



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„INTRAVIEW.INTERVIEW.INSZENIERUNG

Rhetorische Metaebenen und audiovisuelle
Zeichenregister im televisuellen und filmischen
Interview“

Verfasserin

Katalin Hanappi

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt: Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuer: Univ.-Prof. Mag. Dr. habil. Ramón Reichert

Für meine Eltern,
und an dich, Matthias

Danke.

An meine Eltern, die mir die wertvolle Zeit und Unterstützung gegeben haben, mich entwickeln, orientieren und auszuprobieren zu können.

An Monika, die mir tagtäglich zeigt, dass man nie auslernt.

An Susanne, für die Kraft und Zuversicht und ihren herrlichen Humor.

An meine Freunde, die mich kaum zu Gesicht bekommen haben und trotzdem noch meine Freunde sind.

An meine Geschwister.

An Marli für ihre Geduld und Freundschaft.

An Ramón Reichert für die ausgezeichnete Betreuung.

...und an Matthias, meinen besten und *den* besten Freund.

Diese Diplomarbeit soll euch, meinem Dream-Team gewidmet sein...

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	1
1 I N T R A V I E W	
1.1. Intraview.....	6
1.1.2. Primäre Medien nach Harry Pross.....	8
1.1.3. Das Gesicht als Forschungsobjekt in der Wissenschaft.....	10
1.1.4. Georg Simmel: Die ästhetische Bedeutung des Gesichts.....	14
1.1.5. Bela Balázs: Der sichtbare Mensch.....	19
1.2. Das Medium Gesicht.....	22
1.2.1. Das Medium Gesicht in der facialis Gesellschaft.....	25
1.2.2. Das Massengesicht der Moderne.....	28
1.2.3. Das inszenierte Gesicht in bewegten Bildern.....	32
1.2.4. Georges Dmeny – Das lebendige Portrait.....	35
1.2.5. Das Gesicht von außen inszeniert.....	36
1.2.5.1. Das Gesicht als filmische Oberfläche in der Photogénie.....	36
1.2.6. Die Einstellungsgrößen Nah- und Großaufnahme des Mediums Gesicht.....	37
1.2.6.1. Das schöne Gesicht in der Großaufnahme - das inszenierte Stargesicht.....	39

2 I N T E R V I E W

2.1.	Etymologie des Begriffs <i>Interview</i>	44
2.2.	Das audiovisuelle Interview.....	45
2.2.1.	Im Licht der Öffentlichkeit.....	46
2.2.2.	Ein Konstrukt aus Nähe und Distanz.....	48
2.2.3.	Archiv aus konservierten Erinnerungen.....	51
2.2.4.	Von Angesicht zu Angesicht.....	55
2.2.4.1.	Blick (- Richtung).....	58
2.2.4.2.	Spiegelungen seines Selbst.....	61
2.2.4.2.1.	<i>Gero von Boehm begegnet Karl Lagerfeld</i>	62
2.2.5.	Transparenz und Authentizität.....	64
2.2.5.1.	Authentizität.....	66
2.2.5.2.	Die Konstruktion von Authentizität.....	68
2.3.	Die dokumentierte faciale Gesellschaft.....	73
2.3.1.	Italienischer Neorealismus: Das porträtierte Volk.....	75
2.3.1.1.	Der innere Neorealismus.....	77
2.3.1.2.	Jacques Aumont: Der porträtierte Mensch.....	79
2.4.	Marshall McLuhan – heiße und kalte Medien.....	81
2.5.	Typisierungen des audiovisuellen Interviews.....	83
2.5.1.	Das audiovisuelle Interview zur Sache.....	85
2.5.1.1.	Das Experteninterview zur Sache.....	86
2.5.1.2.	Jedermann- der alltägliche Mensch im Interview zur Sache.....	87
2.5.2.	Das audiovisuelle Interview zur Person.....	88
2.5.2.1.	Eine Bühne für die Imagekonstruktion.....	89

3 I N S Z E N I E R U N G

3.1.	Rhetor/ Autor/ Urheber des audiovisuellen Interviews.....	105
3.2.	TV- Gestaltungselemente: Die Bühne des audiovisuellen Interviews.....	109
3.3.	Audiovisuelle Rhetorik.....	111
3.3.1.	Das rhetorische Modell nach Gesche Joost.....	112
3.3.2.	Audiovisuelle Gestaltungselemente aus der Filmsprache.....	114
3.3.2.1.	Die rhetorische Maschine.....	119
3.3.3.	Visuelle Bildsprache und -Gestaltung.....	121
3.3.3.1	Subtile Bild(aus)wirkung im audiovisuellen Interview anhand von Christian Mikundas <i>Kino spüren</i>	123
3.4.	Sendungsanalysen.....	128
3.4.1.	Audiovisuelle Gestaltung von <i>Gero von Boehm begegnet</i>	128
3.4.1.1.	Der Rhetor.....	130
3.4.1.2.	Kontext und Ort.....	131
3.4.1.2.1.	<i>Gero von Boehm begegnet Ryuichi Sakamoto</i>	131
3.4.1.2.2.	<i>Gero von Boehm begegnet Richard David Precht</i>	135
3.4.1.2.3.	<i>Gero von Boehm begegnet Peter Handke</i>	137
3.4.1.3.	Der Ton.....	138
3.4.1.3.1.	Semantische Geräuschkulisse durch On- und Off- Ton.....	138
3.4.1.3.2.	Die Musik.....	140
3.4.1.4.	Filmische Gestaltungsmerkmale.....	142
3.4.1.4.	Mittel der Transparenz.....	142
3.4.1.5.	Aufbau und Gliederung.....	147
3.4.2.	<i>Fifty People One Question</i>	151

3.4.2.1.	Aufbau und Gliederung.....	152
3.4.3.	Andy Warhol's <i>Screen Tests</i>	157
3.4.4.	Lynn Hirschberg's <i>NY Times Screentests</i>	161
3.4.4.1.	Der Rhetor.....	164
3.4.4.2.	Der Aufbau.....	164
3.4.4.3.	Filmische Umsetzung.....	166
3.5.	Das fiktionale Interview im Film.....	166
3.5.1.	Frost/Nixon.....	167
3.5.1.1.	Hintergründe: Die Watergate- Affäre.....	167
3.5.1.2.	Die Original Nixon Interviews 1977.....	169
3.5.1.3.	Frost/Nixon- Das Theaterstück.....	170
3.5.1.4.	Frost/Nixon- Der Film.....	172
3.5.1.5.	Szenenanalyse.....	173
3.5.1.5.1.	Die erste Frage.....	173
3.5.1.5.2.	Interviews zu den Interviews.....	175
3.5.1.5.3.	Die Grundstimmung.....	176
3.5.1.5.4.	Machtspiele.....	176
3.5.1.5.5.	Die ersten Interviewsitzungen.....	177
3.5.1.5.6.	Die letzte Interviewsitzung- „Watergate“	179
3.5.1.6.	Das Original- Interview versus dem Fiktionalen Interview.....	180
3.5.1.6.1.	Filmische Umsetzung.....	185
3.5.1.6.2.	Die letzte Interviewsitzung.....	190
3.5.1.6.3.	Das Close- Up.....	191
	Conclusio.....	195
	Literaturverzeichnis.....	202

Abstract.....	211
Lebenslauf.....	212

Einleitung¹

Am 16. April 1936 erschien eine Ausgabe der Zeitung *New York Herald* mit einem sensationellen Aufmacher. Der Polizeireporter James Gordon Bennett Sr. gab schriftlich ein Gespräch in Verhörmethode mit der Kronzeugin und gleichzeitigen Mordverdächtigten Rosina Townsend wieder. Der Zeitungswissenschaftler Mitchell V. Charnley bezeichnet diese Befragung im Stil eines Zeugenverhörs als die Geburtsstunde des journalistischen Interviews.²

James Gordon Bennett Sr. war für seine skrupellose, populistische und subjektive Berichterstattung bekannt, er selbst schrieb dazu: „There is a moral- a principle- a little salt in every event of life – why not extract it and present it to the public in a new and elegant dress?“³ Mit intimen Details und extrahierten, ausgeschmückten Geschichten, nährte er mit seinen sogenannten *human- interest- stories*, welche für die Boulevardblätter dieser Zeit bereits üblich waren, das Verlangen seiner Leser nach Sensation und Klatsch.⁴ Über diese frühe Form der Interviewmethode, gab er dem Artikel einen menschlichen Bezug. In seiner Befragung an Townsend stellte er „human- interest- Fragen“⁵ - Fragen also, die im Interesse der Leser standen. Eine neue journalistische Gattung war geboren, die seit ihrem Beginn, eng nach dem Demand seiner Rezipienten ausgerichtet ist.

Diese Arbeit beschäftigt sich *nicht* mit der Entstehungsgeschichte des Interviews- vom Printmedium zum Hörfunk, bis zum Fernsehen und Internet. Vielmehr geht sie der Frage nach, welcher Bedarf hinter einer journalistischen Gattung steckt, die aus den Medien nicht mehr wegzudenken ist oder noch präziser ausgedrückt, die jedes erdenkliche Medium durchwandert, und teilweise sogar völlig eingenommen hat.

Das zu Beginn dieser Einleitung angeführte Beispiel, soll kurz beleuchten, wie eng das Interview schon bei seinem erstmaligen Erscheinen mit dem Aspekt der

¹ Für die bessere Lesbarkeit wird in dieser Arbeit auf gendergerechte Schreibweise verzichtet. Alle Ausführungen gelten auch für die feminine Form.

² vgl. Mitchell Charnley: *Reporting*. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1966. S. 211.

³ Zit. In Michael Haller: *Das Interview. Ein Handbuch für Journalisten*. 1. Auflage. München: Verlag Ölschläger GmbH, 1991. S. 23.

⁴ Ebd., S.22.

⁵ Ebd., S. 23.

Inszenierung in Berührung kam. James Gordon Bennett Sr. war für seinen gestalterischen Zugang bekannt. Das „Interview“- damals noch ohne Bezeichnung⁶-, wurde im Interesse der Öffentlichkeit geführt und sollte dieses auch zufriedenstellen. Um die gewünschten Antworten zu bekommen, mussten die passenden Fragen gestellt werden. Doch da fängt der Prozess der Gestaltung und damit der Inszenierung, bloß an. Frage und Antwort erscheinen im Printmedium schlichtweg in gedruckter Form.

Im Zuge dieser Arbeit, sollen die inszenatorischen Ebenen vorgestellt werden- von *audiovisuellen* Interviews. Interviews also, die zu *hören* und gleichzeitig zu *sehen* sind. Dabei untersuche ich nicht nur das Sichtbare, sondern auch das *Nicht-Sichtbare*, also all jene Aspekte, die auf das Interview und seine Teilnehmer einwirken und das bilden, was der Zuseher letztendlich zu sehen bekommt. Im audiovisuellen Medium besitzt das Interview rhetorische Ebenen, die weit über die Frage und die Antwort hinausgehen.

Um diese zu untersuchen, habe ich die Arbeit in drei Teile gegliedert- In *Intraview*, *Interview* und *Inszenierung*.

Grob formuliert, steht das Kapitel *Intraview* - eine von mir gewählte Bezeichnung - für den Aspekt der Körpersprache mit zentralem Fokus auf das Gesicht. Das Kapitel *Interview* bezeichnet die kommunikativen und interaktiven Prozesse innerhalb und außerhalb der Interviewsituation. Das Kapitel *Inszenierung* untersucht die Bildsprache und die Gestaltung *um* das Interview.

Um meine These, dass das Interview beim interviewten Menschen unmittelbar *selbst* beginnt - dieser seine Geschichte also zunächst über seine Physiognomie vermittelt - zu untersuchen, habe ich mich im Kapitel *Intraview* vor allem auf die film- und medienwissenschaftlichen Diskurse um das Gesicht zentriert. Dabei bin ich der Vermutung nachgegangen, dass die erste Ebene der Inszenierung, die bewusst eingesetzte Mimik des Interviewten sein müsste und diese als *innere Inszenierung* bezeichnet. Die Mimik des Interviewten und seine facialen Eigenschaften wie Gesichtszüge und Prägungen, bilden – so meine These- die grundlegendste und

⁶ Der Begriff Interview wurde 1867 vom Reporter Joseph Burbridge McCullagh eingeführt. Vgl. Michael Haller: Das Interview, S. 21.

unmittelbarste Erzählebene im audiovisuellen Interview. Dafür muss das Gesicht als ein Medium jedoch *beschreibbar* gemacht werden, um als Projektionsfläche seiner medialen Inszenierungen fungieren zu können. Dem Gesicht, das über seine Physiognomie, Rückschlüsse auf die interviewte Person gibt, stelle ich daher das Medium Gesicht, reduziert auf eine „universale Physiognomik“ gegenüber, in dem ich Thomas Machos Ableitung des Gesichts einer „facialen Gesellschaft“ in seiner kleinsten Einheit „Punkt, Punkt, Komma, Strich“ und Gilles Deleuzes und Félix Guattaris Idee des Gesichts als System „Weiße-Wand- Schwarzes- Loch“, vorstelle. Das Gesicht als leere und beschreibbare Fläche, dem im Zuge seiner Mediatisierung, Bedeutung zugeschrieben werden kann, zusammen mit den kulturellen Einschreibungen und physiognomischen Eigenschaften, welche der Interviewte individuell anbietet, ergeben in meiner Auffassung, das Gesicht des *Intraviews*.

Meine zweite These innerhalb des Kapitels *Intraview* lautet, dass der Erfolg des Interviews, von seinen Anfängen bis heute darauf beruht, dass es einen menschlichen Bedarf an ihnen gibt. Weiter bezogen auf das Gesicht, beobachte ich seine Entwicklung seitens seiner Verwissenschaftlichung und seitens der technischen Entwicklungen, über die sich das Gesicht vom vermeintlichen Untergang des klassischen Porträts in der Moderne, durch seine Re-Produzierbarkeit mittels Fotografie und bewegtem Bild vor allem als Großaufnahme, seine Existenz sichern konnte.

Vom *Intraview* als grundlegendste Vermittlungsebene- dem Interviewten selbst -, gehe ich in das Kapitel *Interview* über, das ein Gegenüber voraussetzt. Dabei gehe ich der nächsten These nach, die besagen soll, dass sich der Interviewte und das Umfeld im Gesicht des Interviewten widerspiegeln, ohne im Bild „gezeigt“ zu werden. Ich untersuche außerdem, wie sich der Aspekt der Öffentlichkeit auf die Interviewteilnehmer auswirkt und stelle des Weiteren Authentizität und Transparenz innerhalb des Interviews in Frage.

Der zweite Teil des Kapitels *Interview* ist ein Versuch die Gattung Interview filmisch unterzuordnen und zu typisieren. Dabei untersuche ich den italienischen Neorealismus nach einer Verbindung über den Wunsch des Zusehers nach „echten“ Menschen (-geschichten). Ich gehe außerdem der Frage nach, welchen konkreten

Mehrwert das Interview bietet und behandle dabei unter anderem Themen wie das „Konservieren und Archivieren von Menschen“, aber auch seinen Einsatz als Mittel zur Imagekonstruktion.

Meine Hypothese, dass das audiovisuelle Interview ein *rein inszeniertes* Produkt ist, soll im Kapitel *Inszenierung* aufgezeigt werden. Dabei stütze ich mich auf die Frage „Mit welchen Mitteln wird ein Interview inszeniert?“ Dazu untersuche ich den filmischen Kontext des Interviews nach seinen Formaten, seiner Bildsprache und seinen filmischen und televisuellen Gestaltungsweisen. Aus den umfassenden kinematographischen Codes des Filmbereichs, wähle ich jene heraus, die für das Interview relevant sein könnten und versuche ihren Einsatz in meinen Sendungsanalysen aufzuzeigen.

Dafür stelle ich ein TV- Format, zwei Internet- Podcasts und ein Kunstfilmprojekt vor und untersuche sie nach ihren filmischen Gestaltungselementen.

Der letzte Teil meiner Arbeit stellt ein fiktionales Interview und ein originales TV- Interview gegenüber. Die Interviews im Film Frost/Nixon werden mit den originalen Nixon Interviews aus dem Jahr 1977 in ihrer filmischen Umsetzung verglichen. Dabei möchte ich aufzeigen, welchen Einfluss der gezielte Einsatz kinematographischer Codes auf ein filmisches und televisuelles Interviewprodukt haben kann und damit den Aspekt der Inszenierung und vor allem der *Inszenierungskraft* noch einmal hervorstreichen.

I N T R A V I E W

1 I N T E R V I E W

1.1. Intraview

Die Bezeichnung Intraview setzt sich aus Intra, bedeutend „innerlich“ und View also „Sicht“ zusammen, angelehnt an das Wort Interview. Während *Interview* jedoch auf eine Verbindung, eine Brücke hinweist, und damit ein Gegenüber impliziert, steht *Intra* allein, für das Innere. Das was sich innerlich in der Person, die interviewt wird, abspielt und über die Äußerlichkeit, den Körper und das Gesicht nach außen dringt, ergibt eine Instanz der Erzählung. Bei aufmerksamer Beobachtung und Beachtung dieser zum Teil äußerst feinen Nuancen, bekommt der Zuseher tiefere Einsicht, einen bestimmten Zugang und ein weiteres Spektrum an Inhalt. Das Interview bedient sich mehrerer Erzählebenen, die erste und unmittelbarste ist die Geschichte, die der Mensch über seinen Körper erzählt.

Im Fernsehinterview ist die interviewte Person damit konfrontiert, in Anwesenheit einer Kamera zu sprechen, sich also bewusst in einer Situation der Beobachtung zu befinden- beobachtet von den Anwesenden, wie etwa dem Journalisten und Kameramann und im Weiteren von den Zusehern der Sendung. Was gesagt und gezeigt wird, wird aufgezeichnet, festgehalten und dem für den Interviewten unbekannten Fernseh-Publikum gezeigt. Was also zunächst noch in einem intimen Gegenüber von Interviewtem und Journalisten passiert, wird entweder Live, oder als Aufzeichnung zu einem späteren Zeitpunkt im Fernsehen übertragen und somit öffentlich gemacht. Öffentlichkeit, schreibt Harry Pross, heißt „sich dem Unbekannten exponieren.“⁷ Im audiovisuellen Interview exponiert sich der Interviewte den Zusehern der Sendung und somit der Öffentlichkeit. Die Körpersprache des Interviewten reagiert dabei oft reflexartig und unbewusst, gleichzeitig ist sie kontrollierbar und bewusst in Szene zu setzen. Die bewusst eingesetzte Mimik und Gestik kann, speziell in der Situation vor laufender Kamera, als *innere Inszenierung* bezeichnet werden, da es sich bei der Inszenierung um jede Form der „bewusst eingerichteten Darstellung“⁸ handelt. Die Signale, die der Körper beispielweise über

⁷ Harry Pross: Medienforschung. Film, Funk, Presse, Fernsehen. Darmstadt: Carl Hobel Verlagsbuchhandlung, 1972. S. 122.

⁸ <http://de.wikipedia.org/wiki/Inszenierung>. Zugriff: 01.04.2012

Mimik, Gestik und Körperhaltung sendet, haben Einfluss auf die Auswirkung, die das Interview auf den Zuschauer hat.

In dem vorliegenden Kapitel *Intraview* wird der Fokus auf das Gesicht gelegt. Eine „Körperstelle“, die für sich stehen kann, in diesem Sinne eine Entität bildet, die sich als bedeutungsvolle Fläche- des Ausdrucks, des Charakters, der Erinnerung und Individualität auch als Projektionsfläche und im Zuge seiner Mediatisierung- als ein Medium zu beschreiben ist.

„Sobald sich das filmische Bild des Gesichts bemächtigt hatte, wurde der Körper als integrale Einheit zur Fiktion“⁹, schreiben die Herausgeber Christa Blümlinger und Karl Sierek im Vorwort zu *Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes*.

Im frühen Film, der bis in die 1930er Jahre ohne auditiven Dialog auskommen konnte, war der mimische Gesichtsausdruck ein bevorzugtes Erzählmittel. Einen gleichsam wichtigen Stellenwert, hat es im audiovisuellen Interview, denn obgleich der Interviewte hier die Möglichkeit hat, sich mit Worten auszudrücken, soll das Interview ob fiktiv oder „realistisch“, Wahrhaftigkeit ausstrahlen. Und was ist wahrhaftig, wenn nicht das menschliche Gesicht, betrachtet man es mit dem Zugang eines Physiognomikers, der aus den Gesichtszügen den Charakter, aus den Falten das Erlebte und aus der Mimik das soziale und kulturelle Umfeld herauszulesen meint.

„Könnte es eine schönere Rolle für das Filmgesicht geben, als die des menschlichen Gesichts?“¹⁰ fragte Jacques Aumont in *Der portraitierte Mensch*, als das Filmgesicht im neorealistischen Film die Rolle des perfekt wirkenden Stargesichts gegen ein echteres, authentischeres eintauscht, um eine Geschichte zu vermitteln. Und auch in seiner schlichten Authentizität wird das Gesicht, sobald es von der Kamera eingefangen- gefilmt- und ausgestrahlt wird, automatisch zu einem Filmgesicht. Sei es im neorealistischen oder dokumentarischen Film, sei es im audiovisuellen Interview- das menschliche Gesicht als Filmgesicht, hat die Aufgabe einen bestimmten Inhalt zu vermitteln und im weiteren Sinne eine Geschichte zu erzählen.

⁹ Christa Blümlinger und Karl Sierek: *Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes*. Wien: Sonderzahl 2002. S. 9.

¹⁰ Jacques Aumont: *Der portraitierte Mensch*. In: *montage/ av. Zeitschrift für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation*, 13/1/04. S. 22.

1.1.2. Primäre Medien nach Harry Pross

In Harry Pross' Buch über Massenmedien und der einhergehenden Medienforschung, differenziert er die Kommunikationsmittel und unterscheidet sie in Gruppen: Den primären, sekundären und tertiären Medien. Bei den primären Medien wäre das Intraview unterzugliedern, da auch hier Mimik und Gestik eine Rolle spielen, sogar eine Grundvoraussetzung bilden, um eine Botschaft überhaupt vermitteln zu können.

