

MELI>> ich sollte nach dir rufen HOLGER, vielleicht antwortest du auf die fragen

Überdies geschieht es in einigen Chatinterviews, dass Interviewer sich mitten im Interview grüßend zu Wort melden, um ihre Gesprächsbereitschaft bzw. Anwesenheit kund zu tun. So mischt sich die Chatterin Lola – lange nachdem das Interview mit Beckmann begonnen hat – mit „Tach auch“ in das Interview ein. Als „anja“ bei Speckhahn ihre Anwesenheit grüßend kund tut, führen die übrigen Chatter sie in die momentane Gesprächssituation ein:

anja>> hallo holger

@HolgerSpeckhahn>> hallo anja

+ lendenwirbler +>> anja ich hab mit holga freundschaft geschlossen !

[...]

+ lendenwirbler +>> holga hat top of the rotz modariert

Gerri>> holger is moderator anja

+ lendenwirbler +>> aba die mukke fand er selba rotz anja

6.3.4.3 Gesprächsverhalten der Interviewer auf der Handlungsebene

Bei einer solchen Vielzahl an Interviewern ist es nicht möglich, sie separat zu untersuchen. Um Stimmungstendenzen innerhalb des Chatinterviews zu ermitteln, erscheint es mir sinnvoll, die Interviewer als Einheit zu betrachten und eine ebensolche Analyse anzustellen wie bei den anderen Medien.

Beziehungsebene

Auf der Beziehungsebene lassen sich konträre Beobachtungen machen. Fängt man mit den Interviews von Ricky und Holger Speckhahn an, überwiegen Provokationen. Im Chat können durch Emoticons, typographische Wiederholungen oder auch Akronyme Modalitäten ausgedrückt werden, einzelne Äußerungen beispielsweise als ironisch gekennzeichnet werden. So deutet der folgende Interviewer also durch sein Grinsen an, dass zwischen der Sängerin Ricky und Puff Daddy musikalisch Welten liegen. Die Frage ist als Provokation gedacht:

JamboKwana>> Ricky, machste mal was mit Puff Daddy zusammen...*g*

Ebenso als Imageverletzung zu werten ist es, wenn die Interviewte ausgelacht wird. Im folgenden Auszug amüsiert sich „tweety“ das eine Mal darüber, dass Ricky ihr Alter nicht nennt, ein anderes Mal über ihren Größenwahn, wenn sie angibt mit LL Cool J zusammenarbeiten zu wollen:

Samy***>> bin 21 und du
@RICKY>> weiss ich nicht auswendig
Samy***>> du weisst nicht wie alt du bist
*Pascall>> macht nix!
Samy***>> schade
tweety>> *ggggggg*

@RICKY>> Jambo, lieber mit LL Cool J
JamboKwana>> Is ja auch wurscht...
tweety>> *lachtsichtot*

Allein durch den Textzusammenhang wird im nächsten Ausschnitt klar, dass „Samy***“ die Interviewerin auf den Arm nimmt und sich über sie lustig macht. So gibt er vor, bedrückt zu sein, weil sie ihm kurz zuvor geraten hat, doch abzuschalten:

Samy***>> ricky verzeihst du mir noch einmal ?
[...]
Samy***>> bitteeeeeeeeeeeeeeeeeeeee
[...]
Samy***>> das ist mein erstes interview mit einem star

Bei vielen Äußerungen des Chatinterviews mit Ricky fällt es jedoch schwer, eine eindeutige Zuordnung vorzunehmen. Wenn ich mir nicht sicher war, ob einzelne Chatter ihre Äußerungen ernst oder ironisch meinten, habe ich sie unter „Sonstiges“ gelistet. Dies ändert allerdings nichts an der Tatsache, dass die Kategorie der „Provokationen“ im Interview mit Ricky weit vorne liegt, ganz im Gegensatz zu Interviews anderer Medien. Ein Grund hierfür ist, dass die Interviewer anonym auftreten. Sie fühlen sich weder an Gesprächsmaximen noch an gesellschaftliche Konventionen gebunden. Sanktionen drohen abgesehen vom Rauswurf aus

dem Chat ohnehin keine. Ein anderer Grund liegt darin, dass der Administrator solche Äußerungen zulässt.

Offensichtliche Beispiele für Imageverletzungen, die auch ohne Textzusammenhang als solche zu deuten sind, gibt es viele:

peter>> ICH FINDE ICH BIN KLUG UND RICKY NICHT SO SEHR, ABER DAT MACHT
NIX DENN SIE SIEHT GUT AUS!!

dude>> die songs sind ja auch so praegnant und geben dem hoerer direkt das gefuehl ,
dass die ploetzlich schlau gewordene ricky der welt was sagen moechte

Dass dieses Chatinterview auf der Beziehungsebene alles andere als harmonisch verläuft, hindert den Administrator und Ricky nicht daran, dem Chatinterview im Nachhinein einen positiven Verlauf anzudichten. Beide geben vor, das Interview fest im Griff gehabt zu haben, ein Eindruck, der sich dem Leser so nicht aufdrängt:

@BODYGUARD>> Hey Ricky, vielen Dank! Brauchte meine Muskeln ja gar nicht
spielen zu lassen!

@RICKY>> das hab ich erledigt

@RICKY>> fuer dich

Im Interview mit dem Moderator Holger Speckhahn finden sich zwar nicht derart viele Provokationen wie dies bei Ricky der Fall ist, doch immer noch weitaus mehr als üblich. Hier werden Provokationen so ausgeführt, dass Tabuthemen angesprochen werden, wie z.B. Homosexualität oder Drogen. Da das Thema „Sex“ aber vom Interviewten selbst vorgeschlagen wird („Lass uns doch mal ueber Sex reden, wer will?“), kann ich alle Anschlussfragen nicht als Provokation werten. Ob einzelne Imageverletzungen tatsächlich als solche gedeutet werden können, ist in diesem Interview überdies sehr schwer zu konstatieren. Speckhahn meldet sich nicht sehr oft zu Wort und zeigt demnach selten eine Reaktion. Neben provozierenden Äußerungen fallen die positiven kaum ins Gewicht oder sind nicht als solche kategorisierbar, da man nie sicher weiß, ob es sich nicht um Ironie handelt. Da „anja“ sich aber während des Interviews als kooperativ erweist, will ich die folgende Äußerung positiv deuten. Sie verabschiedet sich von Speckhahn fürsorglich:

anja>> viel spass auf sylt holger *reichtdickejacke*

Es gibt nicht nur Chatinterviews, die in negativer Hinsicht Extreme aufweisen, sondern auch solche, die auffällig viele positive Implikationen oder Schmeicheleien beinhalten. So findet sich im Interview mit Jeanette Biedermann keine einzige Imageverletzung. Stattdessen enthält es eine Vielzahl an Lobeshymnen, von denen ich hier nur einige auflisten will:

Tabelle Verhalten des Interviewers auf Beziehungsebene (Chat)

	schmeicheln, loben	Positives implizieren	zu-/ überein-stimmen	neutrale Äußerung / Sonstiges	nachhaken	nach Gefühlen fragen/ Persönliches enthüllen	kontorn	Negatives implizieren	Unglauben demonstrieren	vorwerfen, unterstellen, kritisieren	offen provozieren, Image verletzen	Summe
Sandra Maischberger auf <i>ntv.de</i>		<u>14</u>	1	75	5		1	4		6		106
Jeanette Biedermann auf <i>20min.ch</i>	<u>16</u>	5		15		2		1				39
Alexander Klaws auf <i>bild.de</i>	2	2		18		<u>5</u>		3				30
Alexander Klaws Moderator		1		14	2			1				18
Ute Mora auf <i>lindenstrasse.de</i>	<u>11</u>	10		33	1							55
Scooter auf <i>ndrtv.de</i>	1			11								12
Peter Maffay video <i>t- online.de</i>	2	2	1	7	2							14
Peter Maffay Mitschnitt auf <i>t-online.de</i>	1	4		3								8
Ricky auf <i>prinz.de</i>		2		85	2			11		1	<u>58</u>	159
Holger Speckhahn auf <i>prinz.de</i>	1	4		117	5	2	1	13		1	<u>32</u>	176
Hansi Hinterseer auf <i>bluewin.ch</i>	4	<u>3</u>		28				3			1	39
Reinhold Beckmann auf <i>mdr.de</i>		1		45			2	4		1		53
Daniel Küblböck auf <i>viva.tv</i>				17		1		2				20
Jasmin Wagner auf <i>viva.tv</i>	1	2		41				1				45

gysz hallo jeanette i finde es super wie du in gysz spielst.meine frage:macht es dir spass diese rolle zu spielen?

Dana Erstmals Kompliment; Deine Auftritte in starsearch fand ich absolut genial...wie gefällt es Dir in der Schweiz? [...]

Nilo Jeanette alle lieben dich!!!

Sandro Hi Jeanette, Du bist wirklich suopersüess und unheimlich sexy zugleich. Schade, sind solche Frauen bei uns in der Schweiz nicht zu finden... :-). Für mich unverständlich, dass Du noch keinen Mann finden konntest, der's richtig ernst meint... sind die alle blind? ;-)

Bei Ute Mora, Hansi Hinterseer und Sandra Maischberger fallen ebenfalls viele positive Äußerungen auf, während bei Alexander einige persönliche Fragen gestellt werden, die vorwiegend auf Beziehungen zu Frauen referieren:

Frage von Sunnygirlie: Hast du eine neue Freundin?

Frage von JennyKatze: Warst du wirklich mal mit Juliette zusammen?

Frage von Katkit: Hast du noch Kontakt zu deiner Ex-Freundin?

Bei Beckmann finden sich vorwiegend neutrale Äußerungen, wobei einzelne Chatinterviewer sich auch kritisch äußern. Auch in allen weiteren Interviews des Korpus dominieren neutrale Fragen deutlich.

Interessant hinsichtlich des Beziehungsaspekts ist überdies, dass Sandra Maischberger und Reinhold Beckmann gesiezt werden. Sowohl bei Ute Mora als auch bei Hansi Hinterseer und Peter Maffay kommen beide Anredeformen vor. In der folgenden Äußerung von „Kurt_oderso“ enthalten die – vermutlich ironisch gemeinten – Schmeicheleien an die Adresse Hansi Hinterseers noch das vertrauliche „du“. Der Angriff auf die Qualität der Musik Hinterseers schließlich schafft Distanz, weshalb der Interviewer zum „Sie“ übergeht:

Kurt_oderso lieber hansi. ich finde es toll wie dein haar durch den wind säuselt währned du singst. aber um auf deine musik zu kommen, warum denken sie, dass sie mit ihrer musik die leute glücklich machen?

Während sich bei Mora das „Siezen“ schließlich durchsetzt, bleibt die Anrede bei Hinterseer und Maffay gemischt. Die förmliche Anrede drückt nicht unbedingt aus, dass die persönliche Neigung der Chatter zu den Stars weniger groß ist, sondern hat vermutlich einerseits mit dem Alter, andererseits mit dem Image der Stars zu tun. Alle anderen Interviewten werden von den Chatinterviewern durchgehend geduzt. Dies liegt daran, dass sie aus der Musikbranche stammen, ein junges Publikum ansprechen und selbst auch relativ jung sind.

Was ich in keinem anderen Medieninterview außer bei Hinterseer finden konnte, ist der Umstand, dass der Star mitunter in der dritten Person Singular angesprochen wird. Dass die Fragen sich an die anderen Chatter richten, finde ich nicht plausibel, da schließlich der Star

selbst sie am besten beantworten könnte. Eine definitive Erklärung muss ich schuldig bleiben. Möglicherweise kennen die Interviewer die genauen Gesprächsumstände und wissen, dass ein Tipper für Hinterseer antwortet:

erdnut wie kam er zu seiner schönen stimme oder zum gesang?

Mars_girl wann kommt eine neue Cd von Hansi?

ilae_be wie alt/jung ist hans?

Außerdem fällt in den Interviews mit Holger Speckhahn, Jeanette Biedermann und Ricky auf, dass die zwischenmenschliche Komponente eine große Rolle spielt. So schlägt ein Interviewer Ricky gleich zu Beginn der Sendung vor, sich mit ihr zu treffen. Dieselbe Idee haben auch „+ lendenwirbler +“ im Interview mit Speckhahn und „Peter_Hotz“ bei Biedermann:

peter>> DOCH!! GEHN WIR MAL ZUSAMMEN INS SPIRIT,RICKYSCHATZ??

+ lendenwirbler +>> holga willst du mit anja und mir ma lustich was untanehmen ?

Peter_Hotz Hallo Jeanette. Wie kann es sein dass eine solch hübsche Frau noch single ist? Den/die Richtige/n noch nicht gefunden? Vielleicht können wir uns mal zu einem Kaffee treffen :-)

Bei Speckhahn wird überdies eine Kuppelerei zwischen ihm und einer Interviewerin in Angriff genommen, ob scherzhaft gemeint oder nicht:

BLUME>> HOLGER biste solo?...anna ist es

katja 26>> holger die anna ist in dich verliebt...

Inhalt der Fragen und Steuerungsvermögen

Auf inhaltlicher Ebene enthalten die meisten Interviews überwiegend Fragen, die die Person selbst zum Inhalt haben. Ausnahme ist das Interview mit Sandra Maischberger, die oft nach ihrer Meinung zu bestimmten politischen Themen befragt wird. Auch Sachverhaltsfragen über ihre Tätigkeit als Journalistin spielen eine Rolle. Beckmann wiederum steht als Experte in Sachen Sport Frage und Antwort.

Ein Sonderfall sind die Interviews auf *prinz.de*. Hier sind viele Äußerungen überhaupt nicht als Fragen oder Äußerungen zu einem bestimmten Thema kategorisierbar. Sie haben oft gesprächsorganisatorische Funktion, wenn ein Chatter sich nach Abwesenheit im Raum zurückmeldet oder überhaupt kund tut, dass er anwesend ist.

Tabelle Inhalt und inhaltliche Steuerung (Chat)

Interview	Inhalt				Inhaltliche Steuerung								Summe
	Meinung	Person des Interviewten	Wissen / Sachverhalt	Sonstiges	Konfrontation mit Thesen und Meinungen	insistierende Frage	präzisierende Äußerung, Beispiel	Frage mit Frage-voraussetzung	Frage mit Antworttendenz	Einwand	Frage ohne Steuerung	Sonstiges	
Sandra Maischberger auf <i>ntv.de</i>	30	21	27	28	6		2	5	8	1	55	29	106
Jeanette Biedermann auf <i>20min.ch</i>	5	30	4					3			30	8	39
Alexander Klaws auf <i>bild.de</i>	5	21	4					4	1		25		30
Alexander Klaws Moderator	1	14	1	2					4		12	2	18
Ute Mora auf <i>lindenstrasse.de</i>	5	42	5	3	3			1	1		34	16	55
Scooter auf <i>ndrtv.de</i>	1	4	5	2					1		9	2	12
Peter Maffay Mitschnitt auf <i>f-online.de</i>		7	1					1			7		8
Ricky auf <i>prinz.de</i>	18	94	7	40	<u>33</u>	2		3	6	1	51	63	159
Holger Speckhahn auf <i>prinz.de</i>	8	111	10	47	<u>29</u>	5	2	3	2		49	86	176
Hansi Hinterseer auf <i>bluewin.ch</i>	5	28	5	1				5	2		32		39
Reinhold Beckmann auf <i>mdr.de</i>	18	16	5	14	3			5	4		26	15	53
Daniel Küblböck auf <i>viva.tv</i>	1	18	1					1			19		20
Jasmin Wagner auf <i>viva.tv</i>	7	32	8					1			44		45

Im Interview mit Holger Speckhahn beispielsweise braucht es zu Beginn des Interviews zunächst elf Äußerungen, bevor eine Frage an ihn gerichtet wird:

@HolgerSpeckhahn>> Hallo Deutschland, wir sind online!
sweetheart>> Wow ! Holger ist da!
kate>> wer ist holger?
BLUME>> hi holger,die warten schon alle in colonia auf dich
+ lendenwirbler +>> ahhhh da issa ja
@PRINZ>> Hey Holger! Schoen, dass Du gekommen bist!
@HolgerSpeckhahn>> Ich gruesse euch alle
BLUME>> ja merci,25,koeln
+ lendenwirbler +>> tach holga
Dr.Schiwago>> hey HOLLG!!!
BLUME>> nochmal hi holger,sonst sacht hier ja keiner was!;-)
+ lendenwirbler +>> holga stehst du auf maenna ?

Zudem kommt es bei beiden Chatinterviews von *prinz.de* häufig vor, dass sich Gesprächssequenzen bilden, die den Interviewten gar nicht als Adressaten im Auge haben. Im nächsten Beispiel schlägt ein Chatteilnehmer im Interview mit Ricky vor, ein Lied anzustimmen, was von drei weiteren Chattern aufgegriffen wird. Die Sequenz ist von der Frage „Janes“ und Rickys Antwort durchzogen.