Bei den Primärmedien kommt es darauf an, spezielle Kenntnisse in einer Person zu verschmelzen. Der Redner muss Mimik und Gestik beherrschen. Der Demonstrant muss verstehen, was er vermittelt und die figuralen Bewegungen können, welche die Gruppengeste realisieren.¹¹

Während sekundäre Medien, welche die unmittelbare Vermittlung zwischen Sender und Empfänger bedeuten und die tertiären Medien, die ein (elektronisches) Gerät als Kommunikationsmittel voraussetzen, für das audiovisuelle Interview im Generellen, ebenso von Bedeutung sind wie die primären Medien nach Pross, steht der Begriff Intraview im Zeichen des primären Mediums: Es geht um die unmittelbar über Körpersprache vermittelte Botschaft- um den Sender an sich, noch ohne Anbetracht seines Gegenübers.

Alle menschliche Kommunikation beginnt in der primären Gruppe, in der sich die einzelnen von Angesicht zu Angesicht, leiblich und unmittelbar befinden, und alle Kommunikation kehrt dorthin zurück. Der Ausdruck des Körpers und die Gliedmaßen, Ausdrucksmöglichkeiten von Auge, Stirn, Mund, Nase, der Kopfhaltung und Schulterbewegung, Bewegungen von Ober- und Unterleib, Armen und Händen verwandeln die menschliche Fähigkeit zu differenzierter Bewegung in Mitteilungen für andere.¹²

Das Interview ist eine Situation, ein „Raum in dem Kommunikation stattfindet“ und dieser Raum, so Pross, sei begrenzt. Die Grenze sei die Unterscheidung von Innen und Außen, wobei er den Innenraum als „Höhle und Unterschlupf“ bezeichnet und den Außenraum als den „jeweils anderen, in den der Mensch hinaustritt, sich hinausbegibt“.¹³

Die Grenze von innen und außen kann physisch überschritten werden oder psychisch, indem bei unverändertem Standort mit Hilfe von physischen

¹¹ Harry Pross: Medienforschung, S. 127.

¹² Ebd., S. 128.

¹³ vgl. Harry Pross: Medienforschung, S. 21.

Übertragungsmitteln der Außenraum im Innenraum reflektiert wird. Eindringen in einen Innenraum und sich dem Außenraum auftun, vereint die Gegensätze von offen und geschlossen in der Kommunikation. Der Kampf dieser Gegensätze ist eine nie endende Auseinandersetzung um die Grenze von innen und außen, welche die Kategorie Zugänglichkeit umschließt.¹⁴

Das Interview macht den interviewten Menschen in gewisser Weise zugänglich zu seinem Inneren, das nach außen tretende Innerliche, ist die Erzählebene, die das Intraview bezeichnen soll. Das Erzählte ist die Mitteilung.

Mitteilung ist das Hin oder Her zwischen äußerster Privation und innigster Identifikation. Es kann psychisch oder physisch stattfinden, doch hat die Vermittlung stets physische Träger (Signale) nötig. (...) Unsere Hypothese lautet, dass Mitteilung in dem sie erfolgt, stetig ihre Bedeutung wandelt und dass der Mensch, der mitteilt und dem mitgeteilt wird, selber als ein Medium differenter Kräfte zu verstehen ist.¹⁵

Die Mitteilung mache den Mitteilenden also zu einem Medium an sich. Somit befindet sich der Interviewte als ein eigenständiges Medium im Rahmen des Mediums Interview. Sein Gesicht wiederum stellt ein weiteres Medium dar, dessen Zeichen zu dechiffrieren eigene Wissenschaften formte und beschäftigte.

Die Erforschung der Mienensprache wurde Pathomyotomie (Bulwer), Metoposkopie (Parsons), Pathognomik (Lichtenberg), psychische Physiologie (Hegel), Cinéséologie (Gratiolet), Mechanik der Physiognomik (Meynert) und Psychophysiologie (Vierordt) genannt.¹⁶

Die von Gunnar Schmid aufgezählten Begriffsprägungen zur Mienensprache, zeigen die Vielfältigkeit in der Beschäftigung um das gleiche Forschungsobjekt Gesicht. Theologie, Philosophie, Medizin, Psychologie, Physiognomik, Pathognomik, Kommunikationswissenschaft, bis hin zur Film- und Medienwissenschaft, um nur einige Wissenschaften zu nennen, setzten sich mit dem Phänomen des Gesichts und den Phänomenen rund um das Gesicht, auseinander.

¹⁴ Ebd., S. 21.

¹⁵ Ebd., S. 81.

¹⁶ Gunnar Schmidt: Interfaces. In: Das Gesicht. Eine Mediengeschichte. München: Wilhelm Fink Verlag, 2003. S. 14.

1.1.3. Das Gesicht als Forschungsobjekt in der Wissenschaft

„Was hat es mit diesem Sprechen, dieser Sprache des Gesichts auf sich, die zu der verbalen Sprache in einer spannungsvollen Beziehung steht?“ fragt Gunnar Schmidt, „Ist sie die Protosprache oder die Sprache des unverstellten Gefühls oder die universelle Natursprache oder das Sediment vergessener, menschenvorzeitlicher Kommunikationsformen?“¹⁷ Schmidt spricht von einer Sprache des Gesichts und sucht nach einer passenden Bezeichnung- doch ganz gleich ob Protosprache oder universelle Natursprache- eines scheint sicher, damit das Gesicht als Erzählinstanz funktionieren kann, muss es lesbar sein. Charles Darwin sprach bereits im 19. Jahrhundert der Mimik das Potential zu, eine universelle Sprache zu sein. Eine Ansicht die auch der Anthropologe und Psychologe Paul Ekman, über hundert Jahre später, noch vertritt. Im Vergleich westlicher mit östlicher Kulturen und sogar einer von allen restlichen Kulturen abgeschnittenen Volksgruppe, entdeckt er nicht nur ähnliche, sondern auch idente Resultate in der Gesichtssprache.¹⁸ Die Parallelen der scheinbar universalen Mimik, reduzierte er auf sechs bis sieben Grund-Emotionen: Glück, Überraschung, Angst, Ärger, Traurigkeit, Ekel/ Verachtung und Interesse.¹⁹

Diese Ergebnisse zeigen zusammengefasst schlüssig die Existenz eines pankulturellen Elementes in Gesichtsausdruck und Emotion. Dieses Element muss die bestimmte Assoziation von bestimmten Gesichtsmuskelbewegungen mit einem Emotionskonzept sein, da die gefundenen Ergebnisse nur dann möglich sind, wenn in jeder Kultur ein Teil des Gesichtsausdrucksverhaltens als derselben Emotion zugehörig erkannt und interpretiert wird.²⁰

Würde das Gesicht in seiner Mimik eine „Fremdsprache sprechen“, wäre die klare Rezeption eines audiovisuellen, wie auch eines rein visuellen Interviews schwierig, wenn nicht sogar unmöglich. Spricht jedoch die Mimik des Interviewten die gleiche Sprache, klar verständlich für den Rezipienten, wird die verbale Sprache zur Nebensache oder zu einer zweiten Ebene der Vermittlung. Denn selbst wenn die

¹⁷ Gunnar Schmidt: Das Gesicht. Eine Mediengeschichte. S. 10.

¹⁸ Meike Adam: Symbol oder Symptom? Lesbarmachung des Gesichts. In: Petra Löffler und Leander Scholz: Das Gesicht ist eine starke Organisation. Köln: DuMont Literatur und Kunst Verlag, 2004. S.121- S.139.

¹⁹ Paul Ekman/Wallace V. Friesen/ Phoebe Ellsworth: Gesichtssprache. Wege zur Objektivierung menschlicher Emotionen. Wien: Böhlau, 1974. S. 54.

²⁰ Ekman/ Friesen/ Ellsworth: Gesichtssprache. S. 137.

verbale Sprache des Interviewten eine Fremdsprache ist, würden zumindest seine Emotionen für den Rezipienten in einem lesbaren Bereich bleiben.

Auch die Hörer und Zuschauer werden den nichtsprachlichen Teil des Interviews ebenso stark wahrnehmen wie den verbalen, vermutlich umso stärker, je weniger sie vom Inhalt des Interviews verstehen.²¹

Die Gesichtssprache, die sogenannte Mimik, ist demnach eine wichtige, wenn nicht sogar die wichtigste Erzählebene im audiovisuellen Interview.

Bereits in der Antike wurde das menschliche Gesicht einer Verwissenschaftlichung unterzogen, in der die ersten Versuche angestellt wurden, das Gesicht zu deuten.²² In den nächsten Jahrhunderten formte sich daraus mitunter die Physiognomik,²³ die von der Gestalt des menschlichen Körpers und im Besonderen des Gesichtes, auf innere Eigenschaften zu schließen versucht, indem sie sich auf die „Dechiffrierung des menschlichen Anlitzes“²⁴ konzentriert. Bis ins 18. Jahrhundert wird das Gesicht noch mit Tier, Element und Sternanalogien in Verbindung gebracht. Der Pfarrer Johann Caspar Lavater machte die, bis dahin als Geheimwissen zirkulierende Physiognomik, mit seinen *Physiognomischen Fragmenten* (1775- 1778) nicht nur erstmalig für Laien zugänglich, er beachtet auch die äußeren Einflüsse und betont, dass die körperliche Erscheinung eines Menschen letztlich von der Art, wie er sein Leben führt, beeinflusst würde.²⁵ Eine moderne Ansicht, die auch heute noch vertreten wird. So schreibt auch der Neurologe Antonio Damasio:

Aller Wahrscheinlichkeit nach nimmt der Einfluss von Entwicklung und Kultur auf die vorprogrammierten Mechanismen folgende Formen an: Erstens, sie prägen das, was nachher den angemessenen Auslöser einer gegebenen Emotion darstellt; zweitens, sie prägen einige Aspekte des emotionalen Ausdrucks ; und drittens, sie prägen die Kognition und das Verhalten, die auf die Manifestation einer Emotion folgen.²⁶

²¹ Jürgen Friedrichs und Ulrich Schwinges: Das journalistische Interview. 2. Überarbeitete Auflage, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, 2005. S. 197.

²² Die frühesten Entwicklungen sind in Aristoteles und Pythagoras zugeschriebenen Texten zu entdecken.

²³ Der Begriff Physiognomik stammt aus dem Griechischen: *Physis* bedeutend Natur, Gestalt und *Gnome*, bedeutend Erkenntnis.

²⁴ Meike Adam: Das Gesicht ist eine starke Organisation, S. 123.

²⁵ vgl. Tom Gunning: In deinem Antlitz: Dir zum Bilde. In: Christa Blümlinger und Karl Sierek: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl 2002, S. 22- S. 66.

²⁶ Antonio R. Damasio: Ich fühle, also bin ich. Die Entschlüsselung des Bewusstseins. München: List, 2000. S. 75.

Das Gesicht erlebt in seiner Verwissenschaftlichung unterschiedlichste Transformationen- vom Ausdruck des Innerlichen, der Seele, selbst des Göttlichen und auch des Schicksals²⁷, bis hin zum Ausdruck seines Äußerlichen – geprägt von der Kultur, der sozialen und geografischen Umgebung und dem Erlebten – der Vergangenheit. Die Gesichtszüge in ihrer anatomischen Form und in ihrem mimischen Einsatz, sollten verstanden, dokumentiert und gedeutet werden. Doch worum geht es in den Theorien der Semio- und Deutungskultur, will Gunnar Schmidt wissen: Um „Deutungswahn, Deutungsnotigung, Deutungskunst, Deutungswissenschaft?“

Aber ob Verstehen oder Beherrschung – es müssen Benennungen gefunden werden, die die Gesten, Haltungen, Gebärden, Blicke, physiologischen Reaktionen sinnhaft werden lassen. Um zu sagen, was die Sinnemanationen des Körpers sind, sprach man von Signalen, Zeichen, Hieroglyphen, Monogrammen, Wörtern, Signifikanten, Symptomen, Wappen, Codes, Botschaften, Sprachen. Konkurrierende Semiologien haben den Körper umstellt oder hervorgebracht, um ihn in seinem hybriden Sein zwischen Natur und Kultur, Ich- Beherrschbarkeit und unwillkürlicher Leidenschaftlichkeit, Bewusstsein und Unbewusstem, Sprachlichkeit und physiologischer Selbstregulierung zu definieren.²⁸

Die vielen Sinnesbedeutungen fassen Petra Löffler und Leander Scholz mit dem Begriff „faciale Semantik“ zusammen und bezeichnen das Gesicht als *eine starke Organisation*.

Das Gesicht ist eine starke Organisation. Man kann sagen, dass das Gesicht in seinem Rechteck oder in seiner Rundung einen ganzen Komplex von Merkmalen festhält, *Merkmale der Gesichtshaftigkeit*, die es subsumiert und in den Dienst der Signifikanz und der Subjektivierung stellt.²⁹

Als derartige Organisation aus verschiedenen Zeichen betrachtet, soll das Gesicht für die Wissenschaft zwar *tauglich* gemacht werden, gleichzeitig rückt es als solches, das Gesicht als ein menschliches wie auch als gottgegebenes und göttliches, weg. Was jedoch bleibt, ist das Ziel, und dieses haben die Wissenschaften um das Gesicht gemein, es dechiffrierbar und lesbar zu machen. Allein in den unterschiedlichen

²⁷ vgl. Tom Gunning: In deinem Antlitz. Dir zum Bilde. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 22- S. 66.

²⁸ Gunnar Schmidt: Das Gesicht. Eine Mediengeschichte. S. 9.

²⁹ Petra Löffler und Leander Scholz: Das Gesicht ist eine starke Organisation. S. 7.

Blickwinkeln auf das gleiche Forschungsobjekt Gesicht, variieren die Wissenschaften. So formten sich unterschiedlichste Disziplinen und diese hätten, fasst Gunnar Schmidt zusammen: „Allianzen gebildet, sich getrennt oder ausdifferenziert, um zum Begriff und zum Bild zu kommen: Philosophie, Anthropologie, Pädagogik, die medizinischen Fächer von der Physiologie über die Anatomie bis zur Psychiatrie, Psychologie und Parapsychologie, Ethologie, Literatur, Kunst. Es gibt keine Exklusivität.“³⁰

Egal welche Disziplin oder Wissenschaft sich um das Gesicht bemüht, ob die Physiognomik, die Pathonomik oder die nonverbale Kommunikation, das Gesicht in seinen unzähligen Ausdrucksvarianten, die „unendlichen Abwechslungen dieses leichten und beweglichen Hauchs, den man Seele nennt“³¹, scheinen die Physiognomen an ihre Grenzen zu bringen. „In den Bewegungen der Gesichtsmuskeln und der Augen liegt das meiste,“ schreibt Lavaters größter Kritiker Georg Lichtenberg im 18. Jahrhundert über die Physiognomik, „doch (...) es lehren, heisst den Sand zählen zu wollen.“³² Und auch Lessing beschreibt die Schwierigkeit, Empfindungen zu verallgemeinern und systematisch zu ordnen:

Nichts ist betrügerischer, als allgemeine Gesetze für unsere Empfindungen. Ihr Gewebe ist so fein und verwickelt, dass es auch der behutsamen Spekulation kaum mehr möglich ist, einen einzelnen Faden rein aufzufassen und durch alle Kreuzfäden kaum mehr möglich ist, einen einzelnen Faden rein aufzufassen und durch alle Kreuzfäden zu verfolgen (...). Es gibt in der Natur keine einzelne reine Empfindung; mit einer jeden entstehen tausend andere zugleich, deren geringste die Grundempfindung gänzlich verändert, so dass Ausnahmen über Ausnahmen erwachsen, die das vermeintlich allgemeine Gesetz endlich selbst auf eine bloße Erfahrung in wenig einzeln Fällen einschränken.³³

Auch in Jean-Paul Sartres Text *Gesichter* macht sich ein zynischer Unterton bemerkbar:

Bleibt nur noch zu klären, warum das Gesicht des Menschen uns bewegt- aber das versteht sich von selbst: Sie haben, sagen die Psychologen, nach und nach

³⁰ Gunnar Schmidt: Das Gesicht. Eine Mediengeschichte. S. 9.

³¹ Denis Diderot: Versuch über die Malerei. In: ders. Diderot- Lesebuch. Berlin: Weimar 1998. S. 132-S. 133.

³² Georg Lichtenberg: Über die Physiognomie wider die Physiognomen. Zu Beförderung der Menschenliebe und Menschenkenntnis(1778), Waldshut-Tiengen: Carl-Huter-Verlag, 1996. S. 52.

³³ Gotthold Ephraim Lessing: Laokoon oder über die Grenzen der Malerei und Poesie(1766). Stuttgart: Reclam,1998. S. 24.

gelernt, die Anzeichen zu sammeln und zu deuten. Sie kennen das Gesicht eines anderen durch den Vergleich mit dem eigenen. Sie haben oft bemerkt, dass man zum Beispiel im Zorn die Muskeln der Augenbrauen zusammenzieht und einem das Blut in die Wangen steigt. Wenn man bei einem anderen zusammengekniffene Augenbrauen sieht und flammende Wangen, schließt man daraus, dass er verärgert ist – so einfach ist das.³⁴

Das menschliche Antlitz sei nicht zerlegbar, führt Sartre fort und macht seine Bemerkung über ein Beispiel deutlich: „Bewegt haben sich nur die Lippen, aber gelächelt hat das ganze Gesicht.“³⁵ Auch Hegel scheint in der Physiognomik keine ernstzunehmende Wissenschaftlichkeit zu sehen und rügt in seinem Werk *Phänomenologie des Geistes*, die Physiognomik als Pseudo- Wissenschaft, weil sie den Menschen in eine reine Innerlichkeit und reine Äußerlichkeit trennt. Er hält aber doch im Prinzip des Ausdrucks fest, also der Innerlichkeit in der Äußerlichkeit, des Unsichtbaren im Sichtbaren, des Geistigen im Leiblichen.³⁶ Die Wissenschaft um das Gesicht scheint vielfältig, ist jedoch auch mit kritischem Auge zu betrachten. Mit Hegel, Sartre und Lichtenberg sind nur einige wenige der vielen Gegner, speziell der Physiognomik, zu nennen. Während die Kritik vor allem die einfältige Charakter- und Emotionsbestimmung der einzelnen Gesichtszüge in der Physiognomik betrifft, scheint das Prinzip der Seele, die sich im Gesicht äußert, auf eine breitere Zustimmung zu treffen. So schreibt auch Hegel: „Diese Äußerlichkeit stellt nicht vor, sondern die Seele, und ist deren Zeichen.“³⁷

1.1.4. Georg Simmel: Die ästhetische Bedeutung des Gesichts

Auch Georg Simmel ging, bereits Anfang des 20. Jahrhunderts, fern noch des täglichen Gebrauches von Rundfunkformaten, jedoch bezogen auf die bildende Kunst in seinem Essay „Die ästhetische Bedeutung des Gesichts“ so weit zu behaupten, das Gesicht offenbare die Seele des Menschen. Kunst will aufzeigen, will sichtbar machen. Etwas was sie mit einem Medium gemein hat und vor allem dem Medium Interview. Simmel behauptet entgegen einer weit verbreiteten Meinung dieser Zeit³⁸, dass die Seele sogar ausschließlich im Gesicht ihren Ausdruck findet

³⁴ Jean-Paul Sartre: Gesichter. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 258.

³⁵ Ebd.

³⁶ vgl. Susanne Lüdemann: Défaire le visage. In: Medium Gesicht. Die faciale Gesellschaft. In: Ästhetik & Kommunikation 94/95. Berlin: Elefant Press, 1996. S. 33.

³⁷ G. W. F. Hegel: *Phänomenologie des Geistes*. Frankfurt/M. 1970, S. 239.

³⁸ Christa Blümlinger und Karl Sierek beschreiben im Vorwort zu dem von ihnen herausgegeben Buch „Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes“ Georg Simmels 1908 erfassten Schrift als seine letzte

und weiter noch- dass das menschliche Gesicht einem Kunstwerk daher Seele verleihe.

Die unvergessliche Rolle, die dem menschlichen Gesicht in dem Interessenkreis der bildenden Kunst zukommt, wird doch nur sehr allgemein und wie aus der Ferne dadurch bezeichnet, dass in seiner Form die Seele sich am deutlichsten ausdrückt. Wir verlangen zu wissen, durch welche sinnlich wahrnehmbaren Bestimmtheiten ihm dieser Erfolg gelingt, und ob nicht, jenseits dieses Grundes, unmittelbare ästhetische Qualitäten des Gesichts seine Bedeutung für das Kunstwerk tragen.³⁹

Simmel beschreibt das menschliche Gesicht als paradigmatisches Thema der bildenden Kunst. Da es sich bei der Kunst im Allgemeinen immer um etwas Geistvolles handelt⁴⁰, erkennt Simmel die Bedeutung des menschlichen Körpers für die Kunst, denn:

Als die eigentliche Leistung des menschlichen Geistes kann man bezeichnen, dass er die Vielheit der Weltelemente in sich zu Einheiten formt: das Nebeneinander der Dinge in Raum und Zeit führt er in die Einheit eines Bildes, eines Begriffes, eines Satzes zusammen. Je enger die Teile eines Zusammenhanges auf einander hinweisen, je mehr lebendige Wechselwirkung ihr Auseinander in gegenseitige Abhängigkeit überführt, desto geistvoller erscheint das Ganze. Deshalb ist der Organismus mit der innigen Beziehung seiner Teile zu einander und dem Verschlungensein in der Einheit des Lebensprozesses die nächste Vorstufe des Geistes. Innerhalb des menschlichen Körpers besitzt das Gesicht das äußerste Maß dieser inneren Einheit.⁴¹

Simmel bezeichnet also den organischen Körper als die Vorstufe des menschlichen Geistes. Das Gesicht fungiert dabei als Bindeglied zwischen Körper und Geist. Im Duden wird „der Geist“ als denkendes Bewusstsein des Menschen und mit den Begriffen Verstandeskraft, Verstand, Gesinnung, innere Einstellung sowie Haltung, angeführt. Beim Interview handelt es sich insofern um etwas Geistvolles, als Verstand gefragt ist, um Fragen beantworten und Aussagen treffen zu können. Dazu

Anstrengung zur Vereinigung der auseinanderdriftenden Kräfte einer aus der Fugen geratenen Moderne und der in sie eingeschriebenen Subjektivität.