Nadine>> wollen wir nicht alle zum Schluss noch singen?
tweety>> ich sing auch mit!!
Jane>> okay, wie wird die neue platte?
JamboKwana>> *singt* excuse me while I light my spliff...
Samy***>> tweety aber nur im background
Nadine>> was wollen wir denn anstimmen?
@RICKY>> Super geil, solltest du dir kaufen
tweety>> na danke, *ggg*

Beispiele dieser Art finden sich bei Ricky und Speckhahn mehrere. Mitunter geben die Chatter einfach Kommentare zu einem bestimmten Thema ab. Die Rollenverteilung kehrt sich kurzzeitig um, wenn der Interviewte eine Frage aufwirft, auf die sich mehrere Chatter zu antworten bemüßigt fühlen, im folgenden Beispiel nicht ohne Ironie. Auch wenn es sich hier auf Chatterseite meist nicht um Fragen handelt, ist sicher eine Reaktion von Speckhahn intendiert. Dieser schweigt jedoch standhaft:

@HolgerSpeckhahn>> seid ihr alles einsame herzen, oder...?
Anna_gruen>> noe wieso einsam holger ?
MELI>> glaubst du das Holger????
@PRINZE>> Sex ist wenn zwei Menschen wie Biene um die Blume kreisen
katja 26>> NE BIN STROHWITWE
BLUME>> haesslich und einsam und kontaktscheu
Gerri>> klar holger, hornbrille, bleichgesicht, hasenscharte, alles was du willst
AIRborne>> wir sin chatter alle haesslich un einsam

Neben diesen Besonderheiten des Chatinterviews bei *prinz.de* finden sich Auffälligkeiten, die auch bei anderen Anbietern verbreitet sind. So beginnt und endet das Interview mit Beckmann ohne dessen Anwesenheit. Jeanette Biedermann ist zu Beginn des Chatinterviews noch nicht am Gespräch beteiligt, sondern steigt erst nach einigen Äußerungen ein. Bei *lindenstrasse.de* äußern die Interviewer Lobeshymnen über die Sendung und Ute Mora, bevor die erste Frage fällt. Überdies sticht bei Maischberger hervor, dass die Interviewer persönliche Kommentare zu bestimmten Themen abgeben dürfen, also ihre eigene Meinung äußern können, auch wenn es sich hierbei nicht um Fragen handelt. Das Interview ist somit nicht strikt auf Fragen und Antworten beschränkt, sondern der Administrator lässt Randbemerkungen zu.

jbalsmeier : wie wäre es, wenn Sie einmal ganz normale Bürger oder user des ntv einladen würden ?

Mondfee : und dabei gibt es so viel unentdeckte kleine Helden/Genies

Rolf Mueller : Ich finde, das wäre eine andere Sendung

Sandra Maischberger : Wie gesagt: ich glaube, dass unsere kleine, sehr spezifizierte Sendung das falsche Forum für zufällig ausgewählte Menschen ist. [...]

Eine weitere inhaltliche Auffälligkeit betrifft die Verwendung von Abkürzungen, die Nennung einzelner Personen oder Bezeichnungen, deren allgemeine Bekanntheit nicht vorausgesetzt werden kann. Offensichtlich verfügen die Chatter über ein gewisses Insiderwissen, das für das Verständnis des Textes selbstverständlich ist. Man muss beispielsweise wissen, dass Jeanette Biedermann Schauspielerin in der Seifenoper „Gute Zeiten Schlechte Zeiten“ ist, um die Abkürzung „gzs“ zu verstehen. Nur ein Lindenstraßen-Zuschauer kennt Onkel Franz oder Hajo. Wer den Hintergrund von Alexander nicht mitverfolgt hat, weiß nicht, dass mit „DSDS“ die Sendung „Deutschland sucht den Superstar“ gemeint ist. Es zeigt sich demnach, dass die Texte von einem speziellen Kreis von Chatteilnehmern und für einen ähnlichen Kreis von Rezipienten gestaltet ist, der offenbar über dieses Insiderwissen verfügt. Zumindest gibt es weder Nachfragen noch erklärende Einschübe.

Betrachtet man die Fragen in Hinblick auf ihre inhaltliche Steuerung, dürfte es nicht verwundern, dass die Mehrzahl aller Fragen ohne jegliche Steuerungsfunktion ist. Schließlich handelt es sich nicht um professionelle Interviewer, die ein gemeinsames Ziel verfolgen oder im Auftrag eines Medienapparates agieren. Zwar können einige Fragen so interpretiert werden, dass sie eine Fragevoraussetzung oder Antworttendenz enthalten, die für den Interviewten nicht selbstverständlich ist. Es findet sich allerdings generell ein klares Übergewicht an Fragen ohne Steuerung und Äußerungen, die unter „Sonstiges“ kategorisiert wurden. Allein bei *prinz.de* sticht eine Reihe von Thesen und Meinungen hervor, auf die der Interviewte reagieren soll.

6.3.4.4 Themensteuerung

Beim Themenverlauf im Chatinterview lässt sich kein einheitliches Bild zeichnen. Im Interview mit Ute Mora wurden Fragen und Antworten durch die Redakteure zugeordnet. Jede Frage ist als Einzeläußerung zu verstehen, die ein neues Themengebiet umreißt. Nur selten nimmt ein zweiter Chatter mit einem Kommentar Bezug auf eine Äußerung. Deshalb sind Passagen wie die folgende keine Seltenheit. Die erste Frage hat das Lieblingsklavierstück der Schauspielerin zum Inhalt, die nächste Interviewerin will etwas über ihre Rolle in der Fernsehserie wissen. Als drittes wird gefragt, wie Ute Mora als Schülerin war. Die Themensteuerung liegt im veröffentlichten Text klar auf Interviewerseite:

[16:31] <KleinesBlau> was ist Ihr Lieblingsklavierstück?

[16:32] <Ute_Mora> habe ich nicht. aber ich liebe alles von mozart z.b.

[16:32] <Beachgirl14> Sind sie zufrieden mit ihrer Rolle? Oder was würden sie gerne an ihrer Rolle ändern?

[16:35] <Ute_Mora> ich finde, berta hat eine sehr interessante rolle mit vielen möglichkeiten, über die sich ein schauspieler immer freut.

[16:34] <Marcel> Ute, wie waren Sie früher als Schülerin?

[16:36] <Ute_Mora> leider nicht gerade sehr gut...

Ebenfalls ohne thematischen Zusammenhang stehen die Fragen in den Interviews mit Jasmin Wagner, Hansi Hinterseer, Jeanette Biedermann, Peter Maffay (verschriftlichte Version) und Scooter. Finden sich dennoch mitunter ähnliche Themengebiete nacheinander, kann dies auch zufällig so sein, da die Interviews ohnehin kein weites Themenspektrum abdecken. Es gibt innerhalb dieser Texte keine deiktischen Elemente, die innerhalb der Interviewsituation auf vorher Geäußertes zurückgreifen. Das räumliche Nacheinander der Fragen ist beliebig. Im Interview mit Daniel Küblböck steht bereits im Lead, dass ihm eine Auswahl an Fragen gefaxt wurde und somit ohnehin kein Themenverlauf erkennbar sein kann. Schließlich kannten die Interviewer die Fragen der anderen Teilnehmer nicht.

Was den Themenbereich anbelangt, den das Interview Wagners abdeckt, fällt auf, dass alles zur Sprache kommt, was der Sängerin als Werbung dient. Es verwundert, dass die Interviewer ein so starkes kommerzielles Interesse an Jasmin Wagner haben, also genau das wissen wollen, was sie sicher aus Werbezwecken gerne anbringt. Sie interessieren sich für ihre Tournee, das neue Album, ihre Autogrammkarten, ihre Internetseite, ihre kommenden TV-Auftritte, bedauern, dass sie so selten im Radio präsent ist und wollen wissen, ob sie einen Internet-Shop hat. Darüber hinaus geben ihr die Fragen die Möglichkeit, ihr Desinteresse in Bezug auf Geld und ihre großzügige Spendenbereitschaft zu erwähnen sowie ihre Modelltätigkeit und ihre Ambitionen im TV- und Filmbereich auszuführen.

Eine weitere Besonderheit zeigt sich im Chatvideo mit Peter Maffay und dem Chatinterview mit Alexander. Dort übernehmen die Moderatoren die Aufgabe, thematisch passende Anschlussfragen zu stellen, so dass sich der Charakter eines zusammenhanglosen Frage-Antwort-Spiels verwischt.

Ein etwas anderes Bild findet sich in den Interviews mit Beckmann und Maischberger. Hier kommt es durchaus vor, dass Interviewer Themengebiete von Vorgängeräußerungen aufgreifen, wenn sie ihre Frage stellen. Der thematische Verlauf des Interviews ist demnach nicht völlig willkürlich. Im folgenden Ausschnitt wird das Thema „Buchmesse“ dadurch unterbrochen, dass „fußballgott“ das vorherige Thema „Fußball“ wieder aufnimmt. „JimPoley“ kommt anschließend auf die Buchmesse zurück:

Hamburger: Hallo Reinhold Das erste Mal auf der Leipziger Buchmesse? Wie gefällt's ihnen?

Beckmann: Bin ganz hin und weg. Stimmt, ich bin das erste Mal hier und komme gern wieder.

fußballgott: das heißt aber, sie haben richtig aktiv Fußball gespielt? Und wo?

Beckmann: Bei dem "weltberühmten" Fußballclub: SC Twistringen. Bis zur A-Jugend habe ich durchgehalten und dann demütig erkannt, dass andere besser sind.

JimPoley: Wenn Sie wieder zur Buchmesse kommen wollen, müssen sie aber auch ein Buch bringen - ein neues. Schon Pläne?

Das Problem, dass neue Themengebiete in den Raum geworfen werden, obwohl einzelne Chatinterviewer sich noch zum alten äußern wollen, wird bei Maischberger augenscheinlich. Dadurch, dass so viele Interviewer ohne gemeinsames Ziel agieren, können Themen leicht unterbrochen werden. Während sich „poolplayer“ und „kayjaynrw“ noch zum Thema „Fischer“ äußern wollen, kommt ihnen „Mackenzie“ mit seinen Glückwünschen dazwischen:¹²⁸

(A) Gronwaldo : [...] Es war unendlich viel sinnentleertes dabei, ehrlich gesagt war ich von Fischer total enttäuscht.

(A) Sandra Maischberger : Joschka Fischer hatte gestern eine schwere Position: er kann ja gar nicht alles sagen, was er weiss...

(B) Mackenzie : Hallo, herzlichen Glückwunsch zum Goldenen Lachs. Was machen Sie mit dem ganzen Fisch? 1 Tonne oder?*g*

(B) Kompositum : oh. herzlichen glückwunsch zum nächsten preis!!!

(A) poolplayer : Das Problem hat wohl jeder

(A) kayjaynrw : Fischer: in der Politik geht es nicht um Wahrheit sondern um Wirkung...!!!

Einen weitgehend ungefilterten Chatverlauf hat man in den Interviews auf *prinz.de* vor sich. Hier wählt niemand einzelne Fragen aus, sondern die Interviewer bringen ihr Thema vor, hoffen, dass es aufgegriffen wird, und können das Themengebiet selbst so lange aufrecht erhalten, wie sie wollen. Dadurch geschieht es beispielsweise im Interview mit Ricky, dass

¹²⁸ Gleiche Themengebiete habe ich hier durch gleiche Buchstaben gekennzeichnet.

„dude“ das Thema „Urlaub“ immer weiter verfolgt, obwohl weder die Interviewte noch die anderen Interviewer davon Kenntnis zu nehmen scheinen:¹²⁹

- (33) Nadine>> wo verbringst Du am liebsten Deinen Urlaub?
- (37) @RICKY>> In der DomRep und Italien
- (42) dude>> du hast doch soviel Kohle Ricky! warum dann so nen Atzenurlaub in der dominikanischen oder so?
- (44) @RICKY>> Du hast ja keine Ahnung, dude
- (47) dude>> ahnung wovon?
- (50) dude>> von der dominikanischen hab ich auch keine ahnung
- (60) dude>> ich glaube, ich wuerde nie in der dominikanischen urlaub machen.....
- (67) dude>> es sei denn meine familie wuerde da in den sliums vor sich hinvegetieren oder so
- (69) dude>> aber dann wuerde ich ja erst recht ja nicht hinfahren
- (73) dude>> die leute in den all - inclusive bunkern muessten auch auf deine mucke stehen

Diese Sequenz zeigt klar, dass die Themensteuerung hier in der Macht jedes Einzelnen liegt, auch wenn er keine Möglichkeit hat, die Interviewerin zu einer Antwort zu zwingen. Eine weitere Auffälligkeit dieses Chatinterviews ist demnach, dass ein Thema bereits nach einer Äußerung wieder „untergeht“ oder sich mehrere Themen überlappen. Mitunter bleibt auch der Bezug unklar, so dass eine Antwort auf mehrere Fragen passen kann. Dieser kurze Abschnitt enthält fünf verschiedene Themengebiete (A-E). Je nach Interpretation bleibt Thema B oder D ohne Resonanz, „dude“ ist an zwei Themensträngen beteiligt (A und C):

- (A) dude>> ricky, auf was fuer ner schule warst du in dortmund?
- (A) @RICKY>> auf einer realschule
- (B) Nadine>> triffst Du Dich noch mit Lee und Jazzy?
- (C) rob>> Ricky: willst du auch englischsprachige Lieder schreiben ???
- (D) Lena>> Kann der BODYGUARD AUCH TIPPEN???
- (A) dude>> echt? ahste da auch nen abschluss gemacht?
- (C) @RICKY>> das wirst du auf meinem Album hoeren, rob
- (E) Jennifer>> Ricky, wohnst Du noch im Ruhrgebiet?
- (C) dude>> bloss nix englischsprachiges
- (A) @RICKY>> ja, 10. Klasse
- (B/D) @RICKY>> Ja
- (C) dude>> ricky, kannst du deine eigenen mucke denn auch selber ertragen?
- (E) @RICKY>> nein, jennifer

Besonders verwirrend ist der Themenverlauf im Interview mit Holger Speckhahn. Dies liegt einerseits daran, dass die Interviewer kaum (ernstzunehmende) Fragen stellen. Es scheint niemand wirkliches Interesse an dem Star zu haben, viele Interviewer kennen ihn offenbar gar nicht. Andererseits verhält sich der Interviewte auch sehr zurückhaltend und meldet sich selten zu Wort. So ergeben sich Passagen wie die folgende, wo hauptsächlich Einzeläußerungen aneinandergereiht sind. Es scheint sich überdies das Paradoxon zu ergeben, dass es

¹²⁹ Die folgende Nummerierung der Gesprächsbeiträge stammt von mir und soll deutlich machen, wie viele Äußerungen jeweils zwischen denen „dudes“ liegen, die thematisch nicht dazu gehören.

Äußerungen gibt, die auf andere verweisen, ohne dass das Bezugsobjekt auffindbar ist (hier durch „X“ gekennzeichnet). Dies kann daran liegen, dass die Redaktion Äußerungen herausgenommen hat. Möglich ist aber auch, dass einzelne Beiträge nicht auf dem Bildschirm erscheinen, da sie „geflüstert“ geäußert wurden. Nur der Adressat kann sie sehen:

- (A) Peewee>> was machst du zur zeit ?
- (A) @HolgerSpeckhahn>> Tach Peewee
- (B) Gonzo>> *GRUSS ALLES LEBEN*
- (C) katja 26>> HOLGER HASTE AUCH MEINE FRAGE GESEHEN????
- (D) AIRborne>> he holgi..wir sehen uns im fernsehen...wink mir dann mal
- (A) puppibaer>> holger, was machst du denn jetzt nach toep oef the poepps?
- (X) MELI>> Holger: da magste recht haben, ein versuch ist es immer wert, aber ich will gar nicht moderatorin werden
- (C) @HolgerSpeckhahn>> Habe ich beantwortet als du weg warst, kati
- (E) AIRborne>> is holger moderator ?
- (A/E) @HolgerSpeckhahn>> Sat 1
- (C) katja 26>> JA TOLL
- (A/E) puppibaer>> sat 1 ist doch auch nett

Der gesamte Themenkomplex C ist unverständlich, da „katja 26“ bislang innerhalb des Interviewtextes noch keine Frage gestellt hat. Worauf sich die Antwort Speckhahns („Sat 1“) bezieht, bleibt zweideutig. „puppibaer“ meint offensichtlich, dass seine Frage beantwortet wurde, denn er führt das Thema fort. Der Textausschnitt zeigt ferner, dass ein Themengebiet von mehreren Interviewern bestritten werden kann. „puppibaer“ greift die Frage „Peewees“ wieder auf, da diese ohnehin unbeantwortet geblieben ist.

Ein weiterer interessanter thematischer Aspekt, der sich im Interview mit Holger Speckhahn offenbart, ist die Ohnmacht des Interviewten, wenn unangenehme Themen den Raum einnehmen. Für die Frage, ob Speckhahn Drogen konsumiert, interessieren sich im Verlauf des Interviews immer mehr Chatter. Nachdem „+ lendenwirbler +“ das Thema eingeführt hat, äußern sich „katja 26“, später „AIRborne“, „catwoman“, „Gonzo“ und „Anna_gruen“. Es dauert lange, bis ein neues Thema von den Drogen ablenkt.

6.3.5 Der Interviewte

Beim Chatinterview handelt es sich um eine junge Textsorte, die sicherlich nicht jeder Star als Medienplattform liebt. Dies liegt einerseits daran, dass die Fragen in der Regel nicht vorhersehbar und absprechbar sind, da sie spontan von einem unbekanntem Kreis an Interviewern formuliert werden. Zudem ist es nicht jedermanns Sache, schnelle Antworten auf dem Computer zu tippen, sich überhaupt schriftlich zu äußern und Äußerungen zu formulieren, die möglichst kurz und prägnant sind, während sie gleichzeitig das richtige Image übermitteln.

Betrachtet man das Textkorpus, fällt auf, dass die Chatinterviews hauptsächlich von jungen Stars der Musikbranche bestritten werden. Hierunter fallen die Sänger und Sängerinnen wie Ricky, Jeanette Biedermann, Jasmin Wagner, Daniel Küblböck und Alexander. Ebenfalls dem

Musikbusiness zuzuordnen sind Peter Maffay und die Band Scooter. Hansi Hinterseer tritt in diesem Interview in erster Linie als ehemaliger Skirennläufer, gleichzeitig aber als Schlagerstar auf. Außerdem wird der junge Moderator Holger Speckhahn befragt. Ein wenig aus der Reihe fallen die Schauspielerin der „Lindenstraße“ Ute Mora, der Sport- und Talk-Show-Moderator Reinhold Beckmann und die prämierte Journalistin und Moderatorin Sandra Maischberger nicht nur hinsichtlich ihrer Persönlichkeit und ihres Berufs, sondern auch in Bezug auf den Anlass des Interviews. Während fast alle Musiker gerade ein Lied oder Album herausgebracht haben und/oder auf Tournee gehen, sind die Verkaufsinteressen bei den anderen Interviewten nicht so deutlich. Ricky gibt ohne Umschweife zu, dass sie das Interview aus kommerziellen Gründen bestreitet:

Nadine>> was haben die vom Prinz Dir bezahlt dass Du hier warst?