³⁹ Georg Simmel: Die ästhetische Bedeutung des Gesichts. In: Christa Blümlinger und Karl Sierek: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 251.

⁴⁰ Angelika Beckmann: Das Gesicht im Film. Blick. Ausdruck. Bildpolitik. Wien: Universität Wien, 2006. S. 6.

⁴¹ Georg Simmel: Die ästhetische Bedeutung des Gesichts. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 251.

ist eine innere Einstellung und eine Haltung gegenüber dem Sujet, der Frage oder des Gesprächsinhalts notwendig. Den Begriff „Geist“ bringt Simmel auch mit dem geistigen Zustand - also der psychischen Gesundheit des Menschen in Verbindung- die er vor allem im Gesicht des Menschen abzulesen meint.

Jede Einzelgestaltung bedarf zum ästhetischen Effekt es Zusammennehmens, Zusammenhaltens ihrer Teile; alles Abspreizen und Auseinandersperrern der Gliedmaßen ist hässlich, weil es die Verbindung mit dem Zentrum der Erscheinung, also die anschauliche Herrschaft des Geistes über den Umkreis unseres Wesens unterbricht oder abschwächt. {...} Das Gefüge des Gesichts macht das solche Zentrifugalität , d.h. Entgeistung, von vornherein fast unmöglich. Wo sie einigermaßen stattfindet, beim Aufsperrern des Mundes und dem Aufreißen der Augen, ist sie nicht nur ganz besonders unästhetisch, sondern gerade diese beiden Bewegungen sind, wie nun begreiflich ist, der Ausdruck des „Entgeistertseins“, der seelischen Lähmung, des momentanen Verlustes der geistigen Herrschaft über uns selbst.⁴²

Laut Simmel ist also im Gesicht eine geistige Störung erkennbar. Das plötzliche Wegspreizen der Gliedmaßen, kann beim Gegenüber zwar Unbehagen auslösen, ein unnatürlichen Aufreißen des Mundes oder der Augen wirkt jedoch als Störung der Einheit des Gesichtes und kann Zweifel über den geistigen Zustand der Person aufkommen lassen.⁴³ Durch die, teils unbewusste, Beobachtung des Gesichtes eines anderen, werden Instinkte geweckt. Laut Simmel ist der geistige Zustand des Menschen von seinem Gesicht abzulesen. Für sein Gegenüber hat das Einwirkungen auf ein Attraktions-, also Näheverhalten, ebenso wie auf sein Sicherheits- und Distanzverhalten. Ist jedoch ein Medium „dazwischen“, kann sich die Auswahl des Verhaltens verändern. Wäre der Zuseher in einer realen Situation von seinem Gegenüber abgeschreckt, würde er womöglich auf Distanz gehen, über das Fernsehen transportiert, könnte der er aber ein Attraktionsverhalten entwickeln, geschürt von Interesse an Abnormalität, wie es das große Interesse an den „Humorous Facial Expressions“- den in Grimassen verzerrte Gesichtern in Großaufnahme im Frühen Film, zeigt. In der bürgerlichen Kultur wurde das „Ausstellen extremer Gefühlsskalen mit einem Darstellungsverbot belegt“, schreibt Petra Löffler, denn:

(...) in der Grimasse fand sie zugleich das Hässliche bzw. moralisch Verwerfliche angezeigt, das mit ihr ausgeschlossen werden sollte. Sie privilegiert hingegen den zivilisierten, das heißt disziplinierten und moralisch

⁴² Georg Simmel: Die ästhetische Bedeutung des Gesichts. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 252.

⁴³ vgl. Angelika Beckmann: Das Gesicht im Film, S. 7.

gefestigten Menschen, der seine Affekte kontrolliert und nicht über ein gewisses Maß hinaus nach außen dringen lässt.⁴⁴

Wo Simmel also von einer geistigen Störung spricht, nämlich in der von der Norm abweichenden Mimik, meint Hegel den Bildungsgrad festmachen zu können:

Uebrigens hat der Gebildete ein weniger lebhaftes Mienen- und Geberdenspiel, als der Ungebildete. Wie Jener dem inneren Sturme seiner Leidenschaften Ruhe gebietet, so beobachtet er auch äußerlich eine ruhige Haltung, und ertheilt der freiwilligen Verleiblichung seiner Empfindungen ein gewisses mittleres Maß; wogegen der Ungebildete, ohne Macht über sein Inneres, nicht anders, als durch Luxus von Mienen und Gebehrden sich verständlich machen zu können glaubt; dadurch aber mitunter zum Grimassenschneiden verleitet wird, und auf diese Weise ein komisches Ansehen bekommt, weil in der Grimasse das Innere sich sogleich ganz äußerlich macht, und der Mensch dabei jede einzelne Empfindung in sein ganzes Daseyn übergehen lässt, folglich- fast wie ein Thier,- ausschließlich in diese bestimmte Empfindung versinkt.⁴⁵

Das Gesicht wird hier zu einem Typage- Gesicht reduziert. „Eine Theorie (der Typage), die das Subjekt als soziales Subjekt anvisiert und zugleich das Gesicht als skulpturales, absolut passives Ding angeht: als Spiegel sozialer Tatsachen, jenseits allen eigenen Ausdrucks.“⁴⁶ Gesichter die lesbar sind, auf „ein generalisierbares Signifikat, auf einen bestimmten sozialen Typus,“⁴⁷ sind auch im Intraview von Bedeutung. Als sozialer Typus kann da die erste binäre Unterscheidung eine Rolle spielen, die facialem Schemata „Mann/Frau oder weiß/schwarz“⁴⁸. Die Herkunft wird über das reine Visuelle im Sinne des Intraviews, beispielsweise anhand der Gesichtsfarbe wahrgenommen, oder der Zeichen- am- Leib, wie Gunnar Schmidt die äußerlichen Merkmale bezeichnet,⁴⁹ über die Schminke, den Schmuck, der Tätowierung, der Kleidung. Dem zuvor angeführten Zitat Hegels zufolge, müsste man am Gesicht als Typisierung des sozialen Grades, auch den Bildungsgrad ablesen können. Das stellt sich als schwierig heraus, da Hegel Ungebildetheit mit einer geistigen Störung gleichzusetzen scheint, und das eine mit dem anderen nicht unbedingt in Verbindung steht.

⁴⁴ Petra Löffler: Grimasse. In: Joanna Barck und Petra Löffler: Die Gesichter des Films. Bielefeld: transcript Verlag, 2005. S.97.

⁴⁵ Georg Wilhelm Friedrich Hegel: System der Philosophie. Dritter Teil. Die Philosophie des Geistes (1845). Stuttgart: Frommann- Holzboog, 1965. S. 250.

⁴⁶ Wolfgang Beilenhoff: Lächeln. In: Joanna Barck und Petra Löffler: Gesichter des Films. S. 165.

⁴⁷ Ebd.

⁴⁸ Petra Löffler: Krisen der facialem Semantik. In: Das Gesicht ist eine starke Organisation. S. 243.

⁴⁹ Gunnar Schmidt: Das Gesicht. Eine Mediengeschichte. S. 8.

Und auch die geografische Herkunft festzustellen, trägt Tücken in sich, denn die Zeichen - am - Leib können täuschen, so kleidet und schmückt sich beispielsweise ein westlicher Mensch in einem Interview auch einmal mit folkloristischem Schmuck oder Kleidungsstücken einer anderen Kultur. Und auch die Hautfarbe sagt nicht unmittelbar etwas über das Herkunftsland aus. Ein Interviewgast mit dunkler Haut, hat womöglich afrikanische Wurzeln ist jedoch in Europa aufgewachsen und hat die afrikanische Kultur nie kennen gelernt.

Wenn nun Simmels These, dass die Seele im Antlitz des Menschen herauszulesen ist, noch einmal herangezogen wird und bezogen auf das Interview genauere Betrachtung erfährt, dann würde der interviewte Mensch, allein durch seine Präsenz erzählen, wer er ist.

Da Simmel von der bildenden Kunst ausgeht, das heißt zum Beispiel auf ein gemaltes Portrait eines Menschen betrachtend seine Überlegungen stützt, würde in diesem Sinne bereits ein Einzelbild- eine Fotografie, oder eben ein Standbild- einem Interview entnommen - reichen, um nicht nur seine Seele, sondern, laut Simmel, auch seine Persönlichkeit erfassbar zu machen.

Freilich ist die bestimmte geistige Persönlichkeit mit dem bestimmten unverwechselbaren Leibe verbunden, an ihm jederzeit zu identifizieren; allein was es für eine Persönlichkeit ist, das kann unter keinen Umständen er, sondern nur ihr Antlitz erzählen.⁵⁰

Ein Mensch bekommt durch seine Individualisierung eine Persönlichkeit und wird zur Person. Organisch sind in der Regel die Gesichter gleichsam ausgestattet – mit Augen, Nase, Mund, Wangen, Stirn und Kinn. Die Form der einzelnen Gesichtszüge unterscheidet ein Gesicht vom anderen. Der Ausdruck jedoch, das, was Simmel, die Seele im Antlitz nennt, trägt schließlich zur Persönlichkeit bei. Das, was vom Leben im Gesicht haften bleibt, bildet die Charakterhaftigkeit des Gesichtes.

Der Körper kann seelische Vorgänge allerdings durch seine Bewegungen ausdrücken, vielleicht ebenso gut wie das Gesicht. Allein nur in diesem gerinnen sie zu festen, die Seele ein für allemal offenbarenden Gestaltungen. Die fließende Schönheit, die wir Anmut nennen, muss sich in der Bewegung der Hand, in der Neigung des Oberkörpers, in der Leichtigkeit des Schrittes

⁵⁰ Georg Simmel: Die ästhetische Bedeutung des Gesichts. Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 254.

jedes Mal von neuem erzeugen, sie hinterlässt keine dauernde, die individuelle Bewegung in sich kristallisierende Form. Im Gesicht aber prägen die Erregungen, die für das Individuum typisch sind: Hass oder Ängstlichkeit, sanftmütiges Lächeln oder unruhigeserspähendes Vorteils und unzählige andere – bleibende Züge aus, der Ausdruck in der Bewegung lagert sich nur hier als Ausdruck des bleibenden Charakters ab.⁵¹

Während der Körper die typisierenden Bewegungen wiederholen muss, um sie typisch zu machen, passiert mit dem Gesicht etwas anderes. Das Leben hinterlässt Spuren in der Plastik des menschlichen Gesichtes, wie beispielsweise Falten, im menschlichen Ausdruck. Diese Spuren lassen laut Simmel auf den Charakter, auf die Persönlichkeit schließen. Simmels Thesen nach, ließe sich zusammenfassen, das Gesicht offenbare die Seele, die Seele den Geist und der Geist die Kunst.

Für das Interview ist die Geschichte, die das Gesicht erzählt, eine Erzählebene - die erste Instanz einer subjektiven Vermittlung. Da es sich aber beim audiovisuellen Interview nicht um gemalte Portraits der bildenden Kunst oder stiller Fotografie handelt, sondern um Laufbilder, also eine Anreihung serieller Photoaufnahmen, genauer gesagt 24 bzw. 25 in der Sekunde, ändert sich der mimische Ausdruck ständig- 25 dieser Mikroveränderungen pro Sekunde, würde eine Bilderreihe von 1500 Gesichtsmomenten pro Minute bedeuten. Ein Gesicht vermittelt also von Moment zu Moment ein Fragment, dessen Summe die Botschaft ergibt.

1.1.5. Béla Balázs- Der sichtbare Mensch

Simmels Überlegungen sind auf die bildende Kunst, also stille Bilder, gestützt. Auf die Tragweite des Gesichts in bewegten Bildern, dem Film, nimmt sein Schüler Béla Balázs Bezug. Der ungarische Filmpublizist und Filmkritiker überträgt die These seines Lehrers, dass das Innere des Menschen im Gesicht seinen Ausdruck findet und die Seele dort zum Vorschein kommt, auf das, zu dieser Zeit noch junge Medium Film und schließt die alte Vorstellung von der Sichtbarkeit der Seele in der körperlichen Erscheinung mit der Utopie einer neuen Bildlichkeit des Kinos kurz.⁵² In seinem 1923 verfassten Text *Der sichtbare Mensch* nimmt er auf die Ursprache des Menschen Bezug- die Gebärden- also Körpersprache. Im Gegensatz zu seinem

⁵¹ Ebd.

⁵² vgl. Hermann Kappelhoff: Unerreichbar, unberührbar, zu spät. Das Gesicht als kinematografische Form der Erfahrung. In: montage av. Das Gesicht im Film. 13/2/04. Marburg: Schüren Verlag GmbH, 2004. S. 29.

Lehrer, erkennt er den Geist des Menschen nicht nur in seinem Gesicht, sondern auch in seinen Gebärden.

Nicht-sprechen bedeutet noch lange nicht soviel wie nichts zu sagen haben. Wer nicht redet, der kann noch übertoll sein von Dingen, die nur in Formen, Bildern, Mienen und Gebärden auszudrücken sind. Denn der Mensch der visuellen Kultur ersetzt mit seinen Gebärden nicht Worte wie etwa die Taubstummen mit ihrer Zeichensprache. Er denkt keine Worte, deren Silben er mit Morsezeichen in die Luft schreibt. Seine Gebärden bedeuten überhaupt keine Begriffe, sondern unmittelbar sein irrationales Selbst, und was sich auf seinem Gesicht und in seinen Bewegungen ausdrückt, kommt von einer Schichte der Seele, die Worte niemals ans Licht fördern können. Hier wird der Geist unmittelbar zum Körper, wortelos, sichtbar.⁵³

„Was für die Spätaufklärung das empfindsame Theater leisten sollte, verbindet sich für Balázs mit dem Kino“, schreibt Hermann Kappelhoff in seinem Text

Unerreichbar, unberührbar, zu spät:

Das Sichtbar-Werden des „Menschen“ in einer „Bewegung“, die weder die bloße Sukzession, noch die Verlagerung im Raum, sondern „unmittelbar“ die „Bewegung der Seele“ meint. Sie ist wie die Ausdrucksbewegung des Gesichts, charakterisiert als ein Prozess der Veränderung, der das Ganze der Darstellung erfasst.⁵⁴

Balázs sieht die Fähigkeit des Menschen, Gefühle aus der Körperlichkeit des Gegenübers zu lesen, als verlernt an. Das Gesicht offenbare zwar Gefühle, doch dass da noch eine gewisse, wenn auch mindere Restkompetenz besteht, diese deuten zu können, läge nur daran, weil die gesellschaftlichen Normen es bis dato zuließen, dass das Gesicht im Gegensatz zum restlichen Körper nicht verhüllt werden musste.

Unsere Ausdrucksfläche hat sich auf unser Gesicht reduziert. Und nicht nur darum, weil die anderen Teile des Körpers mit Kleidern verhängt sind. Unser Gesicht ist jetzt wie ein kleiner, unbeholfener, in die Höhe gestreckter Semaphor der Seele, der uns Zeichen gibt, so gut er kann.⁵⁵

Umso hoffnungsvoller spricht Balázs dem Film also großes Potential zu, die Fähigkeit, eine Information oder Emotion sowohl aus der eigenen, als auch aus der Körperlichkeit eines anderen und sogar fremden Menschen, wieder zu erlernen.

⁵³ Béla Balázs: Der sichtbare Mensch (1924) In: Franz Josef Albersmeier (Hg.), Texte zur Theorie des Films, Stuttgart: Reclam 1979, S.: 227- 236.; S. 227.

⁵⁴ Hermann Kappelhoff: Unerreichbar, unberührbar, zu spät. In: montage av. Das Gesicht im Film. S. 32.

⁵⁵ Béla Balázs: Der sichtbare Mensch. S. 227.

Doch in der Kultur der Worte ist die Seele (seitdem sie so gut hörbar wurde) fast unsichtbar geworden. Das hat die Buchpresse gemacht. Nun, der Film ist dabei, der Kultur wieder eine so radikale Wendung zu geben. Viele Millionen Menschen sitzen allabendlich da und erleben durch ihre Augen menschliche Schicksale, Charaktere, Gefühle und Stimmungen jeder Art, ohne der Worte zu bedürfen. Denn die Aufschriften, welche die Filme noch tragen, sind nebensächlich, teils vergängliche Rudimente der noch unentwickelten Formen, teils von spezieller Bedeutung, die nie eine Nachhilfe für den visuellen Ausdruck sein will. Die ganze Menschheit ist heute schon dabei, die vielfach verlernte Sprache der Mienen und Gebärden wieder zu erlernen. Nicht den Wortsatz der Taubstummensprache, sondern die visuelle Korrespondenz der unmittelbar verkörperten Seele. Der Mensch wird wieder sichtbar werden.⁵⁶

Die Qualität die Balázs in den 1920er Jahren am Film erkannte, nämlich dass durch die Rezeption von Filmen gewisse sensualistische Fähigkeiten erlernbar sind, ist auch auf das Interview übertragbar. Hierbei handelt es sich um eine weitaus konzentriertere Form des Lesens von Körpersprache und des Zuhörens. Letztere Qualität- Das Zuhören - ist seit der Moderne in einer immer lauter und reizüberflutenderen Zeit, vermutlich zu einer überforderten und stark vernachlässigten Fähigkeit geworden- die vielen Gesichter, Bilder und Medien liefern überall und immerzu massenhafte Information.

Einem Menschen aufmerksam und in Ruhe zuzuhören, scheint in dieser Epoche zu einer immer größeren Herausforderung zu werden, paradoxerweise entstammt das Kino genau dieser Zeit und zwingt den Zuseher im Stummfilm *nur über Sehen Zuzuhören*.

Laut Balázs fungiert das Gesicht im Stummfilm als Lehrmittel zu einem Verständnis der Körpersprache, gleichzeitig ist es aber auch eine frühe Vorbereitung auf das audiovisuelle Interview, denn bevor Audio dazukommt, muss das Visuelle verstanden werden.

Die Gefühlsäußerungen der interviewten Person quellen aus seinem Innenleben - für die Zuseher also unbekanntes Terrain. Um ein Interview oder Gespräch also in seinen vielen Facetten zu verstehen und wahrzunehmen, bedarf es einem Bewusstsein- für die leisen Andeutungen verschiedener Gefühlsregungen, für den Subtext. Im Besonderen aber für die Verbindungen - zwischen Frage und Antwort, zwischen Interviewtem und seinem Gegenüber, zwischen Gesicht und Textinhalt, zwischen

⁵⁶ Ebd.

Mimik und Gestik, zwischen Sendungsthema und der dazugehörigen Geschichte der Interviewperson- was sich nach einem komplizierten Vorgang anhört, einer Melange aus natürlichem Instinkt und geschultem Auge, ist dem Zuseher seit Beginn des Filmes und nach Balázs' Theorie, im Speziellen durch den Stummfilm beigebracht worden.

Das Gesicht ist als Erzählebene im audiovisuellen Interview zweierlei zu betrachten - Als eine Fläche, die sowohl die inneren als auch die äußerlichen Inszenierungen lesbar macht. Als Instanz einer Vermittlung, ist das Gesicht als Medium zu betrachten. Um etwas zu vermitteln, muss das Gesicht für das, was es ausstellen soll, zunächst als Projektionsfläche fungieren können. Damit das Gesicht unterschiedliche Projektionen erfahren kann, muss es zuerst zu einer leeren Grundfläche werden, bevor ihm Bedeutung zugeschrieben wird- Dem Gesicht als Ausdruck der Seele und Persönlichkeit, welches dechiffrierbar ist, wird das Gesicht als zu beschreibende leere Fläche, als ein Medium, gegenübergestellt. Beide Arten der Gesichter, formen erst dann das Gesicht des Intraviews, wie es hier aufgefasst werden soll: Die Fläche des Ausdrucks, welche den Erzählinhalt als erste Instanz transportiert, ist gleichzeitig eine beschreibbare Fläche, auf die der Inhalt erst projiziert werden soll. Zunächst ist das Gesicht im audiovisuellen Interview eine Leinwand, die der Zuseher schlicht als einen Menschen seinesgleichen identifiziert. In Folge wird der Interviewte zu einem Individuum, indem er über den Ausdruck, seinen persönlichen nämlich, vermittelt. Indem das Gesicht als Vermittler fungiert – eine Mitteilung transportiert, kann es als ein Medium bezeichnet werden.

1.2. Das Medium Gesicht

„Ein Film ohne Gesichter? – Kaum vorstellbar“⁵⁷, schreibt Thomas Macho in den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts. Das Gesicht ist in der visuellen Kultur, wie auch in der visuellen Kommunikation, dessen Präsenz es „insbesondere in den westlichen Kulturen behauptet“⁵⁸, unumgänglich geworden. Das Gesicht ist „undenkbar geworden ohne den Bezug auf die Medien seiner Sichtbarmachung“, denn „in keinem anderen Medium hat es im 20. Jahrhundert eine vergleichbare Karriere erreicht wie

⁵⁷ Thomas Macho: GesichtsVerluste. Faciale Bilderfluten und postindustrieller Animismus. In: Medium Gesicht. Die faciale Gesellschaft. In: Ästhetik & Kommunikation 25, 94/95, S. 25- 31. S. 26.

⁵⁸ Joanna Barck und Petra Löffler: Gesichter des Films. S.7.

im Film“,⁵⁹ resümieren Joanna Barck und Petra Löffler einleitend zu ihrem Buch *Gesichter des Films*.

Aus den visuellen Massenmedien, ist das Gesicht nicht mehr wegzudenken und seine Geschichte als Medium- als medialisiertes Gesicht- geht weit zurück: Vom klassischen Portrait- über die Fotografie- bis hin zu Film und Fernsehen und dem virtuellen Gesicht wie z.B. dem der Animation. Korrespondierend dazu, wächst auch der Kanon der (film-) wissenschaftlichen Diskurse mit seinen unterschiedlichen Konzeptionen rund um das mediale Gesicht stetig, ist doch laut Kappelhoff die „Gesichtshaftigkeit als allgemeinstes Schema der Massenkommunikation“ zu sehen.⁶⁰

Die Diskurse beleuchten das medialisierte Gesicht - das mediale Ereignis Gesicht, aus verschiedenen Forschungsbereichen und Blickwinkeln und bringen laut Gunnar Schmidt, immer andere Gesichter zum Vorschein.

Zwischen Überlieferung, Protowissenschaft und Wissenschaft, zwischen Kunstausprägung und Alltagsverständnis öffnet sich ein historisches Terrain wechselhafter Anliegen, die aber alle dem Gesicht ein enormes semantisches Gewicht verleihen. Von der Physiognomik bis zur heutigen facial analysis, recognitio und simulation – wir leben in einem geschichtssättigten Hallraum von Gewissheiten, Mythen und Modellen, Deutungsspekulationen und Signifikationen, kurz, in einem Gewirr von Sinninterferenzen, die zur Interpretation des Gesichts zwingen und die gleichzeitig erschweren.⁶¹

Über das Gesicht als ein semantisches, schreibt Schmidt. Ein zu bezeichnendes, das ebenso als Zeichen für sich steht. „Bei der Vielfältigkeit der Medien (Plastik, Malerei, Grafik, Fotografie) und Anliegen nimmt es nicht Wunder, dass es eine Art Mediendebatte innerhalb der Gesichtsforschung gibt,“ schreibt Schmidt weiters. Petra Löffler spricht sogar von einer „Krise der facialen Semantik“:

Denn selbstverständlich ist auch die Repräsentation des menschlichen Gesichts historischen Umbrüchen ausgesetzt, die sich vom klassischen Porträt bis zum filmischen Massengesicht als Krisen der facialen Semantik beschreiben lassen.⁶²

⁵⁹ Ebd.

⁶⁰ Hermann Kappelhoff: *Bühne der Empfindungen – Leinwand der Emotionen. Das bürgerliche Gesicht*. In: Helga Gläser / Bernhard Groß / Hermann Kappelhoff: *Blick-Macht-Gesicht*. Berlin: Vorwerk 8, 2001. S.10.

⁶¹ Gunnar Schmidt: *Das Gesicht. Eine Mediengeschichte*. S. 10.

⁶² Petra Löffler und Leander Scholz: *Das Gesicht ist eine starke Organisation*. S. 8.

Die Krisen seien ausgelöst durch die ins Schwanken geratenen facialen Semantiken innerhalb der medialen Umbrüche, welche die „medialen Bedingungen für die De- und Reterritorialisierung des facialen Schemas ändern“. Diesen medialen Veränderungen läge zugrunde, dass „die Bedeutungsweisen des Gesichts neu verhandelt werden“ müssen.⁶³

Diese Bedeutungsweisen des Gesichts werden in einem großen Spektrum unterschiedlich gedeutet und benannt. Ingmar Bergman sieht in der Möglichkeit dem Gesicht näher zukommen „die ursprüngliche und wesentliche Eigentümlichkeit des Films“. Gunnar Schmidt nennt das Gesicht „ein pathetisches Organ“⁶⁴. Tom Gunning nennt es- das beredte Gesicht- das Menschlichste am Menschen⁶⁵ - Das Gesicht als „Angelpunkt zwischen Individualität und Typologie, zwischen Ausdruck und Schicksal, Körper und Seele.“⁶⁶

In der film- und medienwissenschaftlichen Auseinandersetzung der letzten Jahrzehnte wird jedoch mit auffallender Häufigkeit auf das Gesicht als einen *Ort* hingewiesen. Als Ort von Photogénie,⁶⁷ als Ort der Willensäußerung,⁶⁸ als den geeigneten Ort, die unendliche Vielfalt des Singularen offenzulegen,⁶⁹ als alleiniger Ort der Gemeinschaft, die einzig mögliche Stadt⁷⁰ und als Ort, auf dem sich nicht nur körperliche Sensationen abzeichnen, sondern auch Gefühle und Affekte, ebenso wie die „zur Schau gestellten Masken sozialer Identität“.⁷¹ Jacques Aumont nennt es einen „Ort Gottes“ und führt weiter aus:

⁶³ Ebd., S. 243.

⁶⁴ Gunnar Schmidt: Das Gesicht. Eine Mediengeschichte. S. 10.

⁶⁵ Zit. In Joanna Barck und Wolfgang Beilenhoff: Das Gesicht und seine sekundären Inszenierungen. Eine Einleitung der Gastherausgeber zum Themenschwerpunkt Das Gesicht im Film. In: Montage AV. Zeitschrift für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation 13/1/04. Marburg: Schüren, 2004. S.6-11. S.10.

⁶⁶ Tom Gunning: In Deinem Antlitz: Dir zum Bilde. Physiognomik, Photographie und die gnostische Mission des frühen Films. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 24.

⁶⁷ Jean Epstein: Photogénie des Unwägbaren. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 266.

⁶⁸ Wolfgang Pauser: Soll ich mich operieren lassen? Ä&K stellte 25 Fragen an Schönheitsberater Dr. Pauser. In: Ästhetik & Kommunikation, 1996. S.117- 123.

⁶⁹ Nicole Brenzez: Der figurative Unterschied. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 116.

⁷⁰ Giorgio Agamben: Das Antlitz. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 219.

⁷¹ Gertrud Koch: Nähe und Distanz. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 242.

So wurde es, als zweites, im Zeitalter seiner Darstellbarkeit aus dem Gesicht der sichtbare Ort gesellschaftlicher, zwischenmenschlicher, dann innermenschlicher Funktionen: ein Ort der Kommunikation, dann ein Ort des Ausdrucks.⁷²

Das Gesicht lässt sich auch als zentralen Ort im Interview anführen. Das Gesicht des Interviewten, ins Zentrum gerückt- in einen Rahmen platziert.

Er ist {...} ins Bild getreten, besser: in einen Rahmen. Der Raum klappt in die Fläche. Er wird kadriert.⁷³

„Kaum vorstellbar“, sei ein Film ohne Gesichter, schreibt Thomas Macho. Ein audiovisuelles Interview ohne Gesicht, verdient es nicht die gleiche Antwort? - Kaum vorstellbar.

1.2.1. Das Medium Gesicht in der facialen Gesellschaft

Das Gesicht bildet eine Bedeutungsfläche, es fungiert als Signifikant- dessen Bedeutung in Form von Zeichen (Signifikaten) zugeordnet werden kann. Betrachtet man das Gesicht nun als einen „Ort der Leere“⁷⁴, statt einem Ort der lesbaren physiognomischen Fläche und Ausdruck der Seele, so bildet es die geeignete Voraussetzung als Projektionsfläche seiner medialen Inszenierungen zu fungieren, die Joanna Barck und Wolfgang Beilenhoff als *sekundäre Inszenierungen* bezeichnen. Doch dazu musste das Gesicht erst mehreren Bedeutungswandel unterzogen werden, um das zu sein, was es heute ist: ein ständiger Begleiter, ein omnipräsentes Phänomen. „Gesichter, überall Gesichter,“ schreibt Thomas Macho und gibt der Gesellschaft des „modernen Bildermenschen“⁷⁵ einen Namen:

Wir leben in einer facialen Gesellschaft, die ununterbrochen Gesichter produziert. Das Menschengesicht erweist sich als „Maß aller Dinge“: gerade im Zeitalter der Enttäuschung humanistischer Hoffnungen. Während „der Mensch“ wie am Meeresufer ein Gesicht im Sand – hat sich eine Art von universeller Physiognomik durchgesetzt, die den Aufbau der immergleichen Ordnung (Punkt, Punkt, Komma, Strich) selbst an den entlegensten Stellen

⁷² Jacques Aumont: Bild, Gesicht, Passage. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 100.

⁷³ Hanns Zischler: Der Wimpernschlag. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 19.

⁷⁴ Christa Blümlinger und Karl Sierek: Gesichtsverlust, ein Vorwort. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 11.

⁷⁵ Raulff, Ulrich: Image oder Das öffentliche Gesicht. In: Dietmar Kamper: Das Schwinden der Sinne. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 1984. S. 53.

provoziert. Big Brother is watching you – nicht mit einem einzigen Gesicht, sondern mit endlos verschiedenen Augenpaaren und mimischen Ausdrucksformen, gleichsam als eine ganze Armee, eine “Großfamilie” von Gesichtern.⁷⁶

Das Gesicht auf die Ordnungsstruktur *Punkt, Punkt, Komma, Strich* zu reduzieren, ihm damit jede „Bedeutsamkeit und Tiefenstruktur“⁷⁷ sowie Individualität zu entziehen, macht es zum kastrierten Objekt einer „universalen Physiognomik“ und verleiht ihm gleichzeitig neues Potential. Denn als bloßes „Prinzip der Gesichtshaftigkeit“⁷⁸, kann das Gesicht als „ein vermitteltes Gebilde begriffen (werden), dessen Aussagefähigkeit untrennbar mit einer Analyse seiner Inszenierungen verbunden ist“.⁷⁹ Aus demselben Prinzip, leiten auch Gilles Deleuze und Félix Guattari das Gesicht als ein System „Weiße Wand- Schwarzes Loch“ ab, welches überall zu finden ist: „In diesem Sinne wird nicht nur der Mund, sondern auch die Brust, die Hand, der ganze Körper und auch das Werkzeug selber „mit einem Gesicht versehen“.⁸⁰ So schreibt auch Macho über die Physiognomie der Dinge:

So können inzwischen alle käuflichen Dinge – von der Bierflasche bis zum Automobil, vom Parfum bis zum Fußball, von der Tageszeitung bis zum Staubsauger – als insgeheim “beseelte”, als gesprächs- und kontaktfähige Lebewesen erscheinen: wie in einem Zeichentrickfilm von Walt Disney.⁸¹

Die faciale Gesellschaft, bestehend aus Gesichtern und umgeben von Gesichtern. Gesichter, überall Gesichter. Immer „begleitet von einer bekannten Struktur. Punkt, Punkt, Komma, Strich- fertig ist das Angesicht. Jede Mauer öffnet ihre Augen, jede Fläche vertieft sich spontan zu einem Blick, der zu fragen scheint, was uns fehlt und wohin wir eigentlich gehen wollen,“ (be)schreibt Macho.

⁷⁶ Thomas Macho: Medium Gesicht. Die faciale Gesellschaft. In: Ästhetik & Kommunikation. S.25.

⁷⁷ Christa Blümlinger und Karl Sierek: Gesichtsverlust, ein Vorwort. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 6.

⁷⁸ Joanna Barck und Wolfgang Beilenhoff: Das Gesicht und seine sekundären Inszenierungen. In: Montage AV. Zeitschrift für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation 13/1/04. Marburg: Schüren, 2004. S.6-11. S.10.

⁷⁹ Ebd.

⁸⁰ Gilles Deleuze und Félix Guattari: Tausend Plateaux: Kapitalismus und Schizophrenie. Berlin: Merve, 1992. S. 240.

⁸¹ Thomas Macho: Medium Gesicht. Die faciale Gesellschaft. In: Ästhetik & Kommunikation 25/94+95. Berlin: Elefanten Press, 1996. S.25-28. S.25.

„Inzwischen wird nichts alltäglicher als ein Gesicht,“⁸² so Macho. Was die Fotografie möglich gemacht hat- das Gesicht zu reproduzieren, der Film ihr gleich getan hat, macht das Fernsehen im größten Ausmaße. In einem Bilderrauschen von vorbeiziehenden Gesichtern, hat das Fernsehen das Gesicht banal gemacht, schreibt Jacques Aumont:

Und dann hat das Fernsehen, das es uns zur Gewohnheit gemacht hat, eine unglaubliche Menge ständig in Bewegung befindlicher, ständig ausdrucksvoller Gesichter zu sehen, beträchtlich zur Banalisierung unserer Erwartungen Gesichtern und ihrer Darstellung gegenüber beigetragen“, schreibt Aumont weiters.⁸³

Die faciale Gesellschaft als Zeitgeist, in dem wir uns befinden, der überall Gesichter produziert, ist auch der (Zeit-)Raum, in dem das Interview in allen seinen Formen auftritt. Was tut das Interview? Es personalisiert, es individualisiert, es nimmt einzelne Gesichter heraus und bringt die „unglaubliche Menge ständig in Bewegung befindlicher“ Gesichter ins Stocken. Indem das Interview Gesichter produziert, wie seine verwandten Medien (Film, Werbung, Fotografie), handelt es dem Zeitgeist entsprechend und gleichzeitig dagegen.

Die wissenschaftlichen Diskurse kreisen um die Frage „Was hat das Gesicht hervorgebracht und was hat es zerstört“. „Der Film hat das Gesicht groß gepriesen und ihm jede erdenkliche Aufmerksamkeit geschenkt. Die Bewegung dieser Konzentration nutzt es aber auch ab und machte es zum leeren Ort einer Abstraktion,“ wagt Aumont als Hypothese, derer er die Fotografie als Instrument, die schon das Portrait zum Verschwinden brachte, voranstellt.⁸⁴

Ist für die Rezeption des Interviews, das Gesicht als Ort der Emotion und des Ausdrucks durchaus relevant, hat das Gesicht in Form einer „leeren“, beschreibbaren und bezeichnenden Fläche, als inszenierbares mediales Phänomen, ebenso Bedeutung. Denn es hat eine Geschichte als Inszenierungs- Ort und Mittel durchlebt, das von der frühen Malerei, über Fotografie und Film bis zum heutigen „Massengesicht“ einer facialen Gesellschaft reicht.

⁸² Ebd.

⁸³ Jacques Aumont: Bild, Gesicht, Passage. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 104.

⁸⁴ Vgl. Ebd., S. 109.

Will man etwas anschaulich machen, dann gibt man am besten ein Gesicht. Gesichter versprechen Identität und Intimität. Als Projektion, Vermittlung und Organisation von Wahrnehmung sind Gesichter aus den visuellen Medien nicht wegzudenken. Das Gesicht ist der hervorragende Schauplatz für die Frage nach dem Menschen.⁸⁵

1.2.2. Das Massengesicht der Moderne

In einer Beschäftigung mit dem audiovisuellen Interview, ist das Gesicht, ob als Entität im Sinne Deleuze und Guattaris, dem Gesicht als Projektionsfläche, oder als lesbare Fläche im Sinne Jacques Aumonts, Georg Simmels und den Physiognomen, nicht zu ignorieren. Was das Gesicht „spricht“, allein durch seine Präsenz und der bestehenden Repräsentationscodes, die sich in einer langen Geschichte etablierten und diese der Rezipient unweigerlich zu deuten vermag- beeinflusst, wie das Interview wahrgenommen wird. Dabei spielt das Gesicht als Medium, wie (dasselbe) Gesicht als vermittelnder Ort seiner Gefühle, Gedanken und Erinnerungen gleichermaßen eine „Rolle“.

In der Wende vom 18. ins 19. Jahrhundert wird das Gesicht nicht nur als Bild reproduzierbar, auch in den sich herausbildenden Großstädten, summieren sie sich zu einer Masse.

Es ist der Zeitpunkt, zu dem es zur „Begegnung von Maschine und Mensch“⁸⁶ kam, der Zeitpunkt an dem sich die Geburt des *homo photographicus*, des modernen Bildermenschen⁸⁷ ereignete, gleichsam auch eine Zeit, die Widersprüche in sich trägt, eine Lücke zwischen dem Wissen einzigartiges Individuum, und gleichzeitig Teil der Menge, eines vergrößerten sozialen Systems der Moderne zu sein, das ebensoviel Subjektivität schluckt wie auswirft.⁸⁸ Jacques Aumont spricht in seinem Buch *Du Visage au Cinéma* von deux chemins, zwei Wegen des Gesichts:

Während seiner gesamten modernen Bild- und Theatergeschichte folgt das Gesicht zwei Wegen, sei es der Vergegenständlichung der Tiefenschichten des

⁸⁵ Petra Löffler und Leander Scholz: Das Gesicht ist eine starke Organisation. Vorbemerkung der Herausgeber. S. 7.

⁸⁶ Walter Benjamin: Gesammelte Schriften. Das Passagenwerk. Band II. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 1982. S. 832.

⁸⁷ Ulrich Raulff: Image oder Das öffentliche Gesicht. In: Das Schwinden der Sinne, S. 53.

⁸⁸ vgl. Gertrud Koch: Nähe und Distanz. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 248.

Intimen oder der Zurschaustellung der Zugehörigkeit zu einer gesitteten Gesellschaft.⁸⁹

Was Gertrud Koch als Lücke zwischen Nähe und Distanz bezeichnet, nennt Gunnar Schmidt einen historischen Umschaltpunkt:

Einerseits ein Manifest gegen ältere, klassizistische Vorstellungen von zivilisatorischer Normgerechtigkeit, andererseits romantischer Opponent gegen eine sachkalte Moderne, die mit naturwissenschaftlichem Rationalismus die Seele abzuschaffen sucht und das leidenschaftliche Gesicht in eine Maschination verwandelt. Gleichzeitig zensuriert es auf der Bildebene selbsterrichtete radikale Erkenntnisideale und fügt sich ein in einen bürgerlichkonventionellen Kosmos.⁹⁰

Die Hintergrundkulisse, von der sich als neu – erfahrenen – Moderne, bilden Großstädte und ihre modernen Verkehrsmittel.⁹¹ Dabei bildet sich eine, wie Georg Simmel in *Die Großstadt und das Geistesleben* beschreibt, neue Situation der menschlichen Begegnung:

Vor der Entwicklung der Omnibusse, der Eisenbahnen, der Tramways im neunzehnten Jahrhundert waren die Leute nicht in die Lage gekommen, lange Minuten oder gar Stunden sich gegenseitig ansehen zu müssen, ohne miteinander das Wort zu richten.⁹²

Der Mensch der modernen Großstadt, befindet sich in einer Spannung zwischen Nähe und Distanz, zwischen Anonymität und Individualität.

Die tiefsten Probleme des modernen Lebens quellen aus dem Anspruch des Individuums, die Selbstständigkeit und Eigenart seines Daseins gegen die Übermächte der Gesellschaft, des geschichtlich Ererbten, der äußerliche Kultur und Technik des Lebens zu bewahren – die letzterreichte Umgestaltung des Kampfes mit der Natur, den der primitive Mensch um seine leibliche Existenz zu führen hat.⁹³

Georg Simmel beschreibt in seinem 1903 verfassten Essay, den Zustand des neuen modernen Menschen und beschreibt damit ein Phänomen, das nun über ein Jahrhundert später eine zeitgenössische Qualität aufweist:

⁸⁹ Jacques Aumont: *Du Visage au Cinéma*. Paris: Éds. De l'Étoile, 1992. S.22.

⁹⁰ Gunnar Schmidt: *Patho-Logiken*. In: *Das Gesicht ist eine starke Organisation*. Köln: DuMont Literatur und Kunst Verlag, 2004. S. 143.

⁹¹ vgl. Gertrud Koch: *Nähe und Distanz*. In: *Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes*. S. 229.

⁹² Zit. In Anton Kaes: *Kino- Debatte*. München: Taschenbuch Verlag, 1978. S. 18.

⁹³ Georg Simmel: *Die Großstädte und das Geistesleben*. In: *Gesamtausgabe. Aufsätze und Abhandlungen 1901- 1908*, Band 1. S. 116.

Die psychologische Grundlage, auf der der Typus großstädtischer Individualitäten sich erhebt, ist die Steigerung des Nervenlebens, die aus dem raschen und ununterbrochenen Wechsel äußerer und innerer Eindrücke hervorgeht.⁹⁴

Das Fernsehen, mit seinen raschen Bilderfolgen, den vielen Eindrücken und Gesichtern- entspricht auch der Situation des Menschen seit der Moderne. Die Lücke aus Nähe und Distanz der Moderne, könnte ein Verlangen nach Nachhaltigkeit und Tiefe, nach Innehalten hervorgebracht haben- eine ideale Vorraussetzung für das Interview, das versucht dem individuellen Gesicht einen Raum innerhalb einer anonymen Masse von Gesichtern zu geben. Das Interview spielt ebenso mit Nähe und Distanz, gibt es schließlich das Gefühl von unmittelbarer Nähe und Intimität zu der interviewten Person, trotz räumlicher Distanz. Der Zuseher bekommt das Gefühl, sich mit einem Fremden in einer vertrauten Situation zu befinden, obwohl es keine tatsächliche, sondern nur eine scheinbare Begegnung gibt. Ähnlich der von Aumont beschriebenen Situation in einem öffentlichen Verkehrsmittel, findet sich der Zuseher jemanden gegenüber, „ohne miteinander das Wort zu richten“.

Das Gesicht der Moderne ist eines unter vielen. Zum Einen ein individuelles, zum anderen ein anonymes, das Gesicht in einer Masse seiner gleichen. In der Gesichterflut ist es ständig damit konfrontiert, sich neu definieren zu müssen und auch Jacques Aumont spricht in seinem Buch *Du Visage au Cinéma* von „sozialen Masken“ als betonter Zugehörigkeit eines Individuums zu einer Gesellschaft, und einer darunter liegenden Intimität.⁹⁵

Das Konzept des Gesichts als Spiegel der Seele, kommt spätestens seit der Moderne ins Schwanken. Viele Gesichter, jedoch eine Seele, birgt eine schwierige Kalkulation in sich, als Lösung könnte das Prinzip Deleuzes und Guattaris hergenommen werden: Weiße Wand, Schwarzes Loch. Eine Fläche, auf die jedes beliebige Gesicht projiziert werden kann. „Man schlüpft eher in ein Gesicht hinein, als das man eines besitzt“, schreiben sie in ihrem Werk *Tausend Plateaus*.⁹⁶

⁹⁴ Ebd.