@RICKY>> das ist Promotion

Hinterseer befindet sich aus Anlass der aktuellen Ski-WM im Chat. Bei Holger Speckhahn scheint allgemeine Publicity der Grund für sein Auftreten zu sein. Für Ute Mora gibt es anscheinend keinen unmittelbar aktuellen Grund für das Interview. Um den Kultstatus der Fernsehserie und den Kontakt zu den Fans aufrechtzuerhalten, werden bei *lindenstrasse.de* reihum verschiedene Schauspieler zum Chatinterview geladen. Reinhold Beckmann befindet sich gerade in Leipzig auf der Buchmesse, um sein neues Olympia-Buch zu präsentieren und nutzt durch den Chat nicht nur die Möglichkeit, es bekannt zu machen, sondern tritt als Sport- und Olympia-Experte auf. Sandra Maischberger präsentiert zur Entstehungszeit des Chatinterviews täglich eine Interviewsendung auf dem Sender *ntv* und steht hier gewissermaßen ihrem Publikum Rede und Antwort.

Presse- und Chatinterview haben gemein, dass der Rezipient nicht nachprüfen kann, ob das Interview tatsächlich vom Star selbst bestritten wurde, weshalb mitunter Zweifel ausgedrückt werden:

JimPoley: [...] Hallo Moderator, wenn Beckmann nicht mehr da ist, warum ist er dann noch eingeloggt? War wohl getürckt? [...]

moderator: Nein, unser Kollege, der für ihn auf der Messe getippt hat, ist noch drin. Ich hoffe wir können es bald per Bild belegen, dass Reinhold Beckmann da war.

6.3.5.1 Aufbau der Interviewtenbeiträge

Umfang und Anzahl der Interviewtenbeiträge

Aus der Länge der Interviewtenbeiträge lässt sich erkennen, ob der Befragte unter Zeitdruck stand oder nicht. Bei den Interviews von *prinz.de* sind Interviewer und Interviewter gleichberechtigt, was das Sprecherrecht betrifft, aber weitaus mehr Interviewer vorhanden. Deshalb muss sich der Befragte mit seinen Antworten beeilen. Sie sind ebenso kurz wie die Äußerungen der Interviewer. Kürzere Interviewtenbeiträge finden sich bei Küblböck und Scooter.

Dies mag jedoch daran liegen, dass die Gesamtlänge der Interviews eher gering ist. Alle anderen Chatinterviews gleichen im Umfang der Interviewtenbeiträge insofern den Interviews anderer Medien, als sie in der Regel deutlich länger als die Interviewerbeiträge sind. In jenen Interviews ist der Interviewte situativ bevorteilt, indem er seine Antwort nach einer Frage anbringen kann, egal wie viele Interviewer sich unterdessen zu Wort melden. Dennoch sind die Antworten im Vergleich zu den anderen Medieninterviews sehr viel kürzer, vermutlich um möglichst viele Intervieweräußerungen anbringen zu können.

Auch die Anzahl der Interviewtenbeiträge unterscheidet das Chatinterview von Interviews anderer Medien, zwar nicht absolut betrachtet, doch in Relation zu den Interviewerbeiträgen. Der Star meldet sich teilweise deutlich seltener zu Wort als die Interviewer. So bleiben bei Maischberger einige Fragen unbeantwortet, sie geht auf Kommentare nicht ein, lässt den Moderator senderspezifische Fragen beantworten oder bedient in einer Antwort mehrere Fragen. Die Interviewer äußern sich 1,7 Mal häufiger als sie. Ein wenig höher noch liegt die Quote im Interview mit Beckmann (1,9), ein wenig niedriger bei Ute Mora (1,4). Dass dieser quantitative Unterschied bei den Interviews von *prinz.de* noch frappanter ist, ist auf die Interviewbedingungen zurückzuführen: Niemand filtert die Interviewerfragen. Es zeigt sich dennoch, dass Ricky weitaus mehr Antworten (2,8) gibt als Speckhahn, der sich nach jeder dritten bis vierten Äußerung zu Wort meldet (3,6). Dies mag daran liegen, dass er langsamer tippt, keine (vernünftigen) Fragen gestellt bekommt oder seine Antwortbereitschaft nicht sehr hoch ist.

Sprachliche Besonderheiten der Interviewtenbeiträge

Wie auch auf Interviewerseite fallen bei den Interviewten vereinzelt sprachliche Besonderheiten auf. Dass die Antworten unter mehr oder weniger großem Zeitdruck verfasst werden, habe ich bereits erwähnt. Dies hat beispielsweise beim Interview mit Sandra Maischberger zur Folge, dass sie sprachökonomischen Prinzipien folgt. Die Äußerungen bekommen dadurch eine Nähe zur gesprochenen Sprache. Maischberger äußert sich häufig elliptisch, lässt beispielsweise die Subjektbezeichnung weg oder antwortet in Ein-Wort-Sätzen, wenn der Inhalt erschlossen werden kann. Mitunter erwidert sie den Interviewern nur in Form von Nebensätzen, ohne den Hauptsatz aus der Frage wieder aufzugreifen oder lässt das Verb weg. Sie beschränkt sich in ihren Äußerungen somit auf das Rhema. Beispiele für diese Phänomene finden sich viele:

jbalsmeier : Frau Maischberger: Welches war ihr interessantester talk in diesem Jahr ?
Sandra Maischberger : Schwierig, so viele gute Gespräche. [...]

Duben Gerin : was bedeutet eigentlich der hinweis am anfang ihrer sendung, dass maischberger von der nürnberg versicherung gesponsert wird?

Sandra Maischberger : Dass die Sendung läuft... Im privaten Fernsehen können sie ohne das Geld aus der Werbung nicht senden. Aber wer wann sponsort hat mit der Arbeit der Redaktion nichts zu tun.

Mackenzie : Was halten Sie vom Steuersong?

Sandra Maischberger : Überschätzt. Musikalisch und vom Text. Ein Gag, der durch die Wiederholung schlechter wird.

Der Prozess der Verschriftlichung entfällt und somit sind Veränderungen auf Seiten der Medienmacher zwar möglich, aber nicht so weitreichend. Dass Alexander bei „sympathisch“ das „h“ vergisst, wurde nicht korrigiert. Auch bei Jeanette Biedermann findet sich eine Reihe von Rechtschreibfehlern. So schreibt sie „appropo“ und kennt den Unterschied zwischen „seid“ und „seit“ offenbar nicht. Dass die Medienmacher keine Korrekturen vornehmen, hat im Interview mit Biedermann überdies zur Folge, dass ihre Wortwiederholungen ins Auge fallen. Zur Verstärkung des Gesagten fügt sie einzelne Wörter oft doppelt ein: „vielen, vielen Dank“, „ich möchte unbedingt, unbedingt kommen“, „danke danke für die blumen“, „sehr sehr nett“, „leider leider“, „ganz ganz doll“. Gefragt zu verschiedenen Persönlichkeit aus dem Showgeschäft antwortet sie geradezu stereotyp. Biedermann über die Band „Tears“:

„die Mädels sind alle sehr nett und sehr hübsch, ich mag sie sehr gerne!“

- **ihr Fernseheteam:**

„das ganze team ist sehr nett und meine kollegen sowieso“

- **ihre Kollegen:**

„alle sind sehr nett. [...] deswegen mag ich jeden auf seine art sehr gerne.“

- **Yvonne Catterfeld:**

„ich mag sie auch sehr gerne“

- **Britney Spears:**

„sie ist ein sehr sehr nettes mädchen, ich hab sie sehr gern“

- **Mia Aegerter:**

„sie ist wirklich sehr sehr nett“

- **die Schweizer und die Schweiz im Allgemeinen:**

ich liebe die schweiz, ich bin super gerne hier und die menschen sind unglaublich nett [...]. hier sind alle supernett“

- **Vorbilder:**

„es gibt unheimlich viele bands die ich liebe“

Es geht mir an dieser Stelle nicht darum, Biedermanns sprachliche Beschränktheit anzuprangern, sondern ich will zeigen, dass der Leser bei Presstexten eine größere sprachliche Variationsbreite erwartet. Hätte Biedermann diese Äußerungen im Rundfunk getätigt, wären die Wiederholungen auf Grund der Flüchtigkeit der Rede sicher nicht so deutlich zum Vorschein gekommen. Ungewöhnlich für einen Schrifttext erscheint auch die Vielzahl an

Interjektionen und gefüllten Pausen, mit denen die Sängerin oft Gesprächsbeiträge einleitet: „ach“, „oh“, „uiii“, „eeeeehhhmm“, „ehm“.

6.3.5.2 Gesprächsverhalten des Interviewten auf Ebene der Gesprächsorganisation

Einfluss auf den Sprecherwechsel nimmt zumindest in moderierten Chatinterviews auf Interviewtenseite eher der Moderator bzw. Administrator der Veranstaltung, der die Fragen oder Kommentare der Interviewer so organisiert und filtert, dass Antwort auf Frage folgt und nicht wild durcheinander gefragt wird. Der Interviewte selbst hat wenig Einfluss auf den Sprecherwechsel. Er kann allein entscheiden, wie umfangreich er antwortet. Ein wenig anders ist dies im Interview mit Holger Speckhahn. Hier ist zwar ein Administrator („@PRINZ“) vorhanden. Dieser greift jedoch nicht ersichtlich in die Gesprächssteuerung ein. Speckhahn selbst kann einzelnen Interviewern andeuten, dass sein Augenmerk auf sie gerichtet ist, indem er sie anspricht. Er kann sie zum Fragen animieren, wenn er ihnen signalisiert, dass er zuhört, wie in den folgenden Beispielen:

```
MELI>> na gut, also, kann ich mich ein wenig mit dir unterhalten???  
@HolgerSpeckhahn>> das ware schoen  
  
@HolgerSpeckhahn>> ja, katja?
```

Beim zweiten Versuch Speckhahns, „katja 26“ zu demonstrieren, dass er zuhört, spielt die Angesprochene jedoch die Beleidigte. Dies wird sofort thematisiert:

```
@HolgerSpeckhahn>> ja, katja  
[...]  
katja 26>> NE JETZT WILL ICH AUCH NICHT MEHR HOLGER!!!!!!!  
@HolgerSpeckhahn>> katja ist sensibel  
katja 26>> BIN ICH NICHT...  
DarkOne>> ist sie,holger... du hast was gutzumachen....
```

Um Verwechslungen bei der Zuordnung von Fragen und Antworten zu vermeiden, adressiert Ricky ihre Antworten meist. Dies ist oft auch notwendig, wie im folgenden Beispiel. Ihre erste Erwiderung passt sowohl auf die Frage von „tweety“ als auch auf die von „Samy***“:

```
tweety>> gehst du schon,ricky??  
Samy***>> ricky wirst du wieder mal chatten ?  
@RICKY>> Musst noch ein bisschen lernen, mein Junge  
Samy***>> dann komm wieder  
Samy***>> freue mich das naechste mal  
@RICKY>> ja, tweety
```

Dass Speckhahn seine wenigen Antworten selten mit Adressierungen versieht, bringt in der Tat das Problem mit sich, dass der Text oft mehrdeutig ist. Der Leser weiß nicht, worauf sich Speckhahns Äußerung bezieht, wie im folgenden Beispiel:

```
katja 26>> FAeLLT GLEICH IN OHNMACHT... DU HAST SCHON MAL GEKIFFT...
+ lendenwirbler +>> holga du bist mir sehr symphatisch ! gaaaaaaanz ehrlich
Anna_gruen>> hallo an die prinzen und herrn speckhahn
+ lendenwirbler +>> ich glaub tief im herzen is holga ein rebell !
katja 26>> lol anna
MELI>> Holger: kommt man auch im fersehen auch wenn man nicht gut deutsch
kann?
katja 26>> holger die anna ist in dich verliebt...
@HolgerSpeckhahn>> Frueher zuviel!
```

Ungewöhnlich für ein Interview ist, dass Ute Mora am Anfang des Interviews ihrerseits eine Frage an die Interviewer stellt. Sie dreht gewissermaßen die gesprächstypische Rollenverteilung kurzfristig um, was von den Interviewern auch akzeptiert wird:

```
[16:06] <Ute_Mora> und was ist so toll an der sendung?
[16:07] <indianmike> ALLES!
[16:07] <Konfuse> ich mag die vielfältigkeit der listra
[16:07] <glittergirl> und dass sie doch um einiges niveauvoller ist, als andere serien
[16:08] <KleinesBlau> Ich finde es schön, daß man so nach und nach die ganzen
Figuren und ihre Geschichte kennt
```

6.3.5.3 Gesprächsverhalten des Interviewten auf der Handlungsebene

Beziehungsebene

Wie bereits in den anderen Medieninterviews, sind auch hier neutrale Antworten und Erklärungen die Regel. Wenn kaum Fragen gestellt werden, sondern viele Äußerungen unter „Sonstiges“ kategorisiert werden mussten, verwundert es nicht, dass auf Interviewtenseite viele Beiträge nicht als Antworten zu werten sind. Dies zeigt sich im Interview mit Holger Speckhahn. Es ist aber noch aus einem anderen Grund interessant. Obwohl Speckhahn häufig Provokationen ausgesetzt ist, wehrt er sich nicht. Zumindest ist ihm kein Ärger anzumerken, er lehnt kaum Aussagen oder Thesen ab, sondern antwortet mit neutralen Erklärungen. Natürlich geht er auch insofern auf viele Provokationen gar nicht ein, als er oft gar keine Äußerungen von sich gibt und stattdessen „schweigt“. Da ihm in dieser Hinsicht jedoch keine Absicht unterstellt werden kann, will ich darauf allein bei Untersuchung der inhaltlichen Komponente eingehen. Interessant ist, wie im Vergleich dazu Ricky auf die Provokationen reagiert. Sie ignoriert ebenfalls einige Äußerungen, antwortet teilweise gelassen, wirkt teilweise aber genervt, wie die folgenden Reaktionen beweisen:

Tabelle Verhalten des Interviewten auf Beziehungsebene (Chat)

	Lob der Frage, Schmeichelei	Ausdruck von Freude, besondere Höflichkeit	Aussage des Interviewers zustimmen	neutrale Antwort, Erklärung, Sonstiges	auf geschlossene Frage: (ja) + Explikation	auf geschlossene Frage: (nein) + Explikation	(Teil der) Aussage anzweifeln / ablehnen	Frage zurückweisen	Ausdruck von Unmut, Ärger	Gesamt
Sandra Maischberger auf <i>ntv.de</i>		1		46	4	9	1			61
Jeanette Biedermann auf <i>20min.ch</i>	3	<u>11</u>		17	2	2				35
Alexander Klaws auf <i>bild.de</i>				23	9	15				47
Ute Mora auf <i>lindenstrasse.de</i>	1	2		26	6	4	1			40
Scooter auf <i>ndrtv.de</i>		1		9	1	2				13
Peter Maffay video <i>t-online.de</i>		1		10	3					14
Peter Maffay Mitschnitt auf <i>t-online.de</i>				5	3					8
Ricky auf <i>prinz.de</i>				31	5	4	5		<u>11</u>	56
Holger Speckhahn auf <i>prinz.de</i>		5		31	8	3	1			48
Hansi Hinterseer auf <i>bluwin.ch</i>		2	1	32	3	1		<u>1</u>		40
Reinhold Beckmann auf <i>mdr.de</i>			1	17	5	3	1			27
Daniel Küblböck auf <i>viva.tv</i>				14	1	3		<u>2</u>		20
Jasmin Wagner auf <i>viva.tv</i>		2		28	14	3				47

@RICKY>> Doofe Kuh

@RICKY>> hast du nicht zugehoert, zoni

@RICKY>> samy, schalt doch ab

@RICKY>> was habe ich mit Sabrina Setlur zu tun?

@RICKY>> Geh doch zu deiner Mama

Obwohl Maischberger mit vielen positiven Implikationen konfrontiert ist, die Interviewer immer wieder Zuneigung demonstrieren, reagiert sie darauf nicht. Sie antwortet sachlich und begegnet auch Kritik ohne jegliche Emotion.

Peter Maffay wirkt ebenfalls sachlich, auch wenn die Fragen viele positive Implikationen enthalten. Selbst Ute Mora spart mit Sympathiebekundungen u.Ä., obwohl die Fragen auffällig freundlich formuliert sind. Ganz anders bei Biedermann. Fast jede dritte Äußerung der Interviewer enthält Schmeicheleien oder positive Implikationen der Sängerin gegenüber. So setzt auch sie alles daran, ihre Freude offen kund zu tun und ist meist hoch erfreut über die Komplimente. Sie leitet ihre Antworten mit Danksagungen ein: „vielen dank für's kompliment“, „ach das freut mich sehr“, „erstmal vielen dank für das wunderschöne kompliment“, und zeigt sich teilweise geradezu euphorisch: „ich liebe euch auch :-) *knuuuutsch*“, „dankeschön!!! wow!!!“.

Zwar findet sich bei Hinterseer, Wagner, Beckmann und Scooter ebenfalls der eine oder andere Ausdruck von Freude, die eine oder andere Schmeichelei, doch es gibt nicht annähernd so viele Freudenausbrüche wie bei Jeanette Biedermann.

Ansonsten gilt, dass die Interviewten die Chatter so anreden, wie auch sie angeredet werden. Beckmann und Maischberger sprechen die Interviewer mit „Sie“ an, oft werden direkte Anreden umgangen, meist duzen sich alle.

Antwortverhalten

Inhaltlich fällt bei den Chatinterviews auf, dass die Interviewten sich meist responsiv verhalten. Besonders hohe Werte weist hier beispielsweise das Interview mit Jasmin Wagner auf, in dem über 80 Prozent aller Äußerungen die Fragen vollständig beantworten. Man bemerkt überdies, dass es kaum Antworten gibt, die unter „Sonstiges“ kategorisiert wurden. Dies bedeutet, dass die Interviewten im Chatinterview gezielt auf Fragen antworten und sich anderweitig nicht zu Wort melden.

Zwei der Interviews heben sich deutlich von den anderen ab. Hierbei handelt es sich um die weitgehend unzensierten Chatinterviews auf *prinz.de*, bei denen non-responsive Äußerungen dominieren. Dies lässt sich dadurch erklären, dass die Interviewten vereinzelt ausweichen oder auch kontern. Die größte Anzahl an Fragen bleibt aber deshalb unbeantwortet, weil der

Interviewte überhaupt nicht auf die Fragen oder Kommentare eingeht, sondern schweigt. Dies habe ich unter „Sonstiges non-responsives Verhalten“ festgehalten. Zur non-responsiven Kategorie zählen in folgendem Beispiel die fehlenden Antworten auf Frage 1, 3, 4, 7 und 9. Frage 3 wird schließlich in der Wiederholung in Frage 8 beantwortet. Nummer 6 richtet sich nicht direkt an Speckhahn, sondern an die Allgemeinheit („jemand“). Auf die Äußerungen 2 und 10 wird keine Antwort erwartet. Erst in Äußerung 11 antwortet Speckhahn auf die wiederholte Frage von „katja 26“:

- (1) MELI>> Holger: also, was magst du beim sex? romantisch oder wild, oder je nach gelegenheit???
- (2) *BLUME*>> HOLGERHOLGERHOLGERHOLGER
- (3) katja 26>> WIE OFT HAST DU SEX????
- (4) @PRINZ>> Bist Du noch da, Holger?
- (5) @HolgerSpeckhahn>> ja, katja?
- (6)*BLUME*>> ich bin 12 kann mich mal jemand aufklaeren,was sex ist?
- (7) MELI>> ja Holger, noch da??
- (8) katja 26>> AHA ICH BIN DRAN... WIE OFT HAST DU SEX???
- (9) @PRINZ>> Hattest Du schon mal Sex mit Verona Feldbusch? Blubb..
- (10) Anna_gruen>> gerri wer hat schon sex ????? und dann noch vor der ehe
- (11) @HolgerSpeckhahn>> sex> so oft es geht

Zwar finden sich auch bei Maischberger und Beckmann einzelne Intervieweräußerungen, auf die keine Antwort erfolgt, doch bleiben dies Einzelphänomene. Bei Beckmann klagt ein Interviewer seine Frage sogar ein, was schließlich Erfolg zeigt:

- fußballgott: Was halten Sie davon, wenn von Beust heute davon redet, Hamburg bewirbt sich 2016, wenn es Leipzig für 2012 nicht schafft?
[...]
fußballgott: Ich schicke meine Frage noch mal: Was halten Sie davon, wenn von Beust heute davon redet, Hamburg bewirbt sich 2016, wenn es Leipzig für 2012 nicht schafft?
Beckmann: Ich will IhrerFrage nicht davon laufen. [...]

Dieser Umstand, dass einzelne Fragen unbeantwortet im Raum verhallen, ist typisch für ungefilterte Chatkommunikation. In allen anderen Medien kann der Interviewte nicht mit Schweigen auf Fragen reagieren oder zumindest würde diese Gesprächsverweigerung gegen gesellschaftliche Konventionen verstoßen. Beim Chatinterview wird dieses Schweigen nicht als Gesprächsblockade verstanden, da sich der Interviewte immer hinter den technischen Rahmenbedingungen verstecken kann. Er kann vorgeben, die Frage nicht gesehen zu haben, Zeitnot oder technische Probleme verantwortlich machen.

Tabelle Antwortverhalten des Interviewten (Chat)

	Antwortverhalten responsiv		Antwortverhalten teilresponsiv			Antwortverhalten non-responsiv					Sonstiges	Gesamt
	Antwortenwartung übertreffen	Antwortenwartung erfüllen	auf Teilaspekt antworten, teilweise ausweichen	Äußerung des Interviewers korrigieren, verändern, umdeuten	(Teil der) Intervieweräußerung explizit zurückweisen	Ausweichen	kontern (Frage-Gegenfrage, Vorwurf Gegenvorwurf)	Nachfragen	Antwort explizit verweigern	Sonstiges non-responsives Verhalten		
Maischberger (ntv.de)	4	47	4	2		4				3	2	51+6+7+2 (66)
Biedermann (20min.ch)	4	25	1	1						1	3	29+2+1+3 (35)
Alexander (bild.de)	3	41	1	1							1	44+2+0+1 (47)
Mora (lindenstrasse.de)	3	28		1	2	1	1				4	31+3+2+4 (40)
Scooter (ndrtv.de)	1	6	1	1		2			1		1	7+2+3+1 (13)
Maffay Mitschnitt	1	3	2	1		1						4+3+1+0 (8)
Ricky (prinz.de)	1	34				2	7	1		47	10	35+0+57+10 (102)
Speckhahn (prinz.de)		22	1				1			52	20	22+1+53+20 (96)
Hinterseer (bluwin.ch)		27	3	2		7					1	27+5+7+1 (40)
Beckmann (mdr.de)	1	22	3	1		2				6		23+4+8+0 (35)
Küblböck (viva.tv)		14	2	1		1			2			14+3+3+0 (20)
Wagner (viva.tv)	1	37	4	2						1	2	38+6+1+2 (47)

Eine weitere Auffälligkeit im Interview mit Holger Speckhahn sind Äußerungen Speckhahns, die zu keiner Frage passen. Dies mag technische Gründe haben – möglicherweise sind einige Gesprächsbeiträge nicht auf dem Bildschirm erschienen – oder kann daran liegen, dass die Fragen Speckhahn zugeflüstert wurden: Sie sind nur auf Speckhahns Bildschirm erschienen, von der Allgemeinheit unbemerkt. Im folgenden Ausschnitt mag Äußerung 2 auf Frage zugeschnitten sein, aber ob Speckhahn Äußerung 6 immer noch als Antwort auf Frage 1 verstanden wissen will, ist ungewiss. Dies wäre allein deshalb verwunderlich, weil sich Speckhahn permanent sehr still verhält. Und hier sollten sich dann vier Äußerungen auf eine Frage beziehen?

- (1) @PRINZ>> Du hast doch jetzt nen Vertrag mit SAT.1 gemacht. Was machst du jetzt neues?
- (2) @HolgerSpeckhahn>> ja, komme aus koeln
- (3) @HolgerSpeckhahn>> silvester gala, eine taegliche, eine musikshow, und 6 abendshows. man nennt das
- (4) @HolgerSpeckhahn>> auch holgerpenetration
- (5) + lendenwirbler +>> BEVORS HIER INS SEXUELLE ABTRIFFTET HOLGA GEH ICH LIEBA!
- (6) @HolgerSpeckhahn>> am 29. bin ich im urlaub

Doch dies ist nicht das einzige Beispiel für zusammenhanglose Antworten. Völlig kontextlos erscheint plötzlich die Antwort Speckhahns: „ja, kenne ich“, mitten im Chat. Die Erwiderung bleibt rätselhaft, egal, wie weit man den Text zurückverfolgt. Zieht man noch einmal das Frageverhalten der Interviewer auf inhaltlicher Ebene zu Rate, so zeigte sich bei den Interviews von *prinz.de* und bei Beckmann eine annähernd kritische Fragestrategie. Deshalb verwundert es nicht, wenn sich die Interviewten dieser Chatinterviews verstärkt non- oder teilresponsiv äußern. Bei Scooter, Maffay, Hinterseer und Küblböck finden sich ebenfalls einige ausweichende Antworten. Auffällig ist überdies, wenn auf alle Fragen innerhalb eines Interviews komplett responsiv geantwortet wird. Dies deutet auf eine sehr gefällige Interviewführung hin, wie z.B. bei Jeanette Biedermann, Alexander, Ute Mora und Jasmin Wagner. Hier ist der Interviewte entweder sehr offen oder hat das Glück, dass Inhalte angesprochen werden, die für ihn von Interesse oder von Nutzen sind. Dies erinnert an die Interviewpraxis in einigen Hörfunkinterviews meines Korpus.

6.3.5.4 Themensteuerung

Wie bereits die Untersuchung des thematischen Einflusses auf Interviewerseite beweisen konnte, haben die Interviewten im Chatinterview kaum Möglichkeiten, die thematische Progression zu steuern. Allein durch Antwortverweigerung oder Schweigen kann der Versuch gestartet werden, Themen abzuwenden. Dass dies allerdings nicht zwangsläufig gelingt, zeigt das Interview mit Ricky. Sie versucht, das Thema „Playboy“ zu ignorieren. Erst nach zweimaliger Frage antwortet sie kurz. Damit ist das Thema jedoch nicht abgeschlossen, sondern löst eine

Diskussion aus. Die Zahlen geben an, wie viele thematisch irrelevanten Äußerungen zwischen den Beiträgen liegen:

- (5) Ricarda>> Wie wars beim Playboy?????
- (17) Ricarda>> NA RICKY WIE WARS BEIM PLAYBOY WENN MAN MAL FRAGEN DARF???????
- (19) @RICKY>> nett, ricarda
- (36) Ricarda>> ICH HAB DIE BILDER BEI MEINEM BRUDER GESEHEN!!!!
- (38) Mister X>> wie alt bist du ricarda? *liebfrag*
- (39) erwin>> so toll sind die bilder nun auch nicht
- (41) Mr.X*>> Doch, sind sie, Erwin
- (43) @RICKY>> Sind ja auch nicht fuer dich da, erwin
- (48) Mister X>> ricarda, wie alt/jung bist du???

Auch bei Holger Speckhahn kommt klar zum Ausdruck, wie hilflos er in Bezug auf die Themensteuerung ist. Das Thema „Drogen“ breitet sich sehr schnell aus und findet Anklang, ohne dass Speckhahn sich intensiv daran beteiligt. Um schließlich von diesem nicht gerade imagefördernden Themengebiet wegzukommen, wirft er ein weiteres Tabuthema in den Raum, „Sex“. Dies findet sofort Resonanz:

- @HolgerSpeckhahn>> Lass uns doch mal ueber Sex reden, wer will?
- katja 26>> ICH...
- irgendjemand>> irgendjemand will schon...
- *BLUME*>> *g* holger, da biste hier richtig
- Gerri>> geh zu www.sexchat.de HOLGER
- Anna_gruen>> HOLGER auf ignore immer diese tollen themen
- MELI>> SEX!!!! WAS IST DAS????

Bei allen anderen Chatinterviews kann keine aktive Themensteuerung bemerkt werden. Die Interviewten sind folglich thematisch weitaus weniger aktiv als dies beispielsweise in einigen Rundfunkinterviews der Fall war.

6.3.5.5 Die Darstellung der eigenen Persönlichkeit durch schriftsprachliche Mittel

An den Interviewtenbeiträgen kann man ähnlich wie in Rundfunkäußerungen ablesen, wie sich die Stars den Interviewern und der Öffentlichkeit gegenüber präsentieren wollen. Schwieriger wird die Interpretation, wenn Tipper an Stelle des Interviewten sitzen.

Bei Holger Speckhahn fällt insbesondere auf, dass er versucht, jung und lässig zu wirken. Ganz Kosmopolit grüßt er mit „Hallo Deutschland“. Er greift die lautliche Realisierung „maenna“ eines Interviewers auf, wenn er antwortet: „Sorry, ich stehe nicht auf Menna!“. Der englische Einwurf „Sorry“ mag ebenfalls als Zeichen von Jugendlichkeit eingesetzt sein. Gefragt nach seinem Internetanschluss antwortet er: „no internet, anja“. Dem Interviewer „+ lendenwirbler +“ stimmt er freundschaftlich und locker mit „Jo, lende!“ zu. Von einer Interviewerin verabschiedet er sich mit „bussi katja“, vielleicht um unter Beweis zu stellen, dass er mit den

Chatgepflogenheiten vertraut ist. Seine Antworten sind allerdings wenig zahlreich und sehr kurz, so dass die Interviewer sich schon fragen, ob er das erste Mal chattet.

Betrachtet man das Interview mit Jasmin Wagner, fallen auf lexikalischer Ebene umgangssprachliche Wörter auf, die wohl eher von Jugendlichen oder einer jungen Medienkultur gebraucht werden. Filmprojekte mache sie nur dann, wenn sie „cool genug“ seien. Im neuen Modedkatalog sei sie in „coolen Klamotten“ zu sehen und kurze Haare finde sie an sich selbst „sehr uncool“. Zu einer Musikgruppe befragt, antwortet sie: „Die Ärzte sind super geil! Die geilste Band der Welt!“. Dass sie sich auf der Höhe der Zeit befindet und sich mit dem Umgang im Chat auskennt, zeigt sich auch dadurch, dass sie ihre Äußerungen mehrmals mit Emoticons beschließt. Dies ist auf nonverbaler Ebene mit einem Grinsen zu vergleichen:

<JasminWagner> Die Duett-Liste ist lang... Mal schauen... :-)

<JasminWagner> Einige Radiosender sind halt noch ein bisschen skeptisch, aber wenn es euch nervt, dann ruft sie an und penetriert sie... :-)

Es stellt sich natürlich die Frage, ob in einzelnen Musik- oder Jugendzeitschriften nicht mit ähnlichen Phänomenen zu rechnen ist. Dies ist durchaus möglich, ändert aber nichts daran, dass der Individualstil im Chatinterview sehr deutlich zum Vorschein kommt, da der Interviewte seine Äußerungen meist selbst tippt. Inwieweit die Medienmacher dennoch Veränderungen am Text vornehmen, bleibt unklar. Tatsache ist, dass auch Alexander einen Sprachstil erkennen lässt, der viele saloppe Wendungen enthält, teilweise vulgäre Ausdrücke oder Elemente der gesprochenen Sprache – alles in allem viele Phänomene, die man der Jugendsprache zuschreibt bzw. die viele von einem jungen Popstar in den Medien erwarten. Es fallen zahlreiche Augmentativbildungen mit „super-“ („superhübsch“, „superlaut“, „super positiv“, „superviel“, „supercool“, „supergeil“) auf – nicht umsonst darf sich der Sänger „Superstar“ nennen. Hier ein paar Beispiele, bei denen ich die Auffälligkeiten zusätzlich markiert habe:

Alexander: Ja klar. Der Kontakt ist schon abgeschwächt, weil ich kaum Zuhause bin. Wir rufen uns halt nicht jeden Tag an, oder so ...

Alexander: Ich finde es supergeil. [...] Ich habe auch mega viele Geschenke zum Geburtstag bekommen. Das ist echt der Wahnsinn!

Alexander: [...] Ich finds cool wie Vanessa jetzt ihr Ding macht. Kiffen finde ich Scheiße, aber sie steht zu allem was sie macht. Das ist schon ok. [...]

Alexander: Also mein Kumpel ist ein Mega-Fan von dem. Der Typ ist zwar sympatisch aber die Musik ist Kacke!

Auffällig ist zudem im Interview mit Scooter deren lockere Ausdrucksweise. Sie leiten ihre Verabschiedung mit „So, Leute“ ein, verwenden Anglizismen, Akronyme und Ausdrücke, die der Jugendsprache zugeordnet werden, obwohl der Frontmann der Gruppe als Jahrgang 1966 wohl kaum mehr als Jugendlicher gelten kann. Dies zeigt umso mehr, dass es sich bei der

„Jugendsprache“ nicht zwangsläufig um die Sprache der Jugendlichen handelt, sondern vielmehr um die Sprache, die in den Medien und bei den Medienkonsumenten als jugendlich gilt:

Fox: Mein Vater ist 70 und war in Dortmund live dabei. Er fand es GENIAL !!

SCOOTER: Fox : Mega !!! Cool !

SCOOTER: So, Leute.... hat Spaß gemacht, bis zum nächsten mal und.... votet, votet, votet Bis bald ! C Yaaaaaaa !

6.3.6 Das Chatpublikum

Die Kommunikationssituation im Chatinterview macht die Interviewer die meiste Zeit über zu Zuschauern oder Lesern. Schließlich ist es nicht wie in anderen Interviews möglich, nach der Antwort des Interviewten eine neue Frage anzubringen, sondern je nach Umstand selektiert der Moderator die Fragen oder werfen andere Chatter ihre Frage ein. Ob und wann eine Frage den Star erreicht, liegt demnach meist nicht in der Hand des Interviewers. Größtenteils verfolgen die Chatteilnehmer den entstehenden Text passiv. Überdies gibt es Chatter, deren Redeinteresse nicht so groß ist. Sie begeben sich von Anfang an absichtlich in die Position des Publikums und beteiligen sich kaum oder gar nicht am Interview. Dieses Verhalten bezeichnet man als „lurken“, was auf den englischen Ausdruck „to lurk“ zurückzuführen ist und so viel wie „lauern, verborgen liegen“ bedeutet.¹³⁰ Zwischen Chatpublikum und Interviewern liegt demnach eine funktionale, keine personale Trennung.

Als Zuschauer der Primärsituation ist das Chatpublikum Stellvertreter der späteren Leser mit dem Unterschied, dass es direkte Resonanz auf Äußerungen geben kann. Wie das Studio publikum im Fernsehen prinzipiell die Möglichkeit hat, dazwischenzurufen, kann auch das Chatpublikum sich über das Chatgeschehen unterhalten. Wie sich dies innerhalb der Texte manifestiert, will ich im Folgenden untersuchen.

6.3.6.1 Die indirekte Textpräsenz des Chatpublikums

Dass gezielt das Chatpublikum angesprochen wird, nicht ein einzelner Interviewer, findet sich auf Moderatoreseite im Interview von Beckmann. Der Moderator gibt Hinweise auf das weitere Programm und die Veröffentlichung des Interviews. Durch ihn informiert *mdr.de* das Chatpublikum somit über sender- oder redaktionsinterne Dinge.

moderator: Übrigens: Ab 16 Uhr ist Reinhold Beckmann beim "Blauen Sofa" live zu erleben.

moderator: Das Protokoll des Chats veröffentlichen wir kurz nach dem Chat im Buchmesse- und um Olympia-Spezial.