⁹⁵ Vgl. Angelicka Beckmann: Das Gesicht im Film. Blick. Ausdruck. Bildpolitik. Wien, 2006. S. 47.

⁹⁶ Gilles Deleuze und Félix Guattari: Tausend Plateaus. Kapitalismus und Schizophrenie. Berlin: Merve, 1997. S. 243.

Auch die bildende Kunst, sieht sich in der Moderne mit der neuartigen Auffassung des Gesichts konfrontiert. Die modernen Portraits z.B. eines Paul Klees oder Pablo Picassos, streichen die vielen Gesichter eines einzigen über bewusste Entfremdung und Deformierung heraus und betonen damit die auseinanderdriftenden Kräfte der Moderne und das Auseinanderfallen aller gängigen Auffassungen eines Gesichts. Raymond Bellour spricht in seinem Text *Gesichter von Innen* von einem geheimnisvollen Gesicht, eine geträumte Oberfläche, die eine Empfindung des Wesens offenbart und dadurch eine Sicht auf das Wesen eröffnet. Früher war es das geheimnisvolle Gesicht das Ikonen gehörte, die im Dienste einer unwandelbaren und übersinnlichen Idee alle frühere Inkarnation verschlüsselte. Die Moderne, schreibt Bellour, nimmt dieses Gesicht noch einmal auf und unterstreicht es.⁹⁷

Vor allem aber ist es in der Moderne dazu geworden, sobald durch die Malerei das menschliche Gesicht sich selbst zu zerstören begann und sich vorstellte, es werde von gewaltigen Kräften heimgesucht. Dafür stehen Picasso, Bacon. Angekündigt von Füssli, Kubin oder Redon; oder gleichermaßen, wenn auf ganz andere Art, von Klee. Die Entstellung ist deshalb so interessant, weil sie den solange schon und immer noch aufs Gesicht konzentrierten natürlichen Idealismus zugleich belegt und abschwächt, ihn verlagert und verändert, indem sie auch aus dem Gesicht einfach die wahrnehmbare Extremität eines durch Kräfte jenseits aller Identität bearbeiteten Körpers macht.⁹⁸

Entstellung, die also die Identität des Gesichts bearbeitet, emporhebt, verändert oder auch zerbricht. Im stillen Bild einer Fotografie wie auch im bewegten Bild wird diese Zerstückelung des Gesichtes durch Licht und Schatten erreicht. Das Gesicht wird zerteilt, deformiert und dabei gleichzeitig geformt, indem die zunächst einheitliche Fläche gebrochen wird- in viele kleine Flächen, unterscheidbar durch die Lichtverhältnisse. Beleuchtete deutlich hellere, neben in Schatten getauchte dunkle Formen, geben dem Gesicht Plastik und Spannung – ganz im Sinne der *Photogénie* nach Jean Epstein.

Eine Ironie der Moderne, wird dieses Phänomen von den einen als Ende des (Portrait-) Gesichtes interpretiert, von den anderen als die Epoche des Gesichtes schlechthin. Eine Zeit, die auch Schnittstelle ist, zwischen der bildenden Kunst und den neu auftretenden technischen Möglichkeiten der Fotografie und des Films- hier bildet sich ein konkurrierendes wie symbiotisches Verhältnis, das gleichermaßen

⁹⁷ Raymond Bellour: *Gesichter von Innen*. In: *Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes*. S. 185.

⁹⁸ Ebd.

doch eines zum Ziel hat: festhalten, wiedergeben und aufzeigen. Im Zentrum: Das Gesicht.

Das Portrait sei in der Moderne verschwunden, wird geschrieben. Christine Buci-Glucksmann widmet dieser Annahme ein eigenes Kapitel im Buch *Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes* mit dem Titel *Das Verschwinden des Gesichts in der Kunst*.⁹⁹ Die Herausgeber desselben Buches stellen die Frage, ob das Gesicht, das laut Buci-Glucksmann, zumindest in der bildenden Kunst zwar um seine Existenz rang, durch die Eigenschaft reproduzierbares Bild zu werden, sich aber eben diese Existenz sichern konnte.

Als der Mensch sich im laufenden Bild emanzipierte, ging diese Einheit (Mensch, Welt und Bild) verloren. Das Gesicht konnte als selbstständige Entität den Weg ins 20. Jahrhundert dadurch einschlagen, dass es reproduzierbares und bewegtes Bild geworden war. Lässt sich das Bildwerden des Gesichts als Ausprägung einer Differenzqualität beschreiben, die in der Moderne entstanden ist?¹⁰⁰

Das Gesicht fand als reproduzierbares Bild in Fotografie und Film einen Weg, als Dargestelltes, wie zuvor mit Pinsel und Farbe auf Canvas, weiter zu existieren. Statt unterzugehen, wurde es, wie aus Protest, zu einem omnipräsenten Phänomen, einem Massengesicht, parallel zu den Phänomenen der Moderne. Das Gesicht drückt den Menschen aus und die Zeit in der er sich bewegt. Im digitalen Zeitalter angelangt, fügt sich das virtuelle, digitalisierte Gesicht ebenso ein und sichert sich damit auch für die Zukunft seine Existenz.

1.2.3. Das inszenierte Gesicht in bewegten Bildern

Die Entstellung des Gesichtes war nicht nur in der Kunst der Moderne ein Thema, sondern bereits im Übergang von der Fotografie zum frühen Film, die Gunnar Schmidt als *neue Geschichte der Gesichterproduktion* bezeichnet:

Das Jahrhundert in der beginnenden modernen Medizin nimmt den Menschen anders in den Blick als die Ästhetiker und Philosophen der Epoche der

⁹⁹ Christine Buci-Glucksmann: *Das Verschwinden des Gesichts in der Kunst*. In: *Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes*, S. 199- 209.

¹⁰⁰ Christa Blümlinger und Karl Sierek: *Gesichtsverlust, ein Vorwort*. In: *Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes*. S. 8.

Aufklärung: neue Erkenntnisparadigmen, andere Abbildungsmodi, veränderte Menschenbilder gewinnen an Bedeutung. – Zwischenraum - Wo die Fotografie erfunden wird, ein Bildmedium, das den Moment und die Wirklichkeit, wie sie ist, ins Bild bringen soll. Und es ist die Zeit, in der die Psychiatrie beginnt, Patientenbilder herzustellen, oder die unglücklichen und die hässlichen Leidenschaften zeigen. Die Blitze des Affekts, die bis dahin vornehmlich von den Philosophen, den Kunst- und Theatertheoretikern besprochen wurden, um sie zu kultivieren, werden zum Gegenstand der Medizin und Anthropologie. Damit taucht auch eine neue Haltung auf, findet ein Schritt von der Ästhetik zur Erkenntnis statt.¹⁰¹

Tom Gunning zeichnet in seinem Text *In deinem Antlitz: Dir zum Bilde* die Schnittstelle „zwischen der wissenschaftlichen Forschung und der Neugier der Popularkultur zum Zeitpunkt des Aufkommens des Kinos am Ende des 19. Jahrhunderts“ nach, bezieht diese beiden Traditionen aufeinander und deckt den Dialog zwischen ihnen auf, „der sich an der semantisch überfrachteten und nach wie vor ambigen Darstellung des Gesichts festmachen lässt.“¹⁰²

Das Gesicht erfährt in dieser Zeit seine neue Rolle als medialisiertes, als Medium Gesicht. Das Gesicht als Medium und in seinem Sinne etwas aufzuzeigen, steht auch hier in engem Zusammenhang mit der Inszenierung, die es erfährt.

Die Photographie, so Gunning, „wurde für eine neue Untersuchungsmethode des Gesichts, die sich auf individuelle Gesichter und ihre flüchtigen spontanen Ausdrucksweisen stützt, zum optimalen Untersuchungsinstrument.“¹⁰³ In dieser neuen empirischen Auffassung, war die Physiognomik nicht minder von Bedeutung, nur diente sie nicht mehr vorrangig zur ästhetischen Darstellungsanleitung, sondern „machte die Präzision der neuen Arbeitsweisen mechanischer Bildproduktion erforderlich.“¹⁰⁴ Die Fotografie war ein besonderes Hilfsmittel für die Wissenschaft, weil sie etwas konnte, zudem das Auge nicht im Stande ist - ein Objekt in seiner Bewegung nämlich einzufrieren und somit für genauere wissenschaftliche Betrachtung und Untersuchung, festzuhalten. Mit der seriellen Fotografie, in denen die einzelnen Fotos aneinandergereiht wurden um einen Bewegungsablauf zu zeigen, rückte der Film als Forschungsinstrument, parallel entwickelt, immer näher. So schreibt Gunning:

¹⁰¹ Gunnar Schmidt: Das Gesicht. Eine Mediengeschichte. S. 14.

¹⁰² Tom Gunning: *In deinem Antlitz: Dir zum Bilde*. In: *Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes*. S. 58.

¹⁰³ Ebd., S. 31.

¹⁰⁴ Ebd.

Das 19. Jahrhundert war an dem charakteristischen Mienenspiel des Gesichts, wie es von der Physiognomik beschrieben wurde, interessiert, aber es wollte auch die Bewegungsgesetze und die in der Zeit verankerte Körper- und Gesichtsprozesse verstehen; das führte direkt zur Erfindung der Filmtechnik.¹⁰⁵

Mit dem Aufkommen der Fotografie wurde das Gesicht zu einem Gegenstand einer sehr exakten und individualisierten Untersuchung, als solches, macht es schließlich auch mit dem bewegten Bild Bekanntschaft – von Dauer. 1861 schrieb ein anonym britischer Autor, er sähe in der Verwendung von Fotografie, das spezielle Fortschrittspotenzial der Wissenschaft:

Es trifft gleichermaßen zu, dass es völlig unmöglich war, mit den üblichen Portraits und Portraitradierungen über die nebulose Wissenschaft eines Lavater hinauszukommen. Wir brauchten dringend die Photographie... Vergessen wir nicht, dass es in der Kunst ein Leichtes ist, eine allgemeine Ähnlichkeit zu erzeugen. Das ist mit einem halbdutzend Strichen ohne weiteres zu bewerkstelligen, was an den Unmengen von zeitgenössischen Holzschnitten überprüft werden kann; aber in diesen groben Skizzen, bei denen zwei Punkte für die Augen stehen und ein Strich für den Mund, ist es nichtmöglich, über die präzise Anatomie eines bestimmten Gesichtes Aufschluss zu bekommen. Während wir also die Portraits, mit denen wir es üblicherweise zu tun haben, in ihren Hauptzügen als mehr oder weniger wahrheitsgetreu akzeptieren, können wir uns doch auf ein einzelnes Lineament in der Darstellung überhaupt nicht vollständig verlassen.¹⁰⁶

„Zwei Punkte, die für die Augen stehen und ein Strich für den Mund“ wäre ein „einzelnes Lineament“ auf das wir uns nicht verlassen könnten, es ist aber dieses „Punkt, Punkt, Komma, Strich“- Verfahren nach Macho oder „Weiße Wand/Schwarzes Loch“- Prinzip nach Deleuze und Guattari, das letztendlich als Grundmuster, als reinste Gesichthaftigkeit hergenommen wurde, um ein Gesicht in seiner minimalsten Form und so als geeignetes Medium, darzustellen.

Aus dem wissenschaftlichem Standpunkt Mitte des 19. Jahrhunderts, schien das Gesicht als (Ab-) Gezeichnetes für eine exakte Untersuchung noch nicht präzise genug zu sein, es benötigte noch die Fotografie und den Film um diese faciale Gesellschaft zu kreieren, die eine wahre Gesichterflut erleben musste. Dadurch wurde das Gesicht so präsent und wohlbekannt, dass es ein Leichtes, wenn nicht Erleichterndes wurde, zu dem „einzelnen Lineament“ in der Gesichterdarstellung zurückzukehren: „Punkt, Punkt, Komma, Strich. Fertig ist das Angesicht.“

¹⁰⁵ Ebd.

¹⁰⁶ Ebd., S. 31.

War der Fortschritt des Films damals eng mit der Wissenschaft verbunden, wird er heute im Allgemeinen eher zur Unterhaltungsindustrie gezählt. Wo sich Wissenschaft und Unterhaltung jedoch nach wie vor kreuzen, ist der Dokumentarfilm- ein Genre zu dem auch das Interview als Gattung und Erzählelement zählt.

1.2.4. Georges Dmeny- Das lebendige Portrait

In der Schnittstelle von Gesicht, Wissenschaft, Fotografie und Film des 19. Jahrhunderts entwickelt der Wissenschaftler Georges Dmeny ein Gerät, das Gesichtsaufnahmen in Nahaufnahme seriell abspielen konnte - das sogenannte *Phonoscope*.¹⁰⁷ Seine Aufnahmen bezeichnet Dmeny „Das lebendige Portrait“. Sie könnten als die ersten *visuellen* Interviews gesehen werden. Ursprünglich sollte diese chronomatographische Serie, Lippen und Zungenposition während des Sprechens aufzeigen, um Taubstummen das Lippenlesen zu lehren,¹⁰⁸ doch bald erkannte Dmeny ein weiteres Potential seiner Erfindung:

In der Zukunft wird das statische Photo, das in seinem Rahmen fix montiert ist, durch das belebte Portrait ersetzt, das durch die Drehung eines Rades zum Leben erweckt wird. Der physiognomische Ausdruck kann auf diese Weise präsentiert werden, während die Stimme durch die Phonographen konserviert ist.¹⁰⁹

Dmeny hoffte, dass die traditionelle Familienaufnahme einer stillen Fotografie mithilfe des Phonoscopes „wie eine wahrhaftige Erscheinung, wieder zum Leben (...) erwachen“¹¹⁰ könnte und formulierte damit seine Hoffnung, Menschen auf gewisse Weise zu konservieren und abrufbar zu machen, sei es auch nur die wahrhaft wirkende Erinnerung an sie. Die *Lebendigkeit* dieser Portraits- darin lag für Dmeny der Zauber seiner Erfindung. Eine Qualität, die auch dem audiovisuellen Interview zuzurechnen ist. Zwar können Menschen nicht wieder „zum Leben erwachen“ wie es Dmeny formuliert, sie können sie jedoch in Erinnerung rufen, bei Personen die sie

¹⁰⁷ Dmeny zerschnitt die Fotos, welche er zuvor aufgenommen hatte und klebte sie horizontal wieder zusammen. Er brachte sie dann am Rand eines Rades an, das wie das Phenakistiscope funktionierte.
¹⁰⁷

Diesen Apparat den er für das Projekt entwickelte, nannte er *Phonoscope*. 1892, also drei Jahre vor dem Kinematographen und ein Jahr vor der ersten öffentlichen Vorführung von Edisons Kinetoscope, präsentierte Dmeny seine Erfindung - mit großem Erfolg.

¹⁰⁸ Tom, Gunning: In deinem Antlitz: Dir zum Bilde. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 49.

¹⁰⁹ Ebd., S. 50.

¹¹⁰ Ebd.

kannten aber auch denjenigen, denen sie zu ihrer Lebenszeit unbekannt waren, ein gewisses „Bild“ von ihnen geben.

1.2.5. Das Gesicht von außen inszeniert

Auch Duchenne de Boulognes Untersuchungen zum Gesicht in den 50er Jahren des 19. Jahrhunderts, entsprechen der damaligen zeitgemäßen Form der Wissenschaftsarbeit. Er beabsichtigte Künstlern dokumentierte Beweise zur visuellen Sprache der menschlichen Gefühle zu liefern. Als Beweis seiner Thesen fertigte Duchenne Fotografien seiner Modelle an, doch statt das Innerliche als Ursache für den Gesichtsausdruck aufzeigen zu wollen, arbeitete Duchenne direkt und von außen am Gesicht, und zwang es mittels elektrischen Impulsen zu mimischen Äußerungen. Er setzte somit das Gesicht von außen in Szene. Ein überspitztes Beispiel für die Inszenierung, die das Gesicht beispielsweise im narrativen Film von Außen erfährt. Nicht über elektrische, sondern über „narrativierende“ Impulse, vermittelt die bewusst eingesetzte Mimik des Darstellers, unter äußerer Regie, eine Gefühlsregung. Das Gesicht erfüllt ab dem frühen narrativen Film einen Zweck: Es soll die Handlung unterstützen und mittels Affekten in seiner Expressivität, die emotionalen Zustände aufzeigen. In Zusammenarbeit mit dem Regisseur, arbeiten die Darsteller mit allgemein verständlichen Gesichtsausdrücken – mit der universellen Sprache. Das Gesicht wird in Szene gesetzt, es erfährt insofern eine Inszenierung, als es etwas vermitteln soll und dementsprechend Gestaltung erfährt. Beim Schauspieler trifft sich hier die innere mit der äußeren Inszenierung, denn aus der Vielfalt seiner Gesichtsausdrücke stellt er all jene aus (innere Inszenierung), die für die äußere Inszenierung, beispielsweise durch den Regisseur, erwünscht sind.

1.2.5.1. Das Gesicht als filmische Oberfläche - Photogénie

Das Gesicht fungiert auch in der Photogénie nach Jean Epstein, als reine Inszenierungsfläche. Der Sinn einer Photogénie ist schwer zu definieren und vielfach, sowie unterschiedlich interpretiert. Hier steht das Gesicht, als für den Film ideale Oberfläche in seiner Materialität, Plastik, Textur und Porigkeit. Die Haut ist dabei als Leinwand zu sehen, als eine „undurchdringliche Oberfläche“, schreibt Petra Löffler über die Photogénie¹¹¹, die „sich selbst unsichtbar macht, nichts preisgibt, um desto

¹¹¹ Petra Löffler: Photogénie. In: Die Gesichter des Films. S.215- 230.

besser als Projektionsfläche fungieren zu können.“¹¹² Die Haut sei somit der filmischen Exposition, im Sinne einer Photogénie, affin.

Doch nicht nur das Gesicht, auch mobile und eigentümlich filmische Facetten von Gegenständen, würden Photogénie beanspruchen, deutet Epstein an: „Seuls des aspects mobiles et personnels des choses, des être et des âmes peuvent être photogéniques.“¹¹³ In Sinne „choses des être“ zu sein, übersetzt - eine Sache des Seins, steht das Gesicht als eine Entität und daher als ein ideales Objekt für die Photogénie. Photogénie steht aber auch für einen besonderen filmischen Effekt, der sich durch Plötzlichkeit und Flüchtigkeit auszeichnet.¹¹⁴ Diese Flüchtigkeit kann zum Beispiel durch eine schnelle Veränderung der Lichtverhältnisse auftreten und dem Gesicht dabei die attraktive Oberfläche – Photogénie - verleihen. Der flüchtige Schatten, der dabei über das Gesicht gleitet und „die definitive Unterscheidung zwischen Hell und Dunkel, Schwarz und Weiß generell in Frage stellt“, erinnert an Jaques Aumonts Aussage, dass „das Kino ein Licht ist, das Ständig Schatten durchquert“.¹¹⁵ Der flüchtig aufblitzende Moment der Photogénie, ist auch eine „Eigenschaft der Melancholie in der Moderne“, schreibt Löffler, denn es bezeichnet einen „kurzen Schauer der Erkenntnis, den Augenblick den man vergeblich festhalten will.“¹¹⁶ Die Photogénie ist im Interview ebenso zu finden, denn sie ist nicht ausschließlich an den fiktionalen Film oder an die Fotografie gebunden - die Kamera an sich kann diese Effekte einfangen und zeigen. Vor allem im Sinne eines „kurzen Schauer der Erkenntnis“ und eines Augenblicks „den man vergeblich festhalten will“, haben die Photogénie und das audiovisuelle Interview eine gemeinsame Qualität.

1.2.6. Die Einstellungsgrößen Nah- und Großaufnahme des Medium Gesichts

„Das dominante Dispositiv seiner Sichtbarmachung ist zweifelsohne die Großaufnahme“¹¹⁷, schreiben Joanna Barck und Petra Löffler über das medialisierte

¹¹² Ebd., S. 216.

¹¹³ zit. In Frank Kessler: Photogénie und Physiognomie. In: Rüdiger Campe und Manfred Schneider: Geschichten der Physiognomik: Text, Bild, Wissen. Freiburg i. Br.: Rombach, S. 515- 534. S. 519.

¹¹⁴ Ebd.

¹¹⁵ Jacques Aumont: Schönheit, verhängnisvolle Sorge. In: Astrid Ofner: Jean-Luc Godard. Retrospektive der Viennale 1998 in Zusammenarbeit mit dem Österreichischen Filmmuseum, 1.. bis 31. Oktober 1998, Wien: Viennale, Vienna International Film Festival, S.:38- 43. S. 40.

¹¹⁶ Petra Löffler: Photogenie. In: Die Gesichter des Films. S. 225.

¹¹⁷ Joanna Barck und Petra Löffler: Gesichter des Films. S.8.

Gesicht in der Einleitung ihres Buches *Gesichter des Films*. Die Großaufnahme hätte ihm zu seiner spezifischen medialen Existenz verholfen.

Die Nah- und Großaufnahme sind auch jene Einstellungen, mit denen das audiovisuelle Interview am häufigsten dargestellt wird. Im Sinne des Intraviews, das als erste Erzählinstanz, das Gesicht als narrative Ausdrucksfläche ausstellt, ist die nahe Einstellung dafür prädestiniert.

Die Nah- und Großaufnahme stellen die Attraktivität des Gesichts aus, welches faszinierend und anziehend auf die Zuseher wirkt. Mit diesem Phänomen kokettiert die Großaufnahme seit seiner Entstehung im frühen Film zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Die Großaufnahme wird ab dem späteren narrativen Film als Werkzeug, welches „die Narration verstärken oder Psychologisches aufdecken“ soll, eingesetzt, doch statt emotionale Intimität auszustellen, sollte die Großaufnahme zuvor noch zu einer „Arena für groteske Grimassen“¹¹⁸ werden. Frank Kessler nennt diese Form des filmischen Gesichts das „Attraktions-Gesicht“:

In den Jahren vor 1908 (und zum Teil auch noch danach), erscheinen solche Einstellungen nämlich in einem Zusammenhang, innerhalb dessen das überdimensionierte Gesicht eine völlig andere Funktion erfüllt: Es ist zunächst vor allem eine Attraktion.¹¹⁹

Das Gesicht von nahe und in stark vergrößerter Form, schien für das Publikum der Neuzeit eine Attraktion für sich zu sein. Sie waren sozusagen von dem Medium Gesicht an sich fasziniert. Diese Form der Gesichtsdarstellung im frühen Film, die den Zuseher auf groteske Art und Weise an das überdimensionale, vom Körper „abgeschnittene“ Gesicht gewöhnen sollte, wurde zu einer eigenen Rubrik – die *Humorous Facial Expressions*. Zu sehen war ein Mienenspiel der Entartung, das Gesicht in Grimassen verzerrt, abgezielt auf eine komische Wirkung. „Der Zuschauer“, schreibt Kessler, „soll die Mimik nicht in erster Linie als Ausdruck einer Gefühlsregung im Rahmen einer Geschichte „lesen“ oder „entziffern“, (...) sondern sich über sie amüsieren.“¹²⁰

¹¹⁸ Tom Gunning: In Deinem Antlitz Dir zum Bilde. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 60.

¹¹⁹ Frank Kessler: Das Attraktions- Gesicht. In Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 68 - 69.

¹²⁰ Frank Kessler: Das Attraktions- Gesicht. In Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 71.

Die Fratze oder Grimasse sind jetzt nicht nur geduldet, die klare Körpersprache mit ihren distinkten Zeichen wird geradezu herbeigerufen und inszeniert.¹²¹

Das Gesicht erfährt in seiner frühen kinematographischen Ausstellung, eine Inszenierung als „groteskes Schauspiel, als technische oder mimische Attraktion, Spektakel der Nähe, Bild des Fremdartigen oder Fremden, als staunenswertes und erstaunliches Gegenüber.“¹²²

Bei den *Humorous Facial Expressions*, büßt das Gesicht seine psychologische Lesbarkeit in gewissem Sinne ein, es wird zu einer „diffusen visuellen Fläche.“¹²³

Die Inszenierung des Gesichts als Grimasse und nichts als Grimasse, machte es zu, wie Deleuze und Guattari es bezeichneten- monströsen Entität.

Zu Beginn war das filmische Gesicht mehr Ungesicht als Angesicht, ab den 10er Jahren sollte es jedoch eine narrative Funktion erfüllen. Dieses Potenzial des Gesichts, ist relevant für das Interview. Doch die ursprüngliche Neugier¹²⁴ auf das Gesicht - die große Anziehungskraft, die es auf den Zuseher ausübt, ist nicht besser aufzuzeigen als mit dem „Hype“ um das vergrößerte Gesicht im frühen Film.

Nämlich dem Phänomen, dass große Zusehermengen ins Kino gingen, nur um ein Gesicht in seiner Vergrößerung zu betrachten.

1.2.6.1. Das schöne Gesicht in der Großaufnahme – das inszenierte Stargesicht

Waren es die verzerrten Fratzen – die *Humorous Facial Expressions*, welche die Zuseher ins Kino lockten, so sollten es ab dem narrativen Film die übernatürlichen, (großflächigen) schönen Gesichter werden, die sie in ihren Bann zogen und die Kinoplatze füllten.

„A beautiful face (...) is the most beautiful of sights. There is a famous legend, which has it that Griffith, moved by the beauty of his leading lady, invented the close-up in order to capture it in great detail,“ schreibt Jean-Luc Godard.¹²⁵ Und obgleich die

¹²¹ Gunnar Schmidt: Patho- Logiken. In: Das Gesicht ist eine starke Organisation. S. 148.

¹²² Frank Kessler: Das Attraktions- Gesicht. In Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 74 - 75.

¹²³ Petra Löffler: Grimasse. In: Gesichter des Films. S. 103.

¹²⁴ Tom Gunning weist in seinem Text *In Deinem Antlitz: Dir zum Bilde (S.53)* auf die *Curiositas* hin, die bedeutend für die Faszination für das Ungewöhnliche steht. In dieser Art von Neugier sieht Gunning einen wichtigen Impuls für die Populärkultur und besonders in dem Aspekt, als der Film zur *show-business-Attraktion* wurde.

¹²⁵ Godard zit. In Laura Mulvey: *Fetishism and Curiosity*, London: Indiana University Press, 1996. S. 40.

„Legende“, D. W. Griffith sei der Erfinder des Close-Ups mehrfach widerlegt wurde,¹²⁶ wird er doch mit dem schönen Gesicht in der Großaufnahme des frühen Films, das eine narrative Funktion zum einen hat, und mit seinen physischen Qualitäten den Zuseher zum anderen in seinen Bann zieht, in Verbindung gebracht. Der Regisseur und Filmproduzent, gilt für viele als Begründer des Erzählkinos, nicht zuletzt weil er als einer der ersten die Großaufnahme (und Parallelmontage) konsequent als Erzählmittel einzusetzen wusste. Thomas Morsch schreibt in seinem Text *We all want something beautiful* über die schönen Gesichter im Film, als eine Mindestbedingung:

Alle großen Filmindustrien der Welt stimmen sichtlich darin überein, dass die Präsentation einiger schöner Gesichter so etwas wie die Mindestbedingung jeder Form kinematografischer Unterhaltung darstellt und der Unterhaltungswert eines Films wesentlich in der Attraktivität der Physis seiner Figuren gründet.¹²⁷

War zuvor noch das Gesicht an sich eine „Attraktion“, in seiner überdimensionalen, vom restlichen Körper getrennten Ausstellung, so bekommt es im frühen Film ab den 1910er Jahren eine neue Funktion. Der Zuseher wird über die Schauspielerfigur, genauer gesagt über ihr Gesicht, durch die Handlung des Films getragen. Laut Balázs' Theorie, die er 1923 in *Der sichtbare Mensch* veröffentlicht, lernt der Zuseher, wie bereits erwähnt, außerdem dadurch den Menschen wieder zu sehen, indem er die Körpersignale, beispielsweise der Gesichtsmimik, zu deuten lernt, um die filmische Handlung nachvollziehen zu können. Drei Jahre später äußert der Filmregisseur Fritz Lang eine ähnliche Vermutung, der Film „sei gleichbedeutend mit der Wiedergeburt des menschlichen Gesichts, das er uns, in vielfacher Vergrößerung als Gesamtheit oder in seine Einzelteile aufgelöst erst wieder richtig zu sehen gelehrt“¹²⁸ habe.

¹²⁶ vgl. Christa Blümlinger und Karl Sierek: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes, S. 22-76. Frank Kessler zählt mit *GRANDMA'S READING GLASS* (1900) und *THE BIG SWALLOW* (1901) Filme auf, in denen schon vor Griffiths Schaffensperiode (ab 1908) Nah- und Großaufnahmen vorkommen. Tom Gunning entdeckt Aufnahmen, die als frühe Gesichtseinstellungen gelten können bereits in den Kinetoskop-Filmen der Edison- Firma *FRED OTT'S SNEEZE* 1894 und *MAY IRWIN KISS* 1896.

¹²⁷ Thomas Morsch: *We all want something beautiful*. Das schöne Gesicht als „Sensation“ und Erfahrung im Film. In: Petra Löffler und Leander Scholz: *Das Gesicht ist eine starke Organisation*. S. 225.

¹²⁸ Fritz Lang zit. In Petra Löffler: *Intro. Krisen der facialem Semantik*. In: Petra Löffler und Leander Scholz: *Das Gesicht ist eine starke Organisation*. S. 244.

Die „Attraktion“ der Großaufnahme wird verstärkt durch die Attraktivität der in Großaufnahme gezeigten und bevorzugt weiblichen Darsteller. Das schöne Gesicht kann somit als neues Attraktions-Gesicht gedeutet werden. So schreibt auch Roland Barthes in seinem Werk *Antlitze und Gesichter*, über die Faszination am schönen Gesicht:

Die Vergesellschaftlichung der Schönheit, ihre massenhafte, unbeschwerte, nahezu wunderbare Verbreitung in sozialen Schichten, wo kein Mensch sich jemals betrachtet hat, löst den Rausch einer wahrhaften Entdeckung aus.¹²⁹

Mit einem Rausch lässt sich auch das Erleben des schönen Gesichts auf der Leinwand beschreiben. Schönheit verlange nach der Möglichkeit, so Thomas Morsch „sich in die Züge des schönen Antlitz‘ zu vertiefen, sie aufzusaugen. Schönheit weckt, mit anderen Worten, das Verlangen nach oraler Einverleibung.“¹³⁰

Über die Großaufnahme wird das weibliche Stargesicht als solches inszeniert. Zwar werde deren Schönheit als „natürliche Eigenschaft vorausgesetzt“¹³¹, trotzdem wird mit gezielten Mitteln wie dem Auftragen von Make- Up, Beleuchtung und der bewussten In-Szene-Setzung mittels Nah- und Großaufnahme, die Attraktivität noch einmal hervorgestrichen. Der frühe Film entwickelt mit Einsatz der Großaufnahme, die Qualität, Schönheit betrachtbar zu machen, sie hervorstreichen und festzuhalten. Über den engen Zusammenhang zwischen Bildlichkeit und Schönheit, schreibt Francette Pacteau, angelehnt an Überlegungen Jean-Paul Sartres, dass die Wahrnehmung von Schönheit, stets mit der Verwandlung des Objekts in ein Bild, einhergehe. Das schöne Objekt würde in der Wahrnehmung zum Analogen seiner selbst, zum unwirklichen Bild dessen, als was es uns in seiner faktischen Präsenz erscheine.¹³²

¹²⁹ Roland Barthes: *Antlitze und Gesichter*, S. 325.

¹³⁰ Thomas Morsch: *We all want something beautiful*. In: *Das Gesicht ist eine starke Organisation*. S. 230.

¹³¹ Vgl. Michael Cuntz: *Star*. In: Joanna Barck und Petra Löffler: *Die Gesichter des Films*. S. 263.

¹³² Vgl. Thomas Morsch: *We all want something beautiful*. *Das Gesicht ist eine starke Organisation*. S. 232.

Auf diese erste Phase des Stargesichts, in denen „das Publikum mit unnahbaren, gottgleichen Stars konfrontiert war“¹³³, folgt in den 1930er Jahren mit dem Aufkommen des italienischen Neorealismus eine Annäherung vom Stargesicht an das Gesicht des „gewöhnlichen“, alltäglichen Menschen. In dieser Überlagerung zwischen (Laien-) Darsteller und Figur wird „auf das Porträt der tatsächlichen Person abgezielt“.¹³⁴ „Gibt es eine schönere Rolle für das Gesicht als das menschliche Gesicht?“ Jacques Aumonts Frage bezieht sich auf das menschliche Gesicht, das laut ihm, erst im europäischen Nachkriegskino mit dem italienischen Neorealismus, auf den Plan tritt.:

Der Neorealismus findet seinen Ausdruck demnach in einem Kino des Körpers, dem, ohne jegliche Vermittlung durch den Schauspieler und fast ohne Vermittlung der Figur, der wirkliche Mensch innewohnt, es handelt sich um ein Kino des unschuldigen und vollständigen Gesichts. Dieses Gesicht wäre im Grunde das erste eigentlich menschliche Gesicht des Kinos, eines das der Mechanik des Sinns ebenso entkommt wie dem Eintauchen in das Unsagbare.¹³⁵

Denn das Stargesicht, mit Glamour versehen, sei mehr Maske als menschliches Gesicht. Der Neorealismus brachte ein neues Gesicht hervor: Das eines Menschen, nicht einer bestimmten Person.

¹³³ Michael Cuntz: Star. In: Joanna Barck und Petra Löffler: Die Gesichter des Films. S. 264.

¹³⁴ Ebd., S. 266.

¹³⁵ Jacques Aumont: Der portraitierte Mensch, S.15.

I N T E R V I E W

2.1. Etymologie des Begriffs *Interview*

Der Begriff *Interview* deutet inhaltlich bereits auf seine Denotation an. *Inter* – aus dem Lateinischen - bedeutet übersetzt *zwischen*, Im Duden wird *Inter* außerdem als Kennzeichnendes einer „Wechselbeziehung zwischen zwei oder mehreren“ angeführt. *Interview* impliziert folglich Pluralität- eine weitere Anwesenheit, ein Gegenüber. Das englische Wort *View* kann mehrfach verstanden werden, so heißt es übersetzt Ansicht, Meinung, Auffassung oder Standpunkt aber auch Sicht, Blick oder Aussicht. Das Kompositum aus *Inter* und *View* bedeute demnach die Sicht zwischen mindestens zwei, oder auch die Sicht auf mindestens zwei. Ebenso kann es beispielsweise auf die Meinung zwischen mindestens zwei hindeuten. Das Ursprungswort von Interview ist das französische Verb *entrevoir*, bedeutend: einander (kurz) sehen, sich begegnen, treffen. Daraus bildete sich *entrevue*- in der englischen Hofsprache wurde dies als Bezeichnung einer verabredeten Zusammenkunft verwendet- heute ist Interview der gängige Begriff einer journalistischen Gattung.¹³⁶ Otto Groth beschreibt das Interview in seinem Werk *Die unerkannte Kulturmacht* als „spezifisch journalistische Schöpfung“¹³⁷ und führt weiter aus:

Es ist zuvorderst eine Unterredung zwischen zwei Personen, dem Interviewer und dem Interviewten; ein Zwiegespräch also, das sich aber von anderen Unterredungen zweier Personen dadurch unterscheidet, dass es für die Öffentlichkeit bestimmt, sein Gegenstand aktuell und es durch das Thema und die Person des Befragten geeignet ist, das aktuelle Interesse eines Publikums zu erregen.¹³⁸

Verkürzt ausgedrückt, sei ein Interview also ein öffentliches Zwiegespräch, dessen Inhalt von aktuellem Interesse zu sein hat. Laut Michael Haller, ist ein Interview jedoch erst als solches zu betrachten, wenn es über die allgemeinen Regeln der Konversation hinaus, drei kennzeichnende Strukturmerkmale besitzt:

¹³⁶ vgl. Michael Haller: Das Interview. Ein Handbuch für Journalisten. Praktischer Journalismus. Bd. 6. München: Ölschlager, 1991. S. 89.

¹³⁷ Otto Groth: Die unerkannte Kulturmacht. Grundlegung der Zeitungswissenschaft. Bd.4. das Werden des Werkes 2. Berlin: Verlag Walter de Gruyter & Co, 1962. S. 107.

¹³⁸ Ebd.

Zwar muss der Journalist als Interviewer nicht unbedingt Fragen stellen; zweifellos aber sollte er seinem Partner a) den Gesprächsgegenstand (Thema, Ereignis, Sachverhalt) nennen und ihn b) veranlassen, hierzu Aussagen zu machen. (...) Im übrigen ist man sich in der Journalistik einig, dass c) für ein Interview minimal drei Fragen und Antworten zu formulieren notwendig sind.¹³⁹

Jürgen Friedrichs und Ulrich Schwinges beschreiben das Interview schlicht als „zielgerichteten Wechsel von Fragen und Antworten, wobei eine Person nur fragt, die andere nur antwortet.“¹⁴⁰

2.2. Das audiovisuelle Interview

Das Interview findet sich in mehreren Bereichen wieder. In gedruckter Form in Zeitungen, Magazinen und Büchern. Im Radio und im Hörbuch als rein auditive Form. In dieser Arbeit steht jedoch das audiovisuelle Interview im Fokus. In dieser Form des Interviews sieht und hört der Zuseher den Interviewten und je nach Art und Gestaltung, womöglich auch den Interviewenden und andere Anwesende, wie beispielsweise Studiogäste. Während in einem ausschließlich auditiven Interview einer Radiosendung, Merkmale wie die Stimme, die Atmung, das Timbre, die Sprachgestaltung und Inhalt der Erzählung, bereits viel über den Interviewten und seinen emotionalen wie geistigen Zustand preisgeben, kommt beim audiovisuellen Interview eine weitere Ebene hinzu. Einerseits die Ebene, welche im vorangegangenen Kapitel untersucht wurde- die rein faciale Erzählweise des Intraviews. Doch auch Gegenüber und Umfeld spiegeln sich auf subtile, oft kaum merkliche Weise, im Gesicht des Interviewten wieder. Anhand des audiovisuellen Interviews lassen sich mehrere Ebenen der Erzählung aufblättern. Auf das Gesicht als leere Projektionsfläche, legt sich das persönliche Gesicht aus Seele, Charakter, und Erinnerung. Auf die beiden Gesichter des Intraviews, wird im audiovisuellen Interview also eine weitere Schicht gelegt, die des kommunizierenden Gesichts, das sein Gegenüber reflektiert, spiegelt und gleichzeitig darauf reagiert und Signale setzt. Doch auch weitere Umstände, machen es zum Gesicht des audiovisuellen Interviews.

¹³⁹ Michael Haller: Das Interview. S. 94.

¹⁴⁰ Jürgen Friedrichs und Ulrich Schwinges: Das journalistische Interview. 2. überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften/ GWV Fachverlage GmbH, 2005. S. 10.

2.2.1. Im Licht der Öffentlichkeit

Ein Interview ist ein öffentlicher, gezielt kommunikativer und geregelter Austausch aus Frage und Antwort zwischen mindestens zwei Personen, wobei jede seine Funktion hat. Interview bedeutet Dialog, Interaktion – Für das audiovisuelle Interview bedeutet es zusätzlich die Anwesenheit einer Kamera.

Das audiovisuelle Interview ist eine eingerichtete Situation- in seiner grundlegendsten Form bestehend aus einem Fragenden, einem Antwortenden und einem aufzeichnenden Zeugen (Kamera), eingebettet in einem Format.

Im Unterschied zu einem privaten Gespräch, handelt es sich beim audiovisuellen Interview, um ein öffentlich geführtes. Ob live oder zeitversetzt, die Teilnehmer des Interviews stehen unter Beobachtung- in erster Instanz Vorort, also von der Kamera, dessen Operateuren und allen weiteren Anwesenden, und in nächster Instanz von den Fernsehzuschauern. Was Tom Gunning in *Vor dem Dokumentarfilm* über frühe non-fiction Filme schreibt, lässt sich ebenso auf das audiovisuelle Interview übertragen:

Man ist sich immer der Inszenierung bewusst: zwischen Kamera und Subjekt, zwischen dem Beobachter und dem Beobachteten und schließlich zwischen der Aufnahme und dem Zuschauer.¹⁴¹

Das Bewusstsein über die unterschiedlichen Instanzen der Beobachtung, wirkt sich auf die Inszenierungsmethoden aus. So bestimmt das Wissen darüber, beobachtet zu sein, die Auswahl der Fragen seitens des Journalisten und die gegebenen Antworten seitens des Interviewten. Auch Thema und Inhalt, sollen auf das öffentliche Interesse abgestimmt sein. Je nach Ausstrahlungszeitpunkt sollte sich das Interview nach der Zielgruppe richten und auch von entsprechendem Inhalt sein. Ein besonders schweres Thema wird eher nachts, als in einer frischen, lockeren Morgensendung vorkommen. In einem audiovisuellen Interview nehmen mindestens zwei Personen teil- von denen zumindest eine im Bild zu sehen ist. Tatsächlich ist die Teilnehmerzahl jedoch von unbestimmter Größe, denn sie inkludiert alle Anwesenden und die Zuseher.

„Das persönliche Gespräch ist immer auch öffentliches Spektakel“¹⁴², schreibt Haller:

Beiden Interviewpartnern ist bewusst, dass sie sich zwar auf einen persönlichen Dialog einlassen, dass aber ihr Reden zugleich auch öffentlich ist, es also vor

¹⁴¹ Tom Gunning: *Vor dem Dokumentarfilm. Frühe non-fiction Filme und die Ästhetik der „Ansicht“*. In: KINtop. Jahrbuch zur Erforschung des frühen Films. Nr. 5. S. 117.

¹⁴² Michael Haller: *Das Interview*. S. 127.

einem teilnehmenden, (live) oder einem künftigen Publikum (...) abläuft. Beide Gesprächspartner denken, während sie miteinander sprechen, an den Effekt, den ihre Aussagen in der Öffentlichkeit erzielen oder erzielen könnten. Umgekehrt erlebt das zuhörende oder lesende Publikum das öffentliche Frage-Antwort-Spiel als einen persönlichen Dialog zwischen zwei oder mehreren Individuen und sieht vielleicht genau darin den besonderen Reiz des Interviews.¹⁴³

Das Bewusstsein darüber, beobachtet zu sein, nimmt Einfluss sowohl auf den Interviewenden, als auch auf den Interviewer und somit letztlich auf das Interview. In seinem Buch (über) *Das Interview* vergleicht Haller die Interview-Situation mit einer Therapiesitzung, mit dem Journalisten in der Rolle des Therapeuten und dem Interviewten in der des Patienten. Nur einer formuliert die Fragen, die der andere ehrlich beantworten soll. Die „Spielregeln“ einer Therapiesitzung wie die eines Interviews sind demnach ähnlich, doch die Sitzung in Anwesenheit eines Publikums durchzuführen- also in Anbetracht der beobachtenden Instanzen – ergo eine gefühlte Öffentlichkeit - unterscheidet die beiden kommunikativen Situationen, und vor allem deren Verlauf und Resultat, grundlegend voneinander.