¹³⁰ Vgl. hierzu die Ausführungen von Runkehl/Schlobinski u.a. (1998, 73).

Begrüßungen und Verabschiedungen durch den Interviewten richten sich immer an alle Interviewer, nicht an einzelne. Die Fragen jedoch stammen von Einzelnen. Insofern fällt es auf, wenn Interviewte ihre Antworten an die Allgemeinheit adressieren. Hier ist mit der Antwort das Chatpublikum angesprochen, nicht der Fragende:

<_antonia> Warum nennst du dich nicht mehr Blümchen?

<JasminWagner> [...] Aus dem Blümchen ist eine Blume geworden, diesen Spruch kennt ihr ja schon - und die Blume heißt Jasmin Wagner.. :-)

<jasmin4ever> Hast du an deiner Internetseite selber mitgearbeitet?

<JasminWagner> Mein Team und ich haben die Arbeit an der Seite betreut und sind sehr zufrieden, wenn ihr aber Verbesserungsvorschläge habt, immer her damit... :-)

Bei Ute Mora fällt der Unterschied, ob der Interviewte mit einer Antwort gemeint ist oder das Chatpublikum, besonders auf, wenn man sich die folgenden Fragen und Antworten ansieht:

[16:41] <indianmike> gibt es vielleicht einen tip...um als statist bei euch mitzuspielen? ...beim HR ist dies kein Problem...aber nach 4 Tatorten hab ich keinen Bock mehr...immer nur verbrecher zu spielen...

[16:43] <Ute_Mora> als statist kann sich jeder mit foto bei uns bewerben. versuchs doch mal!

[16:43] <indianmike> wie bekommt man Karten fuers Sommerfest?

[16:43] <Beachgirl14> Was ist denn das für ein Sommerfest das die Listra da bald feiert

[16:47] <Ute_Mora> jeder kann zum sommerfest kommen, man muß keine karten vorher besorgen. kommt halt alle her, wir freuen uns. es ist das ganze ensemble da!

Meist nicht eindeutig feststellbar ist, ob die Appelle sich nur an das Publikum im Chat richten oder auch an die späteren Leser.

6.3.6.2 Die direkte Resonanz des Publikums

In den beiden Interviews auf *prinz.de* ermöglichen die technischen Rahmenbedingungen, dass die Interviewer in ihrer Funktion als Rezipienten des Textes Bewertungen über das Interviewgeschehen abgeben. Im folgenden Beispiel reden sie in der dritten Person von Ricky, obwohl diese anwesend ist. Sie sprechen nicht mehr mit der Interviewten, sondern über sie:

Samy***>> tweety die ist wie die eine ricky aus der wochenshow

Samy***>> ne

[...]

JamboKwana>> Nein, das ist Anke...

Samy***>> die ist auch so bloed

Im nächsten Beispiel kommentiert eine Interviewerin Speckhahns das vergangene Geschehen und kommt zum Ergebnis:

Anna_gruen>> der ist kein profichatter *g*

@PRINZ>> Na dann hilft ihm doch ganz einfach, mit Fragen und so...!
Gerri>> ich versuchs ja @prinz ... tztztz

„AIRborne“ ist ähnlicher Meinung, wenn er konstatiert: „holgi sieht vermutlich heute zum ersten mal nen chat“. Ebenfalls resümierend geht „Sportfr. Schwups“ vor, wenn er am Ende des Interviews kund tut, dass er über Beckmanns Buch genauso viel wisse wie vorher:

Sportfr.Schwups: Na ich weiß immer noch nicht, worum es in dem Buch geht. Weiß jemand mehr?

Die beiden anderen Ausschnitte entstammen dem Chatinterview von Ricky und geben eine allgemeine Bewertung über die beteiligten Personen ab:

wallie>> nette leute hier :-))

Lena>> *FINDET,DASS HIER ZIEMLICH VIELE DOOFIES RUMLAUFEN*

In all diesen Äußerungen gibt das Chatpublikum direkte Resonanz auf das Interviewgeschehen und beeinflusst dadurch die Textrezeption auf Leserseite. In den Interviews bei *prinz.de* werden überdies einzelne Interviewerfragen kommentiert und bewertet. So will in der folgenden Frage „Mister X“ deutlich machen, dass er die Äußerungen von „Ricarda“ kindisch findet. Diese hatte im Vorfeld beständig nach Rickys Nacktfotos gefragt. Im zweiten Beispiel rügt „JamboKwana“ eine Äußerung derselben Person:

Mister X>> ricarda, wie alt/jung bist du???

Ricarda>> RICKY VERPISS DICH!!!!!!!

JamboKwana>> Na, eine Spur freundlicher geht das aber auch...

Eine Bestätigung seines Frageverhaltens erhält „Samy***“, als er sich öffentlich darüber wundert, dass Ricky ihr Alter nicht kennt. „tweety“ findet seine Bemerkung offenbar lustig und grinst breit:

Samy***>> du weisst nicht wie alt du bist

[...]

Samy***>> schade

tweety>> *ggggggg*

6.3.7 Der Leser

Der Leser rezipiert im Gegensatz zum Chatpublikum das Interview nach dessen Entstehung. Hierbei bleibt festzuhalten, dass er den Text gezielt im Internet suchen muss, wenn er daran interessiert ist. Bei den Interviews meines Korpus findet sich keines auf der Startseite eines Internetauftritts, sondern alle auf einer anderen Ebene „versteckt“.

6.3.7.1 Die indirekte Textpräsenz des Lesers

Dass der Leser ökonomische Macht besitzt, zeigt sich in einzelnen Interviews daran, dass unverhohlenen Verkaufsinteressen geäußert werden. Diese Werbemaßnahmen richten sich sowohl an den Leser der Primär- als auch der Sekundärsituation, an Publikum wie Leser. Beim Interview mit Ricky beispielsweise wird der potenziellen Kundin des neuen Albums keine Antwort auf ihre Frage gegeben, sondern ihr geraten:

Jane>> okay, wie wird die neue platte?
[...]
@RICKY>> Super geil, solltest du dir kaufen

Darüber hinaus findet sich in einer Art „Abspann“ noch einmal der Hinweis: „Ende Februar erschien ihr erstes Solo-Album“. Auch als Beckmann nach seinem neuen Buch gefragt wird, gibt er keine genaue Auskunft, sondern rät dem Fragenden, es einfach zu lesen:

JimPoley: Ich habe ihr Buch noch nicht gelesen, nur mal überflogen. So richtig neues zum Thema olympia ist mir da nicht aufgefallen. Können Sie mich eines besseren belehren?
Beckmann: Ja, in dem Sie das Buch jetzt mal richtig lesen...

Im Chatinterview funktioniert es deshalb so gut, die eigenen Werbeinteressen zu vertreten, weil die Interviewer mögliche Käufer sind, das Produkt also während des Gesprächs an den Mann/die Frau gebracht werden kann, ohne dass ein Journalist zwischen Kunde und Anbieter steht. Ähnlich wie Beckmann reagiert Ute Mora, als sie nach dem Fortgang der Serie gefragt wird:

[16:55] <Marcel> Ute, hat Berta keine Panikattacken mehr wegen des Überfalls auf Pavarottis Wohnung?
[16:56] <Ute_Mora> sieh die weiteren folgen und deine frage wird beantwortet.

Wären hier nur die jeweiligen Interviewer angesprochen, würde sich der Appell nicht in Einschaltquoten bemerkbar machen und wäre ökonomisch wertlos.

Wenn die Interviewten während des Interviews keine Gelegenheit hatten, ihr Produkt zu vermarkten, nutzen sie die Chance in ihrem Schlusswort. So preist Jeanette Biedermann ihre Musik und die aktuelle Tournee an, Jasmin Wagner kündigt erneut den Verkaufsstart ihrer

Single an. Zudem erwähnt sie ihre Tournee und bedankt sich schon im Voraus für die Unterstützung der Fans:

Jeanette Biedermann: [...] ich hoffe wir sehen uns alle bald wieder, vielleicht ja auf meiner break on trough tour und ansonsten wünsche ich euch viel viel spass beim musikhören [...]

<JasminWagner> Gut, ihr Lieben. Denkt morgen an mich. Vielen Dank für eure Unterstützung. Ich hoffe, ihr habt noch einen schönen Sonntag. Ich hoffe, euch bald bei einem Auftritt zu sehen. Alle Infos auf www.jasminwagner.de. Und vergesst nicht: Lebt euren Traum - ab morgen zu kaufen!! :-)

6.4 Zusammenfassung „Chatinterviews“

Das Medium besitzt im Chatinterview großen Einfluss und legt fest, dass der Text bereits in der Primärsituation schriftlich und getippt verfasst wird. Durch den Tippprozess unter Zeitdruck entstehen Fehler, ein Durcheinander von Fragen und Antworten. Außerdem findet das Chatinterview in zeitlichen Rahmen statt, was auch innerhalb des Textes bemerkbar ist. Chatinterviews erweisen sich einerseits räumlich als nahezu grenzenlos, da sie über mehrere Ebenen verteilt sein können. Innerhalb einer Ebene bildet der Bildschirm Begrenzungen. Der Bildschirminhalt kann jedoch häufig nach links oder rechts, nach oben oder unten verschoben werden. Die Primärsituation des Chatinterviews ist öffentlich. Zwar sind die Gesprächspartner räumlich getrennt, befinden sich aber zusammen im Netz in einem virtuellen Raum, den sie beliebig oft verlassen und wieder betreten können. Ferner ermöglicht das Medium die Anonymität der Interviewer. Sie wählen ein Pseudonym, unter dem sie sich zu Wort melden. Um das Durcheinander handhabbar zu machen, finden sich viele Äußerungen mit direkter Adressierung. Schließlich ist durch die reale räumliche Trennung kein Blickkontakt möglich. Auch auf die Bedingungen und die Umstände des Mediums zurückzuführen ist die Tatsache, dass in Chatinterviews die Modalität von Äußerungen schriftlich realisiert werden muss und sich in Chats ein eigener Zeichengebrauch hierfür entwickelt hat.

Bei den Herausgebern von Chatinterviews handelt es sich meist um Medienkonzerne, die ihren Schwerpunkt in Presse oder Fernsehen haben. Wie auch im Rundfunk bestimmen sie, wann das Interview stattfindet, haben allerdings keinen direkten Einfluss auf die Interviewer. Sie legen den Umfang des Textes fest, der völlig unterschiedlich ausfällt. Gemein haben die Chatinterviews, dass sie vollfarbig veröffentlicht sind. Der Fließtext wird von „Frames“ umgeben, die nicht in inhaltlichem Bezug stehen müssen. Darin finden sich u.a. zahlreiche Hyperlinks, die auf andere Websites verweisen. Es fällt auf, dass die Medienmacher ihren Schwerpunkt auf andere Paratexte setzen als in der Presse. Überschriften werden hier weniger gezielt eingesetzt. Fotos spielen ebenfalls keine derart große Rolle wie in der Presse. Stattdessen führen Links zu weiteren Artikeln oder Fotoserien über den Star. Viele Paratexte umfassen andere Dienste des Anbieters oder Werbung. Im Vergleich zu Zeitungsinterviews ist

überdies interessant, dass die Chatinterviews sehr schwer zu finden sind. Die Medienmacher bestimmen Dauer und Ort der Veröffentlichung, scheinen den Chatinterviews aber keinen großen Unterhaltungs- und Informationswert zuzumessen. Dadurch, dass die Herausgeber das Chatinterview unter unterschiedlichen Rahmenbedingungen entstehen lassen, gibt es gravierende Unterschiede zwischen den verschiedenen Interviews. Einige Interviewte haben Tipper an ihrer Seite, Intervieweräußerungen werden gefiltert, per Fax versendet oder in einem Video vorgelesen. Darüber hinaus können die Medienmacher Äußerungen inhaltlich verändern, umstellen oder auf Satz- und Wortebene Veränderungen vornehmen, wie anschaulich gezeigt werden konnte.

Völlig unterschiedliche Funktionen nimmt je nach Chatinterview der Moderator ein. Während er in einzelnen Interviews allein die technische Organisation betreut, übernimmt er in anderen die Gesprächssteuerung, begrüßt und verabschiedet den Star. Er kann den Medienapparat repräsentieren und Sachinformationen liefern oder selbst als Zusatzinterviewer in Aktion treten. Die Interviewer handeln im Gegensatz zu denen anderer Medien in eigenem Interesse, vertreten somit kein einheitliches Ziel. Hinsichtlich des Aufbaus der Intervieweräußerungen fällt auf, dass bereits die Namen der Interviewer als Teiltextheile zu werten sind und bestimmte Bedeutung haben (können). Der Umfang der Interviewerbeiträge ist unterschiedlich, je nachdem, wie hoch der Zeitdruck ist. Die Interviewer treten in einzelnen Chatinterviews nur ein einziges Mal mit einer Frage in Erscheinung (besonders auffällig bei *bild.de*), in anderen Interviews nehmen sie tatsächlich von Anfang bis Ende des Interviews am Gespräch teil und äußern sich mehr als 10-mal. Strukturell fallen viele offene Fragen auf, der Interviewte hat also viel Raum für die Antwort. Allein bei *bild.de* haben geschlossene Fragen ein deutliches Übergewicht. Eine große Anzahl an Äußerungen ist bei *prinz.de* unter „Sonstiges“ gereiht, da sie keine Frage beinhalten. Sprachlich treten in allen Interviews vereinzelt dialektale Wendungen ins Auge, Anglizismen, phonetische Schreibung oder auch Umgangssprache. Auf die Gesprächssteuerung haben die Interviewer kaum Einfluss. Allein die Geschwindigkeit beim Tippen oder die explizite Einforderung von Antworten kann Erfolg haben. Was die Beziehungsebene anbelangt, verhalten sich die Interviewer in den verschiedenen Interviews völlig unterschiedlich. Besonders auffällig ist, dass es sowohl Extreme in Richtung Freundlichkeit (Jeanette Biedermann) als auch in negativer Hinsicht gibt (Ricky, Holger Speckhahn). Je nach Interviewtem reden die Interviewer den Star mit „du“ oder „Sie“ an. Bei manchen Interviews kommen beide Formen vor. Die zwischenmenschliche Komponente zwischen Interviewern und Interviewten kommt ebenfalls oft sehr direkt zum Ausdruck. Die Fragen sind meist personenzentriert, es gibt jedoch Abschnitte, die völlig ohne den Interviewten ablaufen. Man bemerkt überdies, dass Insiderwissen manchmal vorausgesetzt wird. Die inhaltliche Steuerung durch die Interviewer ist minimal. Thematisch verlaufen die Interviews wiederum sehr uneinheitlich. Meist haben die verschiedenen Fragen keinen Bezug zueinander oder thematisch zusammengehörige Äußerungen weisen einen räumlichen Abstand auf. Mitunter ist der thematische Bezug einzelner Bemerkungen nicht feststellbar, da Äußerungen fehlen. Die

Beiträge können Tabus und Beleidigungen zum Thema machen, aber auch werbewirksam aufgebaut sein und den Anschein einer Werbeveranstaltung erwecken.

Die Interviewtenbeiträge sind je nach Rahmenbedingungen relativ kurz, von einigen Ausnahmen abgesehen aber länger als die der Interviewer. Auffallend ist, dass nicht in allen Interviews ein 1:1-Verhältnis zwischen Interviewer- und Interviewtenäußerungen zu finden ist. Holger Speckhahn beispielsweise meldet sich bei zehn Intervieweräußerungen nur etwa drei- bis viermal zu Wort. Sprachlich bemerkt man, dass einzelne Interviewte sehr ökonomisch vorgehen, um möglichst viele Fragen schnell beantworten zu können. Es finden sich generell Abweichungen von der Rechtschreibung, Wiederholungen und teilweise sehr wenig sprachliche Varianz. Sich schriftlich ausdrücken zu müssen, liegt nicht jedem Interviewten. Auf die Gesprächsorganisation hat der Interviewte wenig Einfluss. Er kann jedoch schweigen, wenn er eine Frage ablehnt. Interessant am Beziehungsverhalten ist, dass sich sowohl die Stars, die mit positiven Äußerungen konfrontiert werden, als auch die, die mit Beleidigungen zu kämpfen haben, sehr gefasst zeigen. Mit Ausnahme von Biedermann und Ricky antworten sie gleichmütig neutral. Alle verhalten sich responsiv, außer bei den Interviews von *prinz.de*, wo viele Äußerungen bewusst oder unbewusst ohne Antwort bleiben. Die thematische Steuerung beeinflussen die Interviewten kaum.

Da in meinem Textkorpus auf Interviewerseite zwischen vier und mehr als 30 Personen teilnehmen, sind sie die meiste Zeit über nicht in der Funktion als Interviewer aktiv, sondern als Publikum. Ihre indirekte Präsenz zeigt sich vereinzelt durch Moderatoreninformationen. Direkt gegenwärtig sind sie, wenn sie sich über das Gesprächsgeschehen unterhalten, es bewerten oder andere Interviewer in ihrem Frageverhalten bestätigen oder kritisieren.

Der Leser des Chatinterviews hat den fertigen Text vor sich und kann sich nicht direkt äußern. Seine Textpräsenz drückt sich indirekt aus. Es finden sich innerhalb der Chatinterviews einige Antworten, die kommerzielle Interessen zum Ausdruck bringen und sicherlich einem breiten Publikum, somit auch als Appell an den Leser gelten. Dies wäre vergleichbar mit einer Buchpräsentation in einem Fernsehinterview o.Ä.

7 Zusammenfassender Überblick über das Interview in den verschiedenen Medien

7.1 Rezeptionssteuerung der Medienmacher im Vergleich

Abschließend will ich zusammenfassend einige Tendenzen aufzeigen, die sich hinsichtlich des Einflussbereichs der Medienmacher in den verschiedenen Medien herauskristallisiert haben. Während das Medium selbst die Rahmenbedingungen für Texte vorgibt, wie die Realisationsform, unterschiedliche Arten von Situationsvermittlung oder die Art der Rezeption, entscheiden schließlich die Medienmacher über die Präsentation des Textes. Dies kommt im Chatinterview umso klarer zum Ausdruck, da hier – rein technisch betrachtet – weitgehend jedes andere Medium kopiert werden kann.¹³¹ Chatinterviews können wie Presse- oder Rundfunkinterviews gestaltet sein, allein die Medienmacher bestimmen die Art der Präsentation.

Die Interviews werden vom Rezipienten als Textganzes wahrgenommen, nicht wissenschaftlich untergliedert in Teilbereichen rezipiert. Aus diesem Blickwinkel habe ich auch eventuelle Dominanzen der Textbeteiligten betrachtet. Unterschiedliche Arten der Verschriftlichung von Texten und vor allem die Verwendung von Paratexten wie Bildern oder Überschriften als rezeptionssteuernde Elemente lassen erkennen, dass die Medienmacher im Presseinterview einen sehr großen Einfluss auf den Text ausüben können. Deutlich ausgenutzt wurde dies in einzelnen Interviews von *Stern* und *Spiegel*. Obwohl auch das Chatinterview als Schrift auf zweidimensionaler Ebene präsentiert wird, spielen dort die Paratexte der Printmedien eine untergeordnete Rolle.

Die Hörfunkinterviews gleichen sich hinsichtlich des Aufbaus stark. Unterschiede betreffen nicht so sehr den Verlauf des Interviews und die Kombination von Fließtext und anderen Sendungselementen, sondern die Länge der Gesprächsblöcke. In zwei der Interviews wird die Gesprächssituation besonders hervorgehoben, was sich inhaltlich auf den Text auswirkt. Die Tatsache, dass Hörfunkinterviews viele Unterbrechungen fließtextunabhängiger Elemente wie Musik und Nachrichten beinhalten, der Textkörper also stark zergliedert ist, ist ebenfalls auf die Medienmacher zurückzuführen. Intervieweinleitungen, Zwischenansagen oder Jingles werden überdies genutzt, um den neu zugeschalteten Rezipienten über das Geschehen zu informieren und zum Zuhören zu animieren.

¹³¹ Dies gilt natürlich nur unter Vorbehalt: Zwar können im Internet Chatinterviews nach Art von Zeitungsinterviews veröffentlicht werden. Sie bleiben aber Bildschirmtexte, die erst ausgedruckt werden müssen und selbst dann in Format und Aufbau anders sind.

Ebenfalls starken Einfluss auf den Text nehmen einzelne Medienmacher im Fernsehen dadurch, dass sie Bildregie führen und auch die Gesprächssituation unterschiedlich gestalten können. Hierunter fallen Studioaufbau, Sitzplatzanordnung und die Anwesenheit und Positionierung des Publikums. Überdies können Texteinblendungen vorgenommen werden, die den Interviewten beschreiben und nicht immer wertfrei sind. Hinsichtlich Bildregie und Texteinblendungen fielen die Interviews bei „Maischberger“ und „Menschen bei Maischberger“ auf. Dass die Medienmacher eine sehr dominante Position einnehmen können, zeigt sich allein schon daran, dass das Konzept von „WIB Schaukel“ – sowohl was Aufbau, Gesprächssituation und Nachbearbeitungen betrifft – sich völlig von den anderen Interviews unterscheidet. Betrachtet man die Chatinterviewtexte, so wird ebenfalls deutlich, wie stark die Unterschiede an den Vorgaben der Medienmacher liegen. Die Interviews unterscheiden sich in Ablauf, Aufbau und Umfang sehr stark. Ein wichtiger Aspekt des Chatinterviews ist ferner, dass die Interviewer hier nicht im Auftrag der Medienmacher agieren, sondern aus Eigeninteresse Fragen stellen, was durchaus auch in den Texten zum Vorschein kommt.

7.2 Über die Authentizität der Texte

Natürlich drängt sich nach der Analyse von mehreren Dutzend Interviews unterschiedlicher Medien die Frage nach der Authentizität der Texte auf. Doch ist diese Fragestellung sinnvoll? Schließlich handelt es sich um *Medientexte*, bei denen, wie gerade erläutert, die Medienmacher in unterschiedlichem, aber sehr hohem Grad die Möglichkeit haben, Einfluss auf den Text zu üben. Das Gespräch wird mit Ausnahme des Chatinterviews von Medienvertretern auf Interviewerseite mitgestaltet. Dies alles sind Kennzeichen des Medieninterviews, keine moralisch verwerflichen, zu verheimlichenden Tätigkeiten, die damit den Authentizitätsgrad des Interviews verringern. Beim Medieninterview handelt es sich eben nicht um eine Dialogsorte, die auf einer natürlichen Gesprächssituation basiert. Das Gespräch wäre ohne den jeweiligen Medienmacher nie zustande gekommen. Gerade deshalb sind Medieninterviews auch keine Gespräche, sondern *Medientexte*. Und ein Medientext kann, soll und will keine 1:1-Abbildung des Gesprächsgeschehens der Primärsituation sein.

Die Frage muss folglich anders gestellt werden: Welches Medieninterview vermag es am ehesten und verfolgt es am erfolgreichsten, dem Rezipienten einen möglichst unverstellten und ungekünstelten Star zu präsentieren?¹³² Welches Interview also enthält interessante, informative Angaben des Interviewten, die nicht nur der Selbstdarstellung seiner selbst dienen, sondern wirkliche Informationen über ihn preisgeben?

Das Presseinterview besitzt das Manko, erst durch Redakteurshand verschriftlicht worden zu sein. Wie gewissenhaft auch immer der Text konzipiert worden sein mag, fallen dennoch

¹³² Diese Zielsetzung ist nicht gleichzusetzen mit der der Medienmacher, die, je nach Publikationsorgan, ihren Schwerpunkt auf spektakuläre Entblößungen des Interviewten o.Ä. legen können.

wesentliche Elemente dadurch weg. Ich will nur den Sprecherwechsel als Beispiel nennen. Beim zweiten schriftsprachlich präsentierten Medieninterview, dem Chatinterview, findet die Kommunikation zwar bereits geschriebenssprachlich statt, wodurch der Bearbeitungsprozess entfällt. Worthülsen, aber auch gezielt eingesetzte sprachliche Mittel, um ein bestimmtes Image zu transportieren, können hier leichter entlarvt werden als in der Flüchtigkeit des Gesprochenen. Zudem wird der Interviewte nicht durch eventuelle journalistische Techniken inhaltlich stark manipuliert, da die Fragenden weder journalistisch ausgebildet sind, noch Vertreter des Medienverantwortlichen sind. Die Kommunikation per Schrift nahezu in Echtzeit, im Chat oft unter massivem Zeitdruck, gehört jedoch nicht zur Routine von jedermann. Ferner sind die Entstehungsbedingungen vielfach undurchsichtig – teils sind Tipper für den Interviewten vorhanden, teils werden im Nachhinein Korrekturen vorgenommen. Dass überhaupt keine inhaltliche Steuerung erfolgt, kann außerdem als Nachteil gewertet werden. Der Reiz des Chatinterviews in seiner momentanen Form liegt wohl eher in der aktiven Teilnahme, dem unmittelbaren Kontakt zum Interviewten, als in der Rezeption des Interviewtextes im Nachhinein.

Bleibt demnach noch, die Rundfunkinterviews gegeneinander abzuwägen. Im Fernsehinterview erhält der Rezipient zweifellos mehr Informationen über das Gesprächsgeschehen, da er die Situation optisch mitverfolgen kann und hinsichtlich der beiden Interaktanten nicht auf verbale Daten angewiesen ist, sondern ebenfalls visuelle Informationen aufnehmen kann. Dies hat den Vorteil, dass er beispielsweise im Interview mit Benjamin Tewaag nicht nur dessen inhaltlich und gesprächsorganisatorisch offensives Gesprächsverhalten wahrnimmt, sondern zusätzlich seine verkrampte Haltung, seinen starren Blick. Günther Jauchs Nervosität im Interview mit Günter Gaus scheint sich im Verlauf des Gesprächs zu steigern, was durch häufiges Schlucken und nervöse Handbewegungen zum Ausdruck kommt, nicht auf verbaler Ebene. Diese beiden zitierten Beispiele machen aber gleichzeitig deutlich, dass im Fernsehinterview auf den Interaktanten ein enormer Druck liegt. Sie wissen, dass es nicht allein darum geht, die Fragen inhaltlich ausreichend zu beantworten, sondern sich optisch gut zu verkaufen. Die Kamera ist im Interview mit Jauch beständig auf ihn gerichtet, nie auf den Interviewer. Ein derart observierendes Verhalten ist für eine natürliche Gesprächssituation kaum vorstellbar. Das Interview mit Oliver Bierhoff verdeutlicht diesen Druck insofern, als Studiopublikum als Stellvertreter der Rezipienten zu Hause vorhanden ist. In der Tat richten die Interaktanten einzelne Äußerungen ans Publikum oder versuchen zumindest durch humorvolle Beiträge, die Lacher auf ihre Seite zu ziehen. Von unverstellter Kommunikation kann hier ebenfalls nicht die Rede sein. Die Mediensituation steht immer im Vordergrund. Überdies ist in einzelnen Fernsehinterviews auch ein vergleichsweise starkes Ausweichverhalten festzustellen.

Diese Ergebnisse bringen alle zum Ausdruck, dass der Zusatz optischer Daten nicht nur Vorteile für das Interview bringt. Die Entscheidung kann somit nicht für oder gegen eines der Rundfunkmedien ausfallen, sondern nur für oder gegen einzelne Sendungen und Sendeformate. Es erscheint mir das Konzept bei „Beckmann Spezial“ sinnvoll, auf Studiopublikum

zu verzichten. Der Bildschwerpunkt liegt auf dem Interviewten, das Kameraauge ruht jedoch nicht beständig auf ihm, sondern zeigt auch den Interviewer. Zwischen beiden befindet sich ein Tisch, so dass sie sich der Kamera nicht in ganzer Größe, gewissermaßen ungeschützt präsentieren müssen, wie dies bei der Sendung von Günter Gaus der Fall ist. Um an Informationen zu gelangen, ist es außerdem wichtig, dass der Interviewer klare Fragen formuliert. Sowohl im Hörfunk (*Antenne Bayern* „Insider“) als auch im Fernsehen (*ZDF* „WIB Schaukel“) fanden sich Interviews, in denen nur etwa die Hälfte aller Intervieweräußerungen Fragen zum Inhalt hatten. Wenig interessant für den Rezipienten ist es, wenn der Interviewer zu kooperativ agiert, da er oft nichts Neues erfährt. Problematisch ist allerdings ebenso ein zu offensives Frageverhalten, da der Interviewte sich dann auf eine Ausweichstrategie zurückziehen kann, eine Interaktionsblockade entsteht. So ist die Fragedichte im Interview von Oliver Kahn (90 %) sehr hoch. Sandra Maischbergers Fragen beinhalten viele Fragevoraussetzungen oder Antworttendenzen, die Kahn einengen. In über einem Drittel aller Antworten geht er nur auf Teilbereiche der Fragen ein oder verhält sich non-responsiv. Beckmann hingegen setzt auf die Konfrontation mit Thesen und Meinungen und verzichtet (soweit die Kameraführung ein Urteil erlaubt) darauf, die Äußerungen des Interviewten zu bewerten, wohingegen Maischbergers Mimik mitunter verrät, dass sie sich über den Interviewten lustig macht. Dadurch nimmt sie eine Imageverletzung des Interviewten vor, was seine Antwortbereitschaft nicht erhöht. Es muss aber hinzugefügt werden, dass Kahn bereits von Beginn des Interviews an sehr verschlossen agiert, wie Körperhaltung und Antwortverhalten beweisen. Maischberger vermag es nicht, ihn aus der Reserve zu locken. Sendekonzept und Interviewführung von „Beckmann“ stechen demnach innerhalb meines Fernsehinterviewkorpus positiv hervor. Im Hörfunkinterview kann der Interviewte sich ganz auf seine akustische Präsenz konzentrieren. Es besteht dadurch weniger die Gefahr, dass er gehemmt ist oder seine Selbstdarstellung vor den Inhalt der Äußerung stellt. Negativ wirkt sich allerdings aus, wenn der Interviewer zu wenig Einfluss auf den Text nimmt, wie Frank Januschke (*Antenne Bayern*), der nur 1,2 Interviewerbeiträge pro Minute anbringt, während der Durchschnitt in den anderen Interviews des Hörfunks zwischen zwei und drei Beiträgen liegt. Adebisi nutzt die Chance zu monologisieren. Hinzu kommt, dass Januschkes Fragen entweder positive Implikationen enthalten oder neutral formuliert sind, was für Mola Adebisi die perfekte Bühne bildet, um sich selbst in Szene zu setzen. Thorsten Otto (*Bayern 3*) wiederum mischt sich sehr intensiv in das Gespräch ein (4,5 IB pro Minute). Er scheint dem Interviewten beständig Stichworte in Form von Thesen zu liefern, die Hildebrandt dann in seiner Äußerung aufgreift. Hildebrandt hat nicht den geringsten Einfluss auf die Themensteuerung. Durch viele fließtextbegleitende Einschübe ist das Interview zwar unterhaltsam, das Gespräch aber in sehr kleine Happen portioniert. Aufgrund der Interviewerführung vergleichsweise beliebig verlaufen die beiden anderen Interviews auf *Antenne Bayern*. Bleiben noch die Interviews des Senders *SWR 1*. Michel Ries hat in Michael Schanze einen schwierigen Interviewpartner vor sich, dem er nicht immer gewachsen zu sein scheint. Schanze als charmanter Medienprofi gibt nur unwillig das

Sprecherrecht ab und es dauert einige Zeit, bis Ries diese Redefreude eindämmen kann. Beide präsentieren sich auf Beziehungsebene sehr freundschaftlich, was eine kritische Fragestrategie natürlich erschwert. So geht Ries weniger strikt als sein Kollege Wolfgang Heim vor, der Howard Carpendale interviewt. Heim weiß positive und negative Äußerungen im Gleichgewicht zu halten, äußert hauptsächlich geschlossene Fragen und praktiziert inhaltlich verschiedene Methoden der Steuerung. Dieses strikte Vorgehen beschert ihm zwar einige Antworten, die nur teil-responsiv sind, produziert aber ein interessantes Interview, in dem der Interviewte keine zu starken Einschränkungen erfährt, sich jedoch auch nicht quantitativ und qualitativ beliebig äußern kann. Dies alles heißt natürlich nicht, dass ein Interview „erfolgreich“ verläuft, wenn all diese Rahmenbedingungen erfüllt sind. „Erfolgreich“ in dem Sinne, dass es die Erwartungen vieler Rezipienten befriedigt. Schließlich spielt der Inhalt der Fragen eine entscheidende Rolle dafür, ob der Rezipient Gefallen an dem Text findet oder nicht. Insofern behauptete ich auch nicht, dass die oben erwähnten Interviews „besser“ sind als andere, sondern nur, dass einige Kriterien dafür sprechen, dass hier am ehesten die Persönlichkeit des Interviewten zu Tage tritt. Den Star in Person, dessen „wahres Wesen“ ein Stück weit kennen zu lernen, dürfte schließlich eine wesentliche Motivation dafür sein, ein Starinterview zu rezipieren.

7.3 Über die Beteiligten innerhalb des Dialoggeschehens

Da die Primärsituation der Medieninterviews nur in den von den Medienmachern ausgewählten Ausschnitten übermittelt ist, habe ich in der Überschrift die Bezeichnung „Dialoggeschehen“ gewählt und will im Folgenden die Konstellation zwischen Interviewer und Interviewtem in den verschiedenen Medien zusammenfassend darstellen.

Betrachtet man den Interviewer im intermedialen Vergleich, fällt auf, dass er im Presseinterview kaum als Persönlichkeit auftritt. Sein Name findet sich wenig auffällig außerhalb des Fließtextes. Innerhalb der Primärsituation äußert sich der Interviewer natürlich als Person und nennt sich sicher nicht „Spiegel“. Als Dialogpartner tritt er innerhalb des Textes jedoch meist unter dem Namen des publizierten Organs auf. Dies ändert sich im Hörfunk, wo eine Vielzahl an Jingles oder Einleitungen den Interviewer benennen, im Fernsehen, wo meist die Sendung den Namen des Interviewers trägt. Der Interviewer ist im Fernsehen selbst zur Kategorie „Star“ zu zählen. In diesen drei genannten Medien handelt der Interviewer im Auftrag der Medienmacher und zusätzlich, je nach Medium, als Medienpersönlichkeit. Völlig anders ist dies im Chatinterview, wo die Interviewer beliebige, unbekannte und anonyme Internetbenutzer sind, die aus eigener Neugier am Interview teilnehmen. Mitunter betätigen sie sich von Anfang bis Ende des Chatinterviews aktiv, oft äußern sie nur eine einzige Frage. Ihren Namen wählen sie selbst aus. Dieser kann oft nicht als Namenzeichen interpretiert werden, sondern dient als Begriffzeichen und hat somit eine Bedeutung, soll bestimmte Informationen geben, lustig sein oder Assoziationen wecken. Während der Interviewer im Rundfunk als Einzelperson auftritt,

sind in der Presse teilweise mehrere Interviewer zugegen, im Chatinterview findet sich immer eine Vielzahl an Fragenden.

Als Interviewte treten in den Medieninterviews Stars unterschiedlichen Rangs auf, unter ihnen Musiker, Sportler, Moderatoren oder Schauspieler. Es fällt auf, dass vorwiegend junge Leute aus der Musikbranche das Chatinterview als Plattform für ihre Äußerungen wählen. Hörfunkinterviews mit Mediengrößen zu finden ist weitaus schwieriger als Fernseh- oder Presseinterviews mit großen Stars.