Anstelle der schützenden Mauern des Therapieraums sieht sich der Befragte einem gaffenden Publikum ausgesetzt. Seine Entkleidung geschieht unter den Augen der Öffentlichkeit und evoziert Schamgefühl. Darum fühlt sich der Befragte meist auch vom Interviewer verleitet oder verführt; von Vertrautheit und Herrschaftsfreiheit also keine Spur.¹⁴⁴

Nicht jedes Thema muss beim Interviewten zwangsläufig ein „Schamgefühl“ evozieren. Zwischen Interviewer und Interviewtem könnte ebenso ein Gefühl der Vertrautheit bestehen, wie auch für den Zuseher zum Interviewten. Für den Interviewteilnehmer wiederum, sind die Fernsehzuseher eher eine anonyme Masse, er sieht sie nicht und kann sie nur errahnen. „Das Gesicht der Menge ist ein namenloses Gesicht“ schreibt Jacques Aumont.¹⁴⁵ Im Unterschied zur Therapiesitzung, weiß der Interviewte nicht welche Ohren seine Worte erreichen werden. Diese Tatsache beeinflusst womöglich seine Antworten. „Das Herstellen von Öffentlichkeit“, schreibt Harry Pross, „heißt nichts anderes als etwas offen zu tun und nicht

¹⁴⁴ Ebd., S. 123- 124.

¹⁴⁵ Jacques Aumont: *Der porträtierte Mensch*. S. 26.

geheim“.¹⁴⁶ Im öffentlichen Gespräch bekäme die Entscheidung zwischen Sagen und Nicht- Sagen eine neue Bedeutung. So führt Pross weiter aus:

Sie ist öffentlich stattfindende Kommunikation und veröffentlichende Kommunikation zugleich. In dieser Doppelheit werden die anderen zu Zeugen der Kommunikation. Damit erscheint irgendein Zweck, den man für sich bewahrt, doppelt gefährdet. Also verdoppelt sich auch die Anstrengung des Verbergens. (...) Wo die Öffentlichkeit am größten ist, dort sitzt auch die Täuschung am nächsten.¹⁴⁷

Die Täuschung könnte bereits bei der Auswahl der Kleidung des Interviewten beginnen, der damit bewusst etwas vermitteln will und beispielsweise einen Anzug trägt, obwohl er sonst meistens leger gekleidet ist. Der Anzug vermittelt womöglich Kompetenz und Stärke obwohl sein Träger aufgeregt oder schüchtern ist. Der Anzug kann in diesem Fall als Zeichen einer Sprache betrachtet werden, die von der Öffentlichkeit verstanden und interpretiert werden kann. Auch nonverbal und verbal, hat der Interviewte Einfluss auf sein Wirken nach außen hin. Das Wissen um die Öffentlichkeit, könnte die Interviewteilnehmer und damit das audiovisuelle Interview stark beeinflussen.

2.2.2. Das audiovisuelle Interview- ein Konstrukt aus Nähe und Distanz

Im Aufkommen der Moderne erlangte das Wesen der Öffentlichkeit eine neue Bedeutung. Im Entstehen der Großstädte, seinen Infrastrukturen und *öffentlichen* Verkehrsmitteln, stieg auch die Anonymität seiner Bewohner. Von oben gesehen schien die Großstadt strukturiert, doch das Getümmel der Masse drohte die Überschaubarkeit zu verringern. Der Dorfcharakter im Sinne von *Jeder – kennt – Jeden* und der Marktplatzklatsch im Sinne von *Jeder – spricht – über – Jeden* verschwand nicht, sondern sollte mit den Medien, gedruckt wie elektronisch, lediglich eine neue Bühne bekommen, denn das Bedürfnis scheint - unabhängig vom Lebensraum - ein grundlegend menschliches zu sein. Harald Keller schreibt:

In diesem frommen Sozialvoyeurismus äußern sich durchaus zeittypische Ansprüche an das Fernsehen, Einblicke auch dort zu ermöglichen, wo ansonsten Anstand und Diskretion vornehme Zurückhaltung gebieten. Das Fernsehbild konnte als imaginäre räumliche Erweiterung des eigenen privaten

¹⁴⁶ Harry Pross: Medienforschung. Film, Funk, Presse, Fernsehen. Darmstadt: Carl Hobel Verlagsbuchhandlung. S. 111.

¹⁴⁷ Ebd.

Rahmens wahrgenommen werden, aber ebenso als heimlicher Blick in die Wohnstube nebenan.¹⁴⁸

Das audiovisuelle Interview übernimmt zu einem gewissen Grad den Dorfplatz-Charakter und stillt den Bedarf nach menschlichem Austausch, Geschichten und Sensationen. In der Anonymität, nicht nur einer Großstadt, sondern auch in der Globalität der gesamten Weltbevölkerung, formt das audiovisuelle Interview, durch Fernsehen oder Internet übertragen, Verbindungen, und kann ein Gefühl der Parallelen und Gemeinschaft forcieren. Im Sinne der facilen Gesellschaft nach Thomas Macho, fügt sich das audiovisuelle Interview in das System „Gesichter, überall Gesichter“¹⁴⁹ ein und zeigt: Gesichter. In der Distanz der modernen Anonymität, findet sich die Nähe der dörflichen Intimität. Und auch innerhalb des audiovisuellen Interviews, befindet sich eine Spannung aus Nähe und Distanz. Ein Interview kann, je nach Thema und Gesprächsinhalt, ein intimer Akt sein. Doch bereits die Situation eines audiovisuellen Interviews, spannt den modifizierten Bogen aus Nähe und Distanz, Intimität und Anonymität. Räumlich nah, kann das Verhältnis der aktiven Interviewteilnehmer zwischenmenschlich, ein distanzierteres sein. Selbst die räumliche Sitz- Situation wirkt im Fernsehen oft in einem anderen Verhältnis als real:

Vor allem bei Fernsehaufnahmen kommt es vor, dass Interviewer und Interviewter wegen der Kamera- Einstellung nahe zusammenrücken müssen. Hätten sie stets die normale Kommunikationsdistanz, die in Westeuropa zwischen 60 und 120 Zentimeter liegt, würde der Zwischenraum zwischen den Interviewpartnern auf dem Fernsehbild unverhältnismäßig groß wirken, sobald der Bildrand unmittelbar neben den Sprechenden verläuft und damit jede Relation zur Umgebung fehlt. Um die Sprechdistanz auf dem Bild zu verringern, kommt der Journalist sehr nahe an die persönliche Reviergrenze des Interviewpartners oder überschreitet sie sogar.¹⁵⁰

Die räumliche Distanz zwischen Interviewer und Interviewtem wirkt sich sowohl auf deren kommunikative (verbale wie nonverbale) Ebene aus, als auch auf die, daraus resultierende Wirkung auf die Zuseher. „Man kann vor allem für Fernseh- Situationen

¹⁴⁸ Harald Keller: Die Geschichte der Talkshow in Deutschland. S. 129.

¹⁴⁹ Thomas Macho: Medium Gesicht. Die faciale Gesellschaft. In: Ästhetik & Kommunikation 25/94+95. Berlin: Elefanten Press, 1996. S.25-28. S.25.

¹⁵⁰ Michael Haller: Das Interview. S. 328.

die Regel gelten lassen: Je kleiner die Distanz, desto kleiner erscheint auch die soziale“¹⁵¹, schreibt Haller.

Ebenso irreführend wie die räumliche Relation in der Fernseh- Übertragung, wirkt das Nahe- und Distanz- Verhältnis zwischen dem ausgestrahlten audiovisuellen Interview und dem Zuseher. So findet sich der Zuseher oft in einer vertrauten und intimen Gesprächssituation wieder, in der er zwar nur passiv teilnimmt, wenn er auch aktiv zuhört und zusieht, trotzdem aber das Gefühl hat nicht nur dabei, sondern mitten drin zu sein. Es ist also ein Nahe- Verhältnis trotz räumlicher Distanz gegeben. Zusätzlich wirken die nahen und detailreichen Kamera- Einstellungen einem intimen Nähe- Empfinden entgegen.

Wenn ein audiovisuelles Interview den Interviewten im *one-shot* und frontal zeigt- hierfür muss sich der Journalist so nahe an der Kamera wie möglich befinden- der Blickpunkt des Interviewten also nur knapp an der Kameralinse vorbeiführt, so findet sich der Zuseher in einer gegenüberliegenden Position wieder, die darin resultiert, dass sich der Zuseher persönlich angesprochen und demnach als aktiver Gesprächsteilnehmer empfinden könnte. Umso wirkungsvoller, erscheint dieses Phänomen, wenn der Interviewte direkt in die Kamera spricht. Ein Format, das Andy Warhol mit seinen *Screen Tests* einführte, Lynn Hirschberg in ihren, unter dem Titel *Ny Times Screentests*¹⁵², angelehnten Interviews weiterhin einsetzte. Auch hier befindet sich nur der Interviewte zentral in Nah- Einstellung im Bild und beantwortet die Fragen direkt in die Linse. Wie bei vielen von Andy Warhols *Screen Tests*, sind auch bei Hirschbergs Interviews, die Gäste immerzu prominent- die Zuseher finden sich berühmten zeitgenössischen Schauspielern, Musikern und Künstlern in einem direkten Gegenüber wieder, trotz zeitlicher und räumlicher Distanz.

Über diese Inszenierungs- und Aufzeichnungstechnik, ermöglicht das audiovisuelle Interview ein Phänomen, das bereits Georges Demeny im Zuge seiner Aufnahmen für *das lebendige Porträt*, als bahnbrechendes Phänomen erkannte. Momente eines Menschen, sowie eine „Begegnung“ mit ihnen, können über die Kameraaufnahme

¹⁵¹ Ebd., S. 243.

¹⁵² video.nytimes.com/video/playlist/t-magazine-screen-tests/1231547258502/index.html Zugriff: 02.08.2012.

konserviert werden.¹⁵³ Das audiovisuelle Interview will sie privat, nicht in einer fiktiven Rolle aufzeigen. Die frontale Nah-Einstellung gibt das Gefühl einer gegenüberstehenden Position wieder. Das audiovisuelle Interview simuliert also eine Begegnung mit Fremden, die dem Zuseher vertraut und intim erscheinen mag. So könnte dieser das Gefühl bekommen, den porträtierten Menschen kennenzulernen- ein Fan fühlt sich womöglich seinem angehimmelten Star näher, oder ein bereits verstorbener Mensch kann auf diese Weise wieder in Erinnerung gerufen werden. Das audiovisuelle Interview gibt ein „Bild“ des Menschen wieder- seine Art, seine Stimme, seine Wirkung, seine Charaktereigenschaften.

Nicht nur die Worte, auch Mienenspiel und Gebärde geben dem Zuschauer einen Eindruck von solchen Persönlichkeiten. Das Interview kann und sollte einer der stärksten Eindrücke sein, den das Fernsehen überhaupt zu vermitteln hat. Der Befragte wird Gast in unserem eigenen Zimmer.¹⁵⁴

Rein technisch, ermöglicht das audiovisuelle Interview außerdem nach seiner Aufzeichnung, mittels Slow- Motion, dem Erzeugen von Standbildern und wiederholtem Abspielen, den Menschen zu analysieren.¹⁵⁵ Dabei kann seine Mimik genauer betrachtet werden. Nur kurz auftretende Gesichtsausdrücke, die beim Gespräch wegen ihrer kurzen Dauer vielleicht nicht aufgefallen sind, können beim Abspielen „festgefroren“ und somit leichter analysiert werden. Dabei darf jedoch nicht vergessen werden, dass ein Gesichtsausdruck in Kombination zum verbalen Inhalt, der Reaktion auf das Gegenüber und der gegenwärtigen Situation, auftritt. Die Aufzeichnung eines audiovisuellen Interviews ist daher für viele Zwecke praktisch und wertvoll.

2.2.3. Das audiovisuelle Interview- Archiv aus konservierten Erinnerungen

Hanns Zischler beschreibt in seinem Text *Der Wimpernschlag* den Zustand eines in frühester Fototechnik Abgelichteten:

Er ist, für ihn selbst nur noch in einem Gefühl plötzlicher Lähmung wahrnehmbar, ins Bild getreten, besser: in einen Rahmen. Der Raum klappt in

¹⁵³ vgl. Tom Gunning: In deinem Antlitz: Dir zum Bilde. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 49- 50.

¹⁵⁴ Harald Keller: Die Geschichte der Talkshow in Deutschland. Frankfurt/ M.: Fischer, 2009. S. 134.

¹⁵⁵ Eine Technik, die häufig bei Politikerinterviews angewendet wird.

die Fläche. Er wird kadriert. Gesicht und Körper fahren auseinander. (...) Er sieht sich der zyklischen Maschine mit Kastenkopf und Menschenleib gegenüber; ein gläsernes Auge ist auf ihn gerichtet, und die Kurbel scheint ihn mit dem Kasten zu verzurren. (...) Das unbedingte Präsens seines Hierseins wird gekapert und Präsenz für einen anderen und etwas anderes.

Ob nun ein Fotoapparat oder eine Filmkamera, der Abgelichtete findet sich dem „gläsernen Auge“ gegenüber. Die Kameralinse ist das Portal zu dem Paradoxon *Öffentlichkeit*. Was die Kamera sieht, werden die Zuseher sehen, wie sie es sehen werden, ist wie die Kamera es aufnimmt. Der Interviewte und die Kamera befinden sich demnach in einem reziproken Abhängigkeitsverhältnis zueinander. Ab der Begegnung mit der Linse und dem Aufnahmeknopf oder eben dem Drehen der Kurbel, beginnt für den Aufgenommenen ein empfindlicher Prozess, er tritt nach außen- in eine Begegnung mit der Öffentlichkeit. Harry Pross schreibt dabei von *Verwundbarkeit*:

Öffentlichkeit entsteht schon, wenn der Mensch sich aus dem Haus begibt, um sich den Blicken seiner Mitmenschen auszusetzen. Das Öffentliche ist numinös, weil der Mensch im Offenen, im Unterschied zur bergenden Höhle oder Hütte, sich schutzlos exponiert und verwundbar weiß. (...) Öffentlichkeit heißt „sich dem Unbekannten exponieren“. Die Spannung zwischen dem einzelnen und der Gruppe, die sich hier bildet, wird ferner zur Bühne, zum Schauplatz der Demaskierung, aber auch der Maskierung.¹⁵⁶

„Wo die Öffentlichkeit am größten ist, dort sitzt auch die Täuschung am nächsten,“ schreibt Pross. Das audiovisuelle Interview als Schnittpunkt zwischen dem Einzelnen und der Masse, wird zum „Schauplatz der Demaskierung“ und der „Maskierung“. Der Interviewte *sieht sich*¹⁵⁷ dem Voyeurismus ausgesetzt und befindet sich in einer Situation, in der er verbale und nonverbale Entscheidungen trifft. Was er gegenwärtig von sich gibt, wird verbreitet und kann langfristig gespeichert werden. Der Interviewte wird in den audiovisuell gezeigten Momenten des Interviews konserviert, sein Gegenwärtiges wird zu vergangenem Konserviertem für zukünftige Zuseher.

Die „Aufnahme“, die dem Bild vorausgeht, ist der Augenblick, in dem dieses Etwas- von- ihm aus dem Raum in die Zeit kippt. (...) der Wimpernschlag ist der Abschiedswink des Passanten an jenem Raum, in den auch er einbezogen

¹⁵⁶ Harry Pross: Medienforschung. S. 122.

¹⁵⁷ Auch der Interviewte kann sich über die Aufzeichnung des audiovisuellen Interview selbst beobachten und beurteilen.

war; er grüßt hinüber in eine Zeit (des Bildes), in der er jetzt nur noch als gewesener erscheint.¹⁵⁸

Das „Aufnehmen“ von Menschen, eine zentrale Funktion des audiovisuellen Interviews, trickst das Zeitempfinden gewissermaßen aus. So beschreibt auch Thomas Elsaesser ein Erlebnis mit der *elektronischen Wiedergabe* eines bereits verstorbenen Menschen:

Ich schalte den Fernseher ein, um die Abendnachrichten zu sehen. Eine berühmte Persönlichkeit ist gerade in einem furchtbaren wie furchtbar sinnlosen Unfall ums Leben gekommen. Doch dort ist sie, auf dem Bildschirm winkt sie, lächelt, steigt anmutig die Treppe zu einem Galaempfang empor und spricht ein paar Sätze ins Mikrophon. Habe ich mich verhört oder erreichen die Worte mich nun aus dem Reich der Toten? (...) Was man früher durch steinerne Monumente, geschriebene Dokumente oder andere Zeichen der Absenz und der Symbolisierung als einmal gewesen inspizieren konnte, ist dank der Lebendigkeit der Bilder, die die Geschichte (des 20. Jahrhunderts) hinterlassen hat, nicht wirklich „hinter“ uns und doch kein Teil unserer Gegenwart. Damit wirft die Vergangenheit einen Schatten aus Licht voraus, gibt Zeugnis von einer parallelen Welt, die gleichermaßen unreal, hyper-real und virtuell ist.¹⁵⁹

Das audiovisuelle Interview malt lebhaftes Porträts von Menschen und hält etwas von ihnen fest- im Mindesten einen Beweis ihres Dagewesenseins. Eine Qualität die gleichermaßen für das Porträt einer Fotografie, wie dem eines audiovisuellen Interviews gelten kann. So schreibt auch Sartre in seinem Text *Gesichter* im Bezug auf die Porträt- Fotografien Félix Nadars:

Daher der magische Zauber alter Portraits: Diese Köpfe, die Nadar um 1860 herum fotografiert hat, sind schon eine ganze Weile tot. Aber ihr Blick bleibt, und die Welt des Zweiten Kaiserreichs bleibt dort auf ewig gegenwärtig, wohin ihr Blick reichte.¹⁶⁰

Im audiovisuellen Interview wird nicht nur der „Kopf“ des Interviewten, sondern auch der Inhalt seiner verbalen Äußerungen und Erzählungen festgehalten. Erlebnisberichte, Erinnerungen und Gefühle werden in Video und Audio auf Band oder digital abgespeichert und als Teil der Geschichte archiviert. In Zusammenhang mit historischen Großereignissen, werden audiovisuelle Interviews gerne als

¹⁵⁸ Hanns Zischler. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 21.

¹⁵⁹ Thomas Elsaesser: „Un train peut en cacher un autre“. Geschichte, Gedächtnis und Medienöffentlichkeit. In: montage/ av, Zeitschrift für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation: Erinnern, Vergessen. 11/1/2002. S. 11.

¹⁶⁰ Jean- Paul Sartre: Gesichter. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 261.

persönliche Erlebnisberichte von Zeitzeugen herangezogen, die ein Bild dieser Zeit vermitteln können. „In den Gefühlen und Erinnerungen der Menschen lebt die Vergangenheit weiter, und hier leben auch die traumatischen Ereignisse des Krieges weiter“¹⁶¹, schreibt Benjamin Feichter in seiner Arbeit über den Neorealismus. In der mit der Zeit oft (auch medial) verfälschten Darstellung historischer Ereignisse, erlangt das audiovisuelle Interview eines Zeitzeugen besonderen Wert:

Während sich die ehemals objektive und auf Verbildlichkeit zielende Geschichte verflüchtigt hat und im Prozess der Mediatisierung der Öffentlichkeit zum veritablen Sinnbild des Inauthentischen, des Falschen und Falsifizierbaren geworden ist, hat die Erinnerung an Status gewonnen, als Aufbewahrungsort von eigener Erfahrung, als letzte Zuflucht dessen, was uns jenseits aller Entfremdung und Häuslichkeit zu uns selbst macht. Gibt es angemessenere Instrumente zur Aufzeichnung und Speicherung von Erinnerung als unser Sehen und Hören, unseren Körper und unsere Sinne?¹⁶²

Was der Körper über seine Sinne aufnimmt und abspeichert, wird im audiovisuellen Interview verbal wiedergegeben. Ein persönlicher Erlebnisbericht eines Zeitzeugen kann ein lebhaftes Bild der erfahrenen Situation geben, über die zusätzlichen nonverbalen Impulse, die der Interviewte von sich gibt, könnte der Zuseher bewusst wie unterbewusst auf einer emotionalen Ebene ein Ereignis *näher* verstehen. Die Erinnerung eines Zeitzeugen kann jedoch abgeändert sein und damit ein verfälschtes Bild vergangener Tatsachen wiedergeben. So schreibt Thomas Elsaesser über die doppelte Bedeutung, die ein audiovisueller Erlebnisbericht haben kann:

Vor laufender Kamera sich erinnern, sich äußern und Zeugnis ablegen können, Symbole sein im Kampf nicht nur gegen die Vergesslichkeit, sondern auch gegen eine Geschichte, die Gefahr läuft, doppelt entwertet zu werden: Zum Einen als der Bodenersatz, der übrig bleibt, wenn ein Gedächtnisort von den Lebenden verlassen und zur Ruine der Spuren und Dokumente wird, zum anderen als der Kadaver, an dem sich die Mediengeier aasen, so heftig, dass es aussieht, als sei er noch am Leben.¹⁶³

Das audiovisuelle Interview speichert den Interviewten in seiner Optik und Dynamik sowie seine Antworten und Aussagen. Es hat das Potential Erinnerungen und Erfahrungen zu verwahren, sowie auch Wahrheiten und Lügen. Das audiovisuelle Interview ist somit Teil eines lange- zurück- reichenden Archivs, bestehend aus Bild-

¹⁶¹ Benjamin Feichter: Aufbruch in die Moderne. Die Überwindung des Neorealismus bei Antonioni und Fellini, Wien: Universität Wien, 2008.

¹⁶² Thomas Elsaesser: „Un train peut en cacher un autre“. Geschichte, Gedächtnis und Medienöffentlichkeit. In: montage/ av. S. 14.