Die Interviewerbeiträge sind in allen untersuchten Medien in der Regel kürzer als die des Interviewten. Dieser Unterschied tritt teils deutlicher (Presse), teils weniger deutlich zu Tage (Hörfunkinterview mit Sabine Altena auf *Antenne Bayern*), und entfällt in manchen Chatinterviews ganz (*prinz.de*). In der Presse sind die Interviewtenäußerungen selten länger als 25 Zeilen im Spaltendruck. Greift der Interviewer hingegen nicht regulierend ein, finden sich im Hörfunk mitunter weitaus längere, fast schon monologische Passagen. Auf pragmatischer Ebene fallen in der Presse hauptsächlich Äußerungen mit Fragehandlung auf, während es sowohl Hörfunk- als auch Fernsehinterviews gibt, die etwa zur Hälfte aus Intervieweräußerungen bestehen, die Zustimmung ausdrücken, eigene Anschauungen preisgeben oder andere Bemerkungen enthalten. Extreme Unterschiede weist hier das Chatinterview auf, wo einzelne Interviews ausschließlich Fragehandlungen enthalten (*viva.tv*), während bei anderen mehr als die Hälfte aller Äußerungen keine Frage zum Ausdruck bringt (*prinz.de*). Interessant ist überdies, dass die Presseinterviewer in der Regel auffällig viele geschlossene Fragen anbringen, die den Interviewten also auf eine bestimmte Richtung festlegen, während im Rundfunk keine einheitliche Tendenz zum Vorschein kommt. Im Chatinterview hingegen dominieren unter den Fragehandlungen oft offene Fragen, die die Neugier der Chatter widerspiegeln.

Der Sprecherwechsel ist im Presseinterview meist kooperativ dargestellt, Unterbrechungen werden sehr selten verschriftlicht. Die Darstellung von Überlappungen (wie in sprachwissenschaftlichen Transkripten) ist nicht üblich. Im Hörfunk fehlen medienbedingt Informationen zu nonverbalen Adressierungen. Im Interview von Kathie Kleff (mit Kai Pflaume) und Michel Ries (mit Michael Schanze) finden sich einige Überlappungen, die jedoch nicht immer kompetitiv gedeutet werden können. Schanzes Mitteilungsbedürfnis ist einfach groß. Sehr zurückhaltend unter den Interviewten verhält sich Sabrina Staubitz. In dieser Hinsicht völlig konträr verläuft das Interview in „Menschen bei Maischberger“ mit Benjamin Tewaag, in dem der Sprecherwechsel auch auf nonverbaler Ebene einen starken Kampf um das Sprecherrecht zeigt. Beim Chatinterview hingegen vollzieht sich der Sprecherwechsel meist nach Maßgabe des Moderators, der die Äußerungen der Interviewer für den Bildschirm freigibt. Bei *lindenstraße.de* werden Fragen und Antworten erst bei der Veröffentlichung einander zugeordnet, während bei *prinz.de* der Sprecherwechsel ohne Steuerung erfolgt. Die Präsentation der Fragen hängt dort von der Geschwindigkeit der Tipper ab. Zudem versehen die Chatteilnehmer ihre Äußerungen oft mit direkten Adressierungen, mahnen vom Interviewten Aufmerksamkeit oder fordern Antworten explizit ein.

Hinsichtlich des Beziehungsverhaltens fällt auf, dass die Interviewer sich in Zeitungen um eine neutrale Strategie bemühen. Die Magazine *Spiegel* und *Stern* setzen hingegen auf kompetitive Elemente. Doch auch wenn die Interviewten kritisiert und provoziert werden, wie im *Spiegel*, reagieren sie keinesfalls aggressiv, sondern wirken durchwegs gleichmütig. Auch Fragen, die Persönliches enthüllen (vorwiegend im *Stern*) beantworten sie bereitwillig. Die Hörfunkinterviews verlaufen auf auffällig neutraler Ebene, während bei Fernsehinterviews mehr Kompetitivität zum Ausdruck kommt. Interviewer im Fernsehen sind aber gleichzeitig sichtlich um Ausgleichsverhalten bemüht: Wer sich kritisch äußert, lässt später wieder ein Lob einfließen und umgekehrt. Während einzelne Interviewte im Hörfunk kein Interesse an der Beziehungsgestaltung zu haben scheinen (Carpendale), wirken andere Stars auffällig fröhlich (Schanze), lachen viel und bemühen sich sichtlich um eine angenehme Atmosphäre. Ähnliches findet sich im Fernsehen, wobei hier auch auf nonverbaler Ebene Wohlwollen oder Amüsement angedeutet werden können. Direkte Provokationen kommen nur in den beiden Schriftmedien gehäuft vor. Insbesondere die Chatinterviews erweisen sich auf der Beziehungsebene sehr heterogen. Die Interviews von *prinz.de* enthalten eine Vielzahl an imageschädigenden und beleidigenden Äußerungen, wohingegen in anderen Chatinterviews ein überschwängliches Lob ans andere gereicht ist. Die Interviewten reagieren in beiden Fällen nicht immer ruhig und gefasst. Gefühlsausbrüche in positiver Hinsicht sind bei Jeanette Biedermann, in negativer Richtung bei Ricky zu finden. Während man sich auf *Antenne Bayern* freundschaftlich duzt, herrscht in allen Presseinterviews das „Sie“ vor. Gemischt zeigen sich in dieser Hinsicht Fernsehen und Internet. Beim Chatinterview wechselt die Anrede sogar innerhalb einzelner Interviews, je nachdem, wie vertraut sich der Chatter dem Interviewten fühlt, welcher Altersklasse und welcher Branche dieser angehört. Außerdem wird im Chatinterview die zwischenmenschliche Komponente zwischen dem Star und einzelnen Interviewern oft thematisiert, Kuppelereien zwischen Chatteilnehmern und Interviewten angebahnt, Treffen vorgeschlagen oder Ähnliches.

Inhaltlich weisen die Fragen in den Zeitungen kaum Steuerungsvermögen auf. Dies ist wiederum bei den Zeitschriften anders, wo Fragen mit Fragevoraussetzung oder Antworttendenz keine Seltenheit sind. Die Interviewten geben jedoch bereitwillig Auskunft, weichen selten aus. Während die Hörfunkinterviews inhaltlich kaum Steuerung erkennen lassen (Ausnahme: *SWR 1*), sticht dies im Fernsehen etwas deutlicher ins Auge. Doch auch hier hängt dies von der Sendung ab, kann nicht verallgemeinernd gesagt werden. Eine inhaltliche Auffälligkeit zeichnet das Chatinterview aus. Es finden sich Passagen, in denen der Interviewte gar nicht angesprochen ist, sondern die als kommentierende Seitensequenzen interpretiert werden können. Die Steuerung auf inhaltlicher Ebene ist gering.

Das Antwortverhalten in Hörfunk und Fernsehen unterscheidet sich in meinem Korpus leicht. Der Interviewte im Hörfunk agiert meist responsiv, der im Fernsehen hingegen weicht bei strenger Interviewerführung gerne aus. Auf nonverbaler Ebene fallen Illustrierungen des Gesagten auf. Zudem kann das nonverbale Verhalten Informationen darüber liefern, ob dem Interviewten Fragen unangenehm sind, ob er nervös ist, ohne dass dies verbal zum Ausdruck

kommt. Unter den Chatinterviews stechen erneut die Interviews von *prinz.de* hervor, da hier das non-responsive Verhalten stark ausgeprägt ist. Aus Zeitmangel, aber auch um unverschämten und unliebsamen Fragen aus dem Weg zu gehen, reagieren die Interviewten auf viele Fragehandlungen überhaupt nicht.

Bei der thematischen Progression offenbart sich, dass der Interviewer immer den größten Einfluss ausübt, egal um welches Medium es sich handelt. Der thematische Verlauf ergibt sich in fast allen Interviews der Printmedien aus vorigen Äußerungen, die der Interviewer wieder aufgreift. Themensprünge sind kaum zu finden. Es zeigt sich aber, dass sich im *Stern* die Folgefragen vorwiegend auf Fragen beziehen und somit auf die Äußerung des Interviewten nicht eingehen. Im Hörfunk bemerkt man, dass je nach Interview auch der Interviewte neue Themengebiete einbringen kann. Themenwechsel können leicht nach Musikunterbrechungen eingefügt werden, ohne als Themenbruch aufzufallen. Im Fernsehen besteht die Möglichkeit, Themenwechsel lokal zu begründen, wie im Interview in „WIB Schaukel“ oft zu sehen ist. Im Chatinterview weisen die Fragen untereinander meist keinen Bezug zueinander auf. Insofern kann kaum von Themenprogression gesprochen werden. Anders bei den beiden Chatinterviews von *prinz.de*, wo durchaus längere Passagen zusammengehören können. Dort sind mehrere Themengebiete ineinander verwoben und entwickeln sich parallel. Der Interviewte hat nur in Ausnahmefällen die Chance, neue Themen durchzusetzen. Ihm bleibt meist nur die Möglichkeit, durch Schweigen Themengebiete abzuwenden. In moderierten Chats muss er darauf vertrauen, dass der Moderator unangenehme Themengebiete nicht zulässt.

7.4 Ausblick

Am Ende dieser Arbeit bleibt die Frage im Raum, welche Entwicklungstendenzen im Bereich Medieninterviews zu erwarten sind. Einen Ausblick in dieser Hinsicht zu wagen, liegt eher im Kompetenzbereich eines diachron vorgehenden Analytikers. Eine genauere intermediale Untersuchung steht hier jedoch noch aus. Obwohl diese synchrone Textanalyse mit ihrem beschränkten Korpus von 50 Interviews also als Grundlage für eine Prognose nicht unbedingt prädestiniert ist, erscheint es mir zum Abschluss meiner Untersuchung dennoch reizvoll, ein paar Überlegungen zu zukünftigen Medieninterviews anzustellen.

Da es in der Presse generell einen Trend zu mehr Bebilderung, zu vollfarbigen Seiten und zur Aufspaltung in kleinere Textsegmente gibt, wird sich vermutlich auch das Presseinterview dem nicht verwehren.

Eine ähnliche Entwicklung hat der Hörfunk bereits vollzogen, indem er die Interviewsegmente durch Musikunterbrechungen in kleine „Häppchen“ segmentiert. Ob und in welcher Form das Hörfunkinterview innerhalb der Unterhaltungssender einen Platz bewahren kann, erscheint mir fraglich. Möglicherweise werden die Textsegmente immer kürzer, die situativen Umstände immer wichtiger, um den Hörer nicht zu langweilen.

Bei den Fernsehinterviews kann ich anführen, dass sich die Interviewbedingungen von „Menschen bei Maischberger“ im Laufe meiner Untersuchung verändert haben. Auf Studiopublikum wird nun verzichtet. Stattdessen bleiben die gerade interviewten Personen am Tisch sitzen (wie bei „Johannes B. Kerner“). Sie ersetzen insofern das Publikum vor Ort, als ihre Reaktionen auf Äußerungen der anschließenden Interviewpartner häufig ins Bild kommen. Da sich die bereits Interviewten vereinzelt auch noch verbal am Folgeinterview beteiligen, erweckt das Interview den Eindruck einer Gesprächsrunde, bei der allerdings die Positionen von Interviewer und Interviewtem klar vergeben sind. Die Umstrukturierung der Sendung zeigt also eine Tendenz weg vom Einzelgespräch unter den Augen des Studiopublikums hin zu einem gerichteten Gespräch innerhalb einer Gesprächsrunde. Aus dieser Veränderung auf generelle Entwicklungen im Fernsehinterview zu schließen wäre zwar nicht gerechtfertigt. Es ist aber eine Überlegung wert, ob das Starinterview in naher Zukunft als „nacktes“ Zwei-Personen-Gespräch immer weniger anzutreffen sein wird und stattdessen Interviews bevorzugt werden, bei denen durch eine erweiterte Personenkonstellation oder eine Schwerpunktsetzung auf die Interviewsituation (wie bei „WIB Schaukel“) mehr Abwechslung zu erwarten ist.

Bereits innerhalb dieses kurzen Analysezeitraums von vier Jahren hat sich das Chatinterview vom weitgehend unzensierten, unstrukturierten und unmoderierten Interview in festere Bahnen begeben. Diese Form von Chatinterviews findet sich nicht mehr, da sie dem Star kaum zumutbar ist und inhaltlich wenig ergiebig ist. Kein seriöser Medienapparat kann es sich leisten, einen Star in aller Öffentlichkeit beschimpfen und provozieren zu lassen. Bei starker Veränderung der Interviewerfragen und inhaltlicher Teilnahme eines Moderators, der die Themensteuerung übernimmt (*bild.de*), geht der Chatcharakter jedoch verloren. Dies kann ebenfalls kein Zukunftskonzept der Chatinterviews sein. Der Reiz dieser Interviewform liegt im unmittelbaren Kontakt zwischen dem Star und seinen Anhängern, der auch innerhalb der Sekundärsituation noch spürbar ist. Diese Verbindung muss sowohl in der Primärsituation gewährleistet sein, als auch in der Sekundärsituation zum Vorschein kommen. Insofern kann ich mir vorstellen, dass dieser Kontakt in Zukunft noch eindrücklicher dargestellt sein wird, indem die Kommunikation nicht nur verbal stattfindet und übertragen wird, sondern Kameraaufnahmen des Interviews zu sehen sind. Das Internet dürfte in seiner Multimedialität weitaus mehr zum Tragen kommen, als dies jetzt der Fall ist.

8 Anhang

8.1 Das Textkorpus im Überblick

Im Anschluss ist das gesamte Textkorpus noch einmal im Überblick aufgelistet. Genauere Angaben finden sich in den jeweiligen Medienkapiteln unter der Überschrift „Textmaterial ...“.

Textmaterial Presseinterviews

Süddeutsche Zeitung (SZ):

- Christo und Jeanne-Claude
- Heinz Hoenig

SZ-Magazin:

- Vicco von Bülow

Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ):

- Heiner Lauterbach

Mainpost:

- Michael Groß
- Doris Dörrie

Bild:

- Ulla Kock am Brink
- Rutila und Thomas Gottschalk

Die Zeit:

- Fritzi Haberlandt

Der Spiegel:

- Jürgen Fliege
- Oliver Geißel
- Thomas Gottschalk
- Boris Becker
- Marius Müller-Westernhagen
- Harald Schmidt
- Franka Potente

Focus:

- Franka Potente
- Reinhold Beckmann
- No Angels

Stern:

- Boris Becker
- Patrice Faramé
- Herbert Grönemeyer
- Rolf Zacher
- Veronica Ferres
- Harald Schmidt
- Ulla Kock am Brink

Textmaterial Hörfunkinterviews

- *Antenne Bayern* „Sonntags-Frühstück“ mit Mola Adebisi
- *Antenne Bayern* „Insider“ mit Kai Pflaume
- *Antenne Bayern* „Insider“ mit Sabrina Staubitz
- *Bayern 3* „Stars und Hits“ mit Dieter Hildebrandt
- *SWR 1* „Leute“ mit Michael Schanze
- *SWR 1* „Leute“ mit Howard Carpendale

Textmaterial Fernsehinterviews

- *ZDF* „Johannes B. Kerner“ mit Oliver Bierhoff
- *ZDF* „WIB Schaukel“ mit Thomas Ohrner
- *ARD* „Menschen bei Maischberger“ mit Benjamin Tewaag
- *ARD* „Beckmann Spezial“ mit Marius Müller-Westernhagen
- *SAT 1* „News & Stories. Zur Person“ mit Günther Jauch
- *ntv* „Maischberger“ mit Oliver Kahn

Textmaterial Chatinterviews

- Sandra Maischberger
<http://www.n-tv.de/3081784.html> (Stand: 03/2004)
- Jeanette Biedermann
www.20min.ch/community/chat-events-archiv/story/13221107 (Stand: 03/2004)
- Alexander
www.bild.t-online.de/BTO/index,templateId=renderBodyObenMitteErsatz,image=1165034.html
(Stand: 03/ 2004)
- Ute Mora
www.lindenstrasse.de/lindenstrasse/lindenstrassecms.nsf/x/B3F1406793A0585FC1256D340046EAC0?OpenDocument&par=pg01 (Stand: 03/2004)
- Scooter
www.ndrtv.de/grandprix/teilnehmer/national/2004_scooter_chat.html (Stand: 03/2004)
- Peter Maffay
www.t-online.de/community/index/evecyx568.htm (Stand: 4/2004)
- Ricky
www.prinz.de/chat/mitschnitt/ricky.shtml (Stand: 07/2001)
- Holger Speckhahn
www.prinz.de/chat/mitschnitt/speckhahn.shtml (Stand: 07/2001)
- Hansi Hinterseer
www2.bluewin.ch/chat/promichats/hansi_hinterseer/# (Stand: 04/2004)
- Reinhold Beckmann
www.mdr.de/olympia/olympia_im_mdr/1289677.html (Stand: 04/2004)
www.mdr.de/leipzig-liest/interaktiv/1289677.html (Stand: 05/2004)

- Daniel Küblböck
www.viva.tv/5949.php?PHPSESSID=16145917595312a3caa2e0489b6d20c0 (Stand: 01/2004)
- Jasmin Wagner
www.viva.tv/6255.php?PHPSESSID=2301188545dd8cd5107f5644d32a07f5 (Stand: 01/2004)

8.2 Hinweise zur Transkription

Beim Transkriptionsverfahren handelt es sich um eine stark vereinfachte Form des gesprächsanalytischen Transkriptionsverfahrens GAT nach Selting, Auer u.a. (1998).

[Überlappungen und Simultansprechen
(.)	Mikropause
(-), (--), (---)	kurze, mittlere, längere Pause
(2,0)	Pause von ca. 2 Sekunden Dauer
=	Verschleifung, besonders schneller Anschluss
:	Dehnung
‘	auffälliger Wortabbruch
akZENT	Akzent
ak!ZENT!	auffälliger Akzent
?	Tonhöhe hoch steigend
-	Tonhöhe gleichbleibend
;	Tonhöhe mittel fallend
.	Tonhöhe tief fallend
((lacht))	para-/außersprachliche Handlung
<<lachend> >	sprachbegleitende para-/außersprachliche Handlung oder interpretierender Kommentar mit Reichweite
()	unverständliche Passage je nach Länge
(wollen)	vermuteter Wortlaut
[...]	Auslassung im Transkript

8.3 Literaturverzeichnis

- Abel, Jürgen (1999): *Cybersl@ng. Die Sprache des Internet von A bis Z*. München.
- Altmann, Hans (1993): Satzmodus. In: *Syntax. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. Hrsg. v. Joachim Jacobs, Arnim von Stechow u.a. Berlin.
- Ayaß, Ruth (1993): Auf der Suche nach dem verlorenen Zuschauer. In: *Medienrezeption als Aneignung*. Hrsg. v. Werner Holly und Ulrich Püschel. Opladen: 27-42.
- Berens, Franz Josef (1975): *Analyse des Sprechverhaltens im Redekonstellationstyp „Interview“*. München.
- Birkner, Karin (2001): *Bewerbungsgespräche mit Ost- und Westdeutschen. Eine kommunikative Gattung in Zeiten gesellschaftlichen Wandels*. Tübingen.
- Bittner, Johannes (2003): *Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung*. Berlin.
- Bleicher, Joan Kristin (1993): *Institutionsgeschichte des bundesrepublikanischen Fernsehens*. In: *Institution, Technik und Programm. Rahmenaspekte der Programmggeschichte des Fernsehens*. Hrsg. v. Knut Hickethier. München: 67-134.
- Blum, Joachim, Hans-Jürgen Bucher (1998): *Die Zeitung: Ein MultimediuM. Textdesign – ein Gestaltungskonzept für Text, Bild und Grafik*. Konstanz.
- Brecht, Bertolt (1967): *Radiotheorie*. In: *Schriften zur Literatur und Kunst I. 1920-1932*. Frankfurt a. M.: 121-140.
- Brinker, Klaus (1997⁴): *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden (= Grundlagen der Germanistik, 29)*. Berlin.
- Brinker, Klaus, Sven F. Sager (2001³): *Linguistische Gesprächsanalyse. Eine Einführung (= Grundlagen der Germanistik, 30)*. Berlin.
- Brünjes, Stephan, Ulrich Wenger (1998): *Radio-Report*. München.
- Bucher, Hans-Jürgen (1993): *Geladene Fragen*. In: *Dialoganalyse IV (2)*. Hrsg. v. Heinrich Löffler. Tübingen: 97-107.
- Bucher, Hans-Jürgen (1994): *Frage-Antwort-Dialoge*. In: *Handbuch der Dialoganalyse*. Hrsg. v. Gerd Fritz und Franz Hundsnurscher. Tübingen: 239-258.
- Bucher, Hans-Jürgen (1996): *Textdesign – Zaubermittel der Verständlichkeit? Die Tageszeitung auf dem Weg zum interaktiven Medium*. In: *Textstrukturen im Medienwandel*. Hrsg. v. Ernest W. B. Hess-Lüttich u.a. Frankfurt a. M.: 31-60.
- Bucher, Hans-Jürgen (1999): *Sprachwissenschaftliche Methoden der Medienforschung*. In: *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. HSK-Bd. 15.1*. Hrsg. v. Joachim-Felix Leonhard u.a. Berlin: 213-231.
- Burger, Harald (1984): *Sprache der Massenmedien*. Berlin.
- Burger, Harald (1991): *Das Gespräch in den Massenmedien*. Berlin.
- Burger, Harald (2001a): *Textsorten in den Massenmedien*. In: *Text und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. HSK-Bd. 16.1*. Hrsg. v. Klaus Brinker u.a. Berlin: 614-627.
- Burger, Harald (2001b): *Gespräche in den Massenmedien*. In: *Text und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. HSK-Bd. 16.2*. Hrsg. v. Klaus Brinker u.a. Berlin: 1492-1505.

- Chill, Hanni, Hermann Meyn (2000): Funktionen der Massenmedien in der Demokratie. In: Informationen zur politischen Bildung, Massenmedien. Hrsg. v. Bundeszentrale für politische Bildung. Nr. 260/1998. Bonn: 3-6.
- Conrad, Rudi (1977): Studien zur Syntax und Semantik von Frage und Antwort. Berlin.
- Daneš František: (1970): Zur linguistischen Analyse der Textstruktur. In: Folia Linguistica 4, 72-78. Wiederabgedruckt in: Sprachwissenschaft. Ein Reader. Hrsg. v. Ludger Hoffmann (1996). Berlin: 591-597.
- Deppermann, Arnulf (2001): Gespräche analysieren. Opladen.
- Der Brockhaus multimedial 2000 (1999): CD-ROM, Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG. o.O.
- Eberleh, Edmund (1990): Komplementarität von Text und Bild. In: Sprache und Technik. Hrsg. v. Thomas Becker u.a. Aachen: 67-89.
- Ecker, Hans-Peter, Jürgen Landwehr u.a. (1977): Textform Interview. Düsseldorf.
- Ekman, Paul, Wallace V. Friesen (1984²): Handbewegungen. In: Nonverbale Kommunikation. Forschungsberichte zum Interaktionsverhalten. Hrsg. v. Klaus Scherer und Harald Wallbott. Weinheim: 108-123.
- Ellsworth, Phoebe C. und Linda M. Ludwig (1984²): Visuelles Verhalten in der sozialen Interaktion. In: Nonverbale Kommunikation. Forschungsberichte zum Interaktionsverhalten. Hrsg. v. Klaus R. Scherer und Harald G. Wallbott. Weinheim: 64-85.
- Erb-Sommer Mathias, H. Walter Schmitz (1989): Wegblicken in verbaler Interaktion. Zur Funktion und Determination nonverbalen Verhaltens. In: Kognition und Kommunikation. Beiträge zur Psychologie der Zeichenverwendung. Hrsg. v. Clemens Knobloch. Münster: 101-136.
- Faulstich, Werner (2000⁴): Grundwissen Medien. München.
- Fleischhacker, Michael (2004): Internet-Journalismus. In: Praktischer Journalismus. Hrsg. v. Heinz Pürer, Meinrad Rahofer u.a. Salzburg: 229-237.
- Fräbel, Roland (1988): Sprachliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen gesendeten und gedruckten Interviews. In: Wissenschaftliche Zeitschrift der Pädagogischen Hochschule Karl Liebknecht 32 (5) Potsdam: 293-297.
- Friedrichs, Jürgen, Ulrich Schwinges (1999): Das journalistische Interview. Opladen.
- Genette, Gérard (1989): Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches. Frankfurt.
- Gruber, Helmut (2001): Die Struktur von Gesprächssequenzen. In: Text und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. HSK-Bd. 16.2. Hrsg. v. Klaus Brinker u.a. Berlin: 1226-1241.
- Grünewald, Heidi (1985): Argumentation und Manipulation in *Spiegel*-Gesprächen. Frankfurt.
- Habscheid, Stephan (2000): Medium in der Pragmatik. Eine kritische Bestandsaufnahme. In: Deutsche Sprache. 2/00 (28). Berlin: 126-143.
- Hall, Peter Christian (1997): Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland. In: Was Sie über Rundfunk wissen sollten. Hrsg. v. ARD/ZDF-Arbeitsgruppe Marketing. Berlin: 15-86.
- Haller, Michael (2001³): Das Interview. Ein Handbuch für Journalisten. Konstanz.
- Hang, Heinz-Günter (1976): Die Fragesignale in der gesprochenen deutschen Standardsprache. Göppingen.
- Hartmann, Frank (1999): Die Grundlagen der wissenschaftlichen Erforschung der Medien. In: Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. HSK-Bd. 15.1. Hrsg. v. Joachim-Felix Leonhard u.a. Berlin: 15-27.
- Hartmann, Thomas (1995): Transfer-Effekte: Der Einfluß von Fotos auf die Wirksamkeit nachfolgender Texte. Frankfurt.
- Häusermann, Jürg (1994²): Rhetorik für Radio und Fernsehen. Aaran.

- Heinemann, Wolfgang (2000): Textsorte – Textmuster – Texttyp. In: Text und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. HSK-Bd. 16.1. Hrsg. v. Klaus Brinker u.a. Berlin: 507-523.
- Heinemann, Margot, Wolfgang Heinemann (2002): Grundlagen der Textlinguistik. Interaktion – Text – Diskurs. Tübingen
- Heinze, Helmut (1977): Gesprochenes und geschriebenes Deutsch. Bonn.
- Hennig, Jörg (1996): Wer spricht und wer ist gemeint? In: Varietäten der deutschen Sprache. Hrsg. v. Jörg Hennig und Jürgen Meier. Frankfurt: 291-307.
- Herrmann, Friederike (1999): Theorien des Hörfunks. In: Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. HSK-Bd. 15.1. Hrsg. v. Joachim-Felix Leonhard u.a. Berlin: 175-189.
- Hickethier, Knut (1998): Geschichte des deutschen Fernsehens. Stuttgart.
- Hoffmann, Ludger (1996): Sprachwissenschaft. Ein Reader. Berlin.
- Hoffmann, Rolf-Rüdiger (1982): Politische Fernsehinterviews. Tübingen.
- Hoffmanová, Jana (1996): How the interviewer accomodates his respondent. In: Dialoganalyse VI, Hrsg. V. Svetla Cmejlikova, Jana Hoffmanova u.a. Tübingen: 159-165.
- Holly, Werner, Peter Kühn u.a. (1986): Politische Fernsehdiskussionen. Tübingen.
- Holly, Werner, Peter Kühn u.a. (1989): Redeshows. Fernsehdiskussionen in der Diskussion. Tübingen.
- Holly, Werner, Ulrich Püschel (1993): Sprache und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland. In: Sprache in den Medien nach 1945. Hrsg. v. Bernd Ulrich Biere und Helmut Henne. Tübingen: 128-157.
- Hooffacker, Gabriele, Martin Goldmann (2001): Online publizieren. Kilchberg.
- Horton, Donald, Richard Wohl (2002): Massenkommunikation und parasoziale Interaktion. In: Grundlagen zur Fernsehwissenschaft. Hrsg. v. R. Adelman, J.-O. Hesse u.a. Konstanz: 74-104.
- Jasper, Dirk (1997): Internet Newsgroups. Düsseldorf.
- Kendon, Adam (1986): Some reasons for studying gesture. In: Semiotica 62. Hrsg. v. Adam Kendon und Thomas D. Blakely. Amsterdam, Berlin: 3-28.
- Kendon, Adam (1990): Conducting interaction. Patterns of behavior in focused encounters. Cambridge.
- Kiefer, Ferenc (1988): On the pragmatics of answers. In: Questions and reasoning. Hrsg. v. Michel Meyer. Berlin: 255-279.
- Kühn, Christine (2002): Körper – Sprache. Frankfurt.
- Kühn, Peter (1995): Mehrfachadressierung. Tübingen.
- Linke, Angelika (1985): Gespräche im Fernsehen. Eine diskursanalytische Untersuchung. Bern.
- Ludes, Peter (1998): Einführung in die Medienwissenschaft. Entwicklungen und Theorien. Berlin.
- Mast, Claudia (1998⁸): ABC des Journalismus: ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit. Konstanz.
- Metzler Lexikon Medientheorie – Medienwissenschaft (2002): Hrsg. v. Helmut Schanze. Stuttgart.
- Muckenhaupt, Manfred (1999): Die Grundlagen der kommunikationsanalytischen Medienwissenschaft. In: Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. HSK-Bd. 15.1. Hrsg. v. Joachim-Felix Leonhard u.a. Berlin: 15-57.
- Mühlen, Ulrike (1985): Talk als Show. Frankfurt.
- Müller, Cornelia (1998): Redebegleitende Gesten. Kulturgeschichte - Theorie - Sprachvergleich. Berlin.
- Nöth, Winfried (1997): Can pictures lie? In: Semiotics of the media. Hrsg. v. Winfried Nöth. Berlin: 133-146.

- Rath, Rainer (2001): Gesprächsschritt und Höreraktivität. In: Text und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. HSK-Bd. 16.2. Hrsg. v. Klaus Brinker u.a. Berlin: 1213-1226.
- Rosenbaum, Oliver (1999): Chat-Slang. Lexikon der Internet-Sprache. München.
- Runkehl, Jens, Peter Schlobinski u.a. (1998): Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen. Opladen.
- Sager, Sven F. (2001): Probleme der Transkription nonverbalen Verhaltens. In: Text und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. HSK-Bd. 16.2. Hrsg. v. Klaus Brinker u.a. Berlin: 1069-1085.
- Saxer, Ulrich (1999): Der Forschungsgegenstand der Medienwissenschaft. In: Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. HSK-Bd. 15.1. Hrsg. v. Joachim-Felix Leonhard u.a. Berlin: 1-14.
- Schäfer, Martina (2003): Redaktionelle Formulierungsveränderungen von Presseinterviews. Magisterarbeit. Würzburg.
- Schäffner, Gerhard (2000⁴): Fernsehen. In: Grundwissen Medien. Hrsg. v. Werner Faulstich. München: 174-201.
- Schaffrath, Michael (2000⁴): Zeitung. In: Grundwissen Medien. Hrsg. v. Werner Faulstich. München: 433-451.
- Schank, Gerd (1989): Redeerwähnung im Interview. Strukturelle und konversationelle Analysen an 4 Interviewtypen. Düsseldorf.
- Schmitz, Ulrich (1996): ZAP und Sinn. Fragmentarische Textkonstitution durch überfordernde Medienrezeption. In: Textstrukturen im Medienwandel. Hrsg. v. Ernest W. B. Hess-Lüttich u.a. Frankfurt a. M.: 11-30.
- Schönbach, Klaus und Wolfgang Eichhorn (1992): Medienwirkungen und ihre Ursachen. Wie wichtig sind Zeitungsberichte und Leserinteressen? Konstanz.
- Schönherr, Beatrix (1997): Syntax - Prosodie - nonverbale Kommunikation. Tübingen.
- Schwitalla, Johannes (1979): Dialogsteuerung in Interviews. München.
- Schwitalla, Johannes (1993): Textsortenwandel in den Medien nach 1945 in der Bundesrepublik Deutschland. Ein Überblick. In: Sprache in den Medien nach 1945. Hrsg. v. Bernd Ulrich Biere und Helmut Henne. Tübingen: 11-29.
- Schwitalla, Johannes (1997): Gesprochenes Deutsch. Eine Einführung. (= Grundlagen der Germanistik, 33). Berlin.
- Schwitalla, Johannes (2001): Beteiligungsrollen im Gespräch. In: Text und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. HSK-Bd. 16.2. Hrsg. v. Klaus Brinker u.a. Berlin: 1355-1361.
- Selting, Margret, Peter Auer u.a. (1998): Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem (GAT). In: Linguistische Berichte 173. 91-122.
- Selting, Margret (2001): Probleme der Transkription verbalen und paraverbalen/prosodischen Verhaltens. In: Text und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. HSK-Bd. 16.2. Hrsg. v. Klaus Brinker u.a. Berlin: 1059-1068.
- Stegu, Martin (2000): Text oder Kontext: Zur Rolle von Fotos in Tageszeitungen. In: Bild im Text, Text und Bild. Hrsg. v. Ulla Fix und Hans Wellmann. Heidelberg. 307-321.
- Storrer, Angelika (2000): Was ist „hyper“ am Hypertext? In: Sprache und neue Medien. Institut für deutsche Sprache Jahrbuch 1999. Hrsg. v. Werner Kallmeyer. Berlin: 222-243.
- Straßner, Erich (1997): Zeitung. Tübingen.
- Tiittula, Lisa (2001): Formen der Gesprächssteuerung. In: Text und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. HSK-Bd. 16.2. Hrsg. v. Klaus Brinker u.a. Berlin: 1361-1375.

- Tophinke, Doris (2002): Schreiben gegen die Regel – Formen und Funktionen orthographischer Abweichungen im Internet Relay Chat (IRC). In: Sprache als Form. Festschrift für Utz Maas. Hrsg. v. Michael Bommes, Christina Noack u.a. Opladen: 169-181.
- Weinrich, Lotte (1992): Verbale und nonverbale Strategien in Fernsehgesprächen. Eine explorative Studie. Tübingen.
- Wieland, Melanie, Matthias Spielkamp (2003): Schreiben fürs Web. Konstanz.
- Winter, Carsten (2000⁴a): Internet/Online-Medien. In: Grundwissen Medien. Hrsg. v. Werner Faulstich. München: 274-295.
- Winter, Carsten (2000⁴b): Zeitschrift. In: Grundwissen Medien. Hrsg. v. Werner Faulstich. München: 413-432.
- Wolf, Norbert Richard (1994): Über markierte und unmarkierte Satztypen in der deutschen Gegenwartssprache. In: Sprache als lebendiger Kulturspiegel. Festschrift für Astrid Stedje. Hrsg. v. Martin Todtenhaupt. Stockholm: 209-221.

LEBENS LAUF

Persönliche Daten

Name	Kristina Verena Binder
Geburtsdatum	4. Mai 1976
Geburtsort	Bayreuth
Familienstand	ledig

Schul Ausbildung

1982 - 1986	Besuch der Graserschule (Grundschule) in Bayreuth
1986 - 1995	Besuch des Wirtschaftswissenschaftlichen Gymnasiums in Bayreuth

Studium und Arbeit

1995/1996	Studium der Anglistik, Philosophie und Religionswissenschaft an der Universität Bayreuth
1996 - 2002	Studium der Deutschen Sprachwissenschaft, Älteren deutschen Philologie und Philosophie an der Julius Maximilian Universität Würzburg mit dem Abschluss „Magister Artium“ (01/2002)
1998 - 1999	zweisemestriges Auslandsstudium an der Umeå Universität in Schweden
2001	Magisterarbeit mit dem Titel „Argumentation im Interview“
2002 - 2004	Doktorarbeit mit dem Titel „Das Medieninterview. Eine vergleichende Textanalyse von Presse-, Hörfunk-, Fernseh- und Chat-interview“
2002 - 2004	Urlaubs- und Krankheitsvertretung beim Sprachendienstleistungsunternehmen Kern AG
seit 2002	Lehrbeauftragte am Zentrum für Sprachen- und Mediendidaktik der Universität Würzburg im Bereich Deutsch als Fremdsprache

Würzburg, 25.05.2005

Kristina Binder