¹⁶³ Thomas Elsaesser: In: montage/ av: Erinnern, Vergessen. S. 15.

und Tonmaterial einer vergangenen Welt. Jeder Teil dieses historischen Archivs, nimmt Einfluss auf das Verstehen und die Rückschlüsse, die gegenwärtig auf die Vergangenheit gemacht werden. Das audiovisuelle Interview hat somit die Macht, Geschichte aufzuzeigen, aber auch zu verfälschen. Ein Widerspruch in sich, über den Thomas Elsaesser schreibt: „Eines der Schlachtfelder, auf denen der Widerspruch ausgefochten wird, ohne dass Symptomcharakter als solcher sichtbar wird, lautet Erinnerung oder Gedächtnis, das Rückzugsgefecht des Unzusammenhängenden und Subjektiven im Medium des Allgemeinen und Durchgezählten.“¹⁶⁴ Die Erinnerungen und Gedanken werden in einer kommunikativen Situation, ähnlich der eines Gespräches, übermittelt. Der Interviewte hat einen Gesprächspartner gegenüber, also einen, für ihn sichtbaren, Zuhörer. Über den weiteren Zuhörer- die Kamera- teilt er seine Geschichte mit den Zusehern.

2.2.4. Das audiovisuelle Interview – Von Angesicht zu Angesicht

Das Medium Gesicht im Intraview als elementarste Erzählebene, wird im audiovisuellen Interview um eine zusätzliche Ebene erweitert. Dem Angesicht tritt ein weiteres gegenüber und beginnt (automatisch) mit ihm zu interagieren: Nach Paul Watzlawicks erstem seiner fünf formulierten Axiome, gilt die These „Man kann nicht *nicht* kommunizieren“¹⁶⁵ - angewendet auf die Situation Interview, muss in der Begegnung zwischen Interviewtem und Interviewer Kommunikation stattfinden- denn damit ein Interview überhaupt ein solches sein kann, muss Kommunikation grundsätzlich vorausgesetzt werden. Wie die Kommunikation im audiovisuellen Interview stattfindet und was zwischenmenschlich subtil wie auch offensichtlich abläuft, wirkt sich maßgeblich auf das Interview aus.

Wie bei einem schwimmenden Eisberg die über Wasser sichtbare Spitze, so stellt bei einem Interview das „offizielle“ Thema nur die hörbare Oberfläche des Gesagten dar. Darunter- für die Beteiligten meist verborgen- liegt der Beziehungsanteil des Gespräches (...) Wie in den meisten thematischen Gesprächen, so ist auch im Interview die Sachebene in der Regel gleichzusetzen mit dem „Was“, dem Inhalt der sprachlichen Äußerungen, während die Beziehungsebene eher das „Wie“, die nonverbale Form der Interaktion umfasst.¹⁶⁶

¹⁶⁴ Ebd., S. 14.

¹⁶⁵ www.paulwatzlawick.de/axiome.html Zugriff: 05.08.2012.

¹⁶⁶ Michael Haller: Das Interview. S. 262.

Noch bevor überhaupt verbal kommuniziert wird, setzt die ergänzende non- verbale Kommunikation ein, die während des Interviews von fortlaufender Bedeutung sein wird.

„Gesichter sprechen. Sie öffnen sich zum Anderen, dem Angeblickten, Angesprochenen. Durch die Ansprache von Gesicht zu Gesicht zeigt sich eine in die Zeit geschriebene Kehrseite: das Antlitz“¹⁶⁷, beschreibt Karl Sierek das Aufeinandertreffen zweier Gesichter, gleich der Summenformel: Gesicht + Gesicht = Antlitz. Auch Emmanuel Lévinas beschreibt das Antlitz als eine Kategorie der Dialogizität, als Erscheinung, die sich dann anzeigt, wenn es zu einer Begegnung mit dem Anderen kommt.¹⁶⁸ Und als das, „was sich ereignet, wenn ich den Anderen von Angesicht zu Angesicht anblicke.“¹⁶⁹

(...) was bleibt, ist das Bild, das den Anderen im Antlitz erscheinen lässt. Das Antlitz zeigt also die Spur dieses „Du“ im Ich, des Anderen im Selben.¹⁷⁰

Die Spur des Anderen im eigenen Gesicht, wie Karl Sierek die optische Auswirkung der Begegnung mit einem Gegenüber beschreibt, legt sich im audiovisuellen Interview als zweite Erzählebene über das eigene Gesicht und dem, was es von sich aus erzählt (Intraview). So lässt sich ein Konglomerat aus bewusster (innerlich inszenierter) und unbewusster, sowie reflektierender und kommunizierender Mimik am Gesicht des gefilmten Interviewten ablesen. Im Dialog zum Gegenüber entstehen sogenannte *Gesichtsbilder*:

Die andere Seite der Gesichter, ihre Ansicht als ethische Kategorie, vereint Ansehen und Angesehen- werden im Dialog: Ihre Gesichtsbilder beginnen zu reden.¹⁷¹

So lässt sich allein am gefilmten Gesicht des Interviewten, sein Gegenüber *spüren*. Das Gegenüber- im Falle eines audiovisuellen Interviews, der Interviewer- beeinflusst in gewisser Weise die Mimik im Gesicht des Interviewten, welches der

¹⁶⁷ Vgl. Karl Sierek: Im Angesicht des Krieges. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 77.

¹⁶⁸ Vgl. Ebd., S. 85.

¹⁶⁹ Emmanuel Lévinas: Ethik und Unendliches. Gespräche mit Philippe Nemo. Graz- Wien: 1986. S. 64.

¹⁷⁰ Karl Sierek: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 87.

¹⁷¹ Christa Blümlinger und Karl Sierek: Gesichtsverlust, ein Vorwort. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 10.

Zuseher zu sehen bekommt. So ist womöglich nur der Interviewte im Bild- über *sein* Gesicht *reflektiert* sich jedoch auch der Interviewende.

Die oft stattfindende „spiegelnde Resonanz“ während eines Interviewgespräches, lässt sich auch auf körperlicher Ebene beobachten:

So zeigen Menschen eine unbewusste Tendenz, Haltungen oder Bewegungen eines gegenüberstehenden Gesprächspartners spontan zu imitieren. Oft übernehmen sitzende Gesprächspartner, vor allem wenn sie in gutem Einvernehmen sind, unwillkürlich dieselbe Körperhaltung, die kurz zuvor der andere eingenommen hat.¹⁷²

Das, was im Bild vordergründig nicht zu sehen ist, spiegelt das Gesicht des Interviewten also subtil wieder. Das Gesicht im audiovisuellen Interview als Filmgesicht, zeigt den Dialog an, und wird damit zu einem Dialog aus dem eigenen und dem anderen Gesicht.

Auch Béla Balázs sucht „etwas jenseits der sichtbaren Oberfläche des Gesichts“.¹⁷³

Im Filmgesicht Asta Nielsens im Film HAMLET meint er dies zu finden. So schreibt er:

Ihr Gesicht trägt nicht nur den eigenen Ausdruck, sondern kaum merklich (aber immer fühlbar) reflektiert sich darin wie in einem Spiegel der Ausdruck des anderen. (...) Sie trägt den ganzen Dialog auf ihrem Gesicht und verschmelzt ihn zur Synthese des Erfassens und Erlebens. (...) Das Gesicht Fortinbras ist an dem ihrigen wie in einem Spiegel zu erkennen. Sie nimmt das Gesicht auf, es taucht in ihr unter, kehrt als erkanntes wieder, und das Lächeln, das nur eine von außen aufgedrückte Maske war, wird von innen allmählich durchwärmt und wird zu einem lebendigen Ausdruck.¹⁷⁴

„Auch ein Filmgesicht braucht das Gegenüber, will es seine Funktion im sozialen und ästhetischen Kontext erfüllen,“¹⁷⁵ schreiben Christa Blümlinger und Karl Sierek über das Filmgesicht im Angesicht des Dialoges. Nicht nur der abwechselnde verbale Inhalt und die Anwesenheit von mindestens zwei potentiell Kommunizierenden, deuten auf einen Dialog hin, sondern auch die Blickrichtung. Im Dialog eines Filmes- wie auch im gefilmten Interview.

¹⁷² Joachim Bauer: Warum ich fühle, was du fühlst. Hamburg/ München: Wilhelm Heyne Verlag, 2006. S. 12.

¹⁷³ Karl Sierek: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 77.

¹⁷⁴ Béla Balázs: Der sichtbare Mensch oder die Kultur des Films. In: Schriften zum Film. Bd. 1, München: 1982. S.140- 142.

¹⁷⁵ Christa Blümlinger und Karl Sierek: Gesichtsverlust, ein Vorwort. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 10.

2.2.4.1. Blick (-Richtung)

Wo sich das Gegenüber befindet, und *dass* es anwesend ist, deutet der (gerichtete) Blick des Interviewten an. So spürt der Zuseher dessen Anwesenheit, selbst wenn der Interviewende nicht im Bild zu sehen ist. Der Blick macht das scheinbar Abwesende, fühlbar anwesend. Über den Blick des anderen (Interviewenden) spürt der Interviewte, im Sinne einer Aussage von Jean- Paul Sartre, außerdem seine *eigene* Anwesenheit, so schrieb er 1943 in *Das Sein und das Nichts*: „Der Anblick des anderen ermöglicht das Spüren der eigenen, subjektiven Gegenwart.“¹⁷⁶

Im Akt des Blicks werden Schwellen überschritten (...) Nur weil der Blick sich selbst entgeht, kann er sich im Spiegelbild und im Spiegel der fremden Augen entdecken. (...) Der Blick, der vom fremden Blick angestachelt wird, vollzieht sich immer schon im Anblick anderer.¹⁷⁷

So kann sich der Interviewte über die Augen seines Gegenübers wahrnehmen. „Es sind (...) die Gesichter der anderen, die mich über das meine belehren,“ formulierte Sartre über sein Gesicht, das er vor sich herträgt „wie ein Geständnis, von dem ich nichts weiß.“¹⁷⁸

Im audiovisuellen Interview sind beim Interviewten unterschiedliche Arten des Blickes zu beobachten. Neben dem kommunizierenden Blick mit dem Interviewer, deutet neben der mimischen Gesichtssprache auch die Blickrichtung auf innere Zustände des Interviewten an. Michael Haller schreibt dazu:

Das Zusammenwirken von Mimik und Blickrichtung bietet interessante Hinweise auf die Befindlichkeit ihres Gegenübers, weil die Mimik vorwiegend dem Gefühlsausdruck dient, während die Blickrichtung Rückschlüsse auf die kognitiv- gedankliche Arbeit zulässt.¹⁷⁹

Haller führt weiter aus:

Neuere, wenn auch nicht ganz unumstrittene Theorien gehen davon aus, dass sich an der Blickrichtung sowohl die Zeitrichtung (Erinnern von Vergangenem

¹⁷⁶ Jean- Paul Sartre: *Das Sein und das Nichts. Versuch einer phänomenologischen Ontologie.* Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt, 1993. S. 481.

¹⁷⁷ Bernhard Waldenfels: *Sinnesschwellen. Studien zur Phänomenologie des Fremden.* Frankfurt/ M.: Suhrkamp, 1999. S. 128.

¹⁷⁸ Jean- Paul Sartre: *Gesichter.* In: *Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes.* S. 258.

¹⁷⁹ Michael Haller: *Das Interview.* S. 266.

bzw. Konstruktion von Zukünftigem) als auch die jeweils aktivierte Sinnesmodalität (Sehen, Hören, Fühlen) der Informationsverarbeitung ablesen lässt. Wenn Rechtshänder beim Vor-Sich- Hinschauen nach links blicken, zeigt dies eine erinnernde Denktätigkeit an, während zukunftsgerichtete, konstruierende Gedankenarbeit mit einer Augenstellung nach rechts verbunden ist. Nach oben gerichtete Augen weisen dabei jeweils auf bildhafte Informationsverarbeitung hin, in der Waagrechten schweifende Augen auf akustische Inhalte, und seitlich nach unten gerichtete Augenstellung auf Körper- und Bewegungswahrnehmungen.¹⁸⁰

Wie Haller in seinem Text von den Theorien als „umstritten“ schreibt, sollte die, in mehrfachen Experimenten beobachtete Blickrichtung im Gespräch, nicht verallgemeinert werden, da jedes Individuum als solches zu betrachten ist. Nicht jeder Blick nach rechts bedeutet automatisch zukunftsgerichtete Gedankenarbeit. Der angeführte Text soll jedoch ein Bewusstsein für die Blicke und Blickrichtungen des Interviewten während dem audiovisuell überlieferten Interview geben. Béla Balázs beschreibt das Mienenspiel als Lyrik und misst dem Blick besondere Bedeutung zu,¹⁸¹ so schreibt er in *Der sichtbare Mensch*:

Um wie viel präziser kann ein Blick jede Schattierung eines Gefühls ausdrücken als eine Beschreibung! Um wie viel persönlicher ist ein Gesichtsausdruck als das Wort, welches auch andere gebrauchen!¹⁸²

Doch auch der Blick des Zusehers, ist für das audiovisuelle Interview von essentieller Bedeutung, denn mit dem Blick beginnt der Voyeurismus. Indem der Zuseher das Gespräch anderer, ohne direkte Teilnahme, belauscht und beobachtet, befindet er sich in der Situation eines voyeuristischen Aktes. Béla Balázs vergleicht das Betrachten eines Films damit, durch ein Schlüsselloch zu sehen: „Wir gucken gewissermaßen immer durchs Schlüsselloch, und eine Erregung der Intimität ist dabei, Dinge zu sehen, die auf uns nicht vorbereitet sind.“¹⁸³

Aus einer Distanz etwas Intimes zu beobachten, beschreibt Balázs als etwas *Erregendes*.¹⁸⁴ Auch beim audiovisuellen Interview scheint der Zuseher einen Reiz

¹⁸⁰ Ebd.

¹⁸¹ F.T. Meyer: Blick. In: Joanna Barck und Petra Löffler: *Gesichter des Films*. S. 30.

¹⁸² Béla Balázs: *Der sichtbare Mensch oder die Kultur des Films*. Frankfurt/ M.: Suhrkamp, 2001. S. 44.

¹⁸³ Ebd., S. 36.

¹⁸⁴ Ebd.

darin zu finden, einen Menschen von nahe und in einer intimen Situation des Sich-Mitteilens zu beobachten, ohne dabei selbst beobachtet zu werden.

Die Beobachtung findet über den Blick statt, wohin der Blick führt, deutet die Blickrichtung an. Und auch die Blickdistanz, lässt sich an den Augen ablesen. F.T. Meyer schreibt in einem Text über den Blick im Film: „Es ist festzuhalten, dass Distanz oder Ferne das wesentliche Element des Blicks im allgemeinen bildet.“¹⁸⁵ Dem ist ein Zitat Sartres hinzuzufügen: „Der Blick macht den Adel des Gesichts aus, weil er die Welt auf Distanz hält und die Dinge dort wahrnimmt, wo sie sind.“¹⁸⁶ Der Blick führt in die Ferne und damit weg von sich selbst. Der Blick des Gegenübers führt umgekehrt wieder zur „eigenen, subjektiven Gegenwart.“¹⁸⁷ Der Blick im audiovisuellen Interview fluktuiert zwischen Nähe und Distanz, zwischen dem Interviewer und Interviewendem, vom Zuschauer zu den Gesichtern am Bildschirm, bis zu seinem eigenen auf dem Bildschirm des Fernsehapparates reflektierenden Gesicht.

Der Blick verdoppelt sich. Nur weil der Blick sich selbst entgeht, kann er sich im Spiegelbild und im Spiegel der fremden Augen entdecken.¹⁸⁸

Wenn der Interviewte direkt in die Kameralinse antwortet (wie es beispielsweise bei Hirschbergs *Ny Times Screentests* der Fall ist) und vor allem wenn sich die Blickrichtung in einer Plötzlichkeit verändert und vom abseitigen Interviewer, direkt in die Kamera gerichtet wird, kann es zu einer Verschiebung im Akt des Beobachtens kommen. Philipp Lersch beschreibt diesen Moment, wenn der Gefilmte plötzlich in die Kamera blickt, als „Gefühl eines Aufgedecktseins, einer Schutzlosigkeit, einer inneren Berührung, so als sähe der andere in unser Inneres, als habe er eine Wahrnehmung von dem, was in uns an Gedanken, Wünschen, Zielen usw. gegenwärtig ist.“¹⁸⁹ F.T. Meyer schreibt über diesen Blick als einen, der sich „gegen den Beobachter selbst richtet, der sich in der Rolle des Voyeurs ertappt sieht“, und

¹⁸⁵ F.T.Meyer: *Gesichter des Films*. S. 36.

¹⁸⁶ Jean- Paul Sartre: *Gesichter*. In: *Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes*. S. 260.

¹⁸⁷ Jean- Paul Sartre: *Das Sein und das Nichts. Versuch einer phänomenologischen Ontologie*. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt, 1993. S. 481.

¹⁸⁸ F.T. Meyer: *Blick*. In: *Gesichter des Films*. S. 34.

¹⁸⁹ Philipp Lersch: *Gesicht und Seele. Grundlinien einer mimischen Diagnostik*. München/Basel: Reinhardt, 1955. S. 59.

weiter: „Im Zurückwerfen des Beobachterblicks auf ihn selbst sieht dieser sich mit seiner eigenen Haltung konfrontiert.“¹⁹⁰

Die audiovisuellen Interviews, in denen der Interviewte allein im Bild und frontal in die Kameralinse spricht, als hätte der Zuseher die Fragen gestellt, tragen das bilaterale, doch widersprüchliche Potential in sich, den Zuseher direkt anzusprechen- eine „Illusion einer Gegenwart, der man scheinbar unmittelbar beiwohnt“¹⁹¹ zu vermitteln, und doch gleichzeitig den Zuseher in und mit seinem Beobachten zu konfrontieren.

2.2.4.2. Spiegelungen seines Selbst

Der Interviewte und sein Interviewer, sind sich in der Interaktion des Interviewens, subtile Spiegelbilder. Die Symbolik des Spiegels ist in der filmischen Sprache, ob in Fernsehen oder Film, von Bedeutung, denn:

Festzuhalten ist, dass es sich beim Spiegelmotiv als übergreifender Metapher (...) immer auch um die Frage nach dem Selbstportrait handelt, also mit der Spiegelung die Erfahrung des Selbst gemeint ist.¹⁹²

So spielt der Spiegel auch für den Gestalter des Interviews- oft ist es der interviewende Journalist selbst- eine Rolle. Norbert Schmitz schreibt: „Der Spiegel ist die zentrale Kategorie, in der sich das Künstlersubjekt selbst reflektiert und in der es im ersten Moment erst entsteht.“¹⁹³ Albert Langen setzt die Künstlerseele mit der eines Spiegels gleich: „Die Seele des Künstlers als unberührter Spiegel der Welt“¹⁹⁴, schreibt er. Künstler, also Gestalter jeglicher Art, spiegeln sich in ihrer Arbeit wieder. Oder sie spiegeln die Welt, in der sie leben bzw. die Welt aus ihrer Sicht wieder- bewusst wie unbewusst. In anderer Bedeutung wird das metaphorische Symbol des Spiegels als filmisches Gestaltungs- und Erzählmittel gezielt eingesetzt. So bedienen sich Gestalter häufig an Archetypen oder starken kulturellen Symbolen, um eine Geschichte zu transportieren: „Der mythologische Hintergrund dieses kulturellen

¹⁹⁰ F.T. Meyer: Gesichter des Films. S. 32.

¹⁹¹ Ebd., S. 35.

¹⁹² Norbert M. Schmitz: Der Spiegel als Symbol. In: montage/ av: Fernsehen (2). 4/2/1995. S. 138.

¹⁹³ Ebd., S. 129.

¹⁹⁴ Albert Langen: Zur Geschichte des Spiegelsymbols in der deutschen Dichtung. In: Germanisch-romanische Monatshefte 28, 1940. S. 269- 280, S. 269.

Motives ist so stark, dass er unbemerkt auf unser Bewusstsein wirkt“¹⁹⁵, schreibt Leonid Batkin über die symbolische Kraft des Spiegels.

2.2.4.2.1. Gero von Boehm begegnet Karl Lagerfeld

Während Regisseure in ihren Filmen das bedeutungsgeladene Symbol des Spiegels einsetzen, wie beispielsweise Antonionis häufig bewusst gesetzte Spiegelbilder in Schlüssel- und Selbsterkenntnismomenten seiner Figuren¹⁹⁶, so kann ein Spiegel auch im audiovisuellen Interview eingesetzt werden: In seiner 2002 kreierten Gesprächsreihe *Gero von Boehm begegnet*, trifft Boehm in Paris mit dem deutschen Modekünstler Karl Lagerfeld zusammen. An seinem Arbeitstisch sitzend, ist Lagerfeld mit seinen Markenzeichen- in Sonnenbrille und Lederhandschuhen -, zu sehen. Links im Bild hinter ihm hängt ein Spiegel. Da die Kamera frontal vor Lagerfeld situiert ist, der Spiegel aber nicht direkt hinter ihm, sieht man den Interviewenden - Gero von Boehm - im Spiegel. Boehm ist demnach nur indirekt im Bild zu sehen- über sein teils scharfes, teils diffuses Spiegelbild. Obwohl er sich vor seinem Interviewsujet befindet, sieht es durch die Bildkonstellation mit dem Spiegel so aus, als stünde Boehm *hinter* Lagerfeld und würde ihm auf den Hinterkopf blicken- ihn also nicht frontal, sondern von hinterrücks interviewen. Der Kameramann arbeitet jedoch auch mit Zoom und Schärfenverlagerung. So kommt es, dass manchmal sowohl Gero von Boehms Rücken, als auch sein Spiegelbild zu sehen sind- Karl Lagerfeld wird dann also- rein optisch- von beiden Seiten angeblickt. Ein Augenblick der Ironie also, als Lagerfeld mitten in seinem (audiovisuellen) Interview und vermutlich unwissend der Bedeutung seiner Aussage, erwähnt: „Ich hasse nichts mehr, wie beobachtet zu werden“.

Gero von Boehm, der neben seiner journalistischen und schriftstellerischen Tätigkeit auch Regisseur ist, scheint den Spiegel, als symbolisch starkes Stilmittel, bewusst einzusetzen. In seiner Suggestivfrage an Lagerfeld, erwähnt er sich zwei Mal selbst- Während er die Frage stellt, ist er über den Spiegel im Bild zu sehen: „Das letzte Défile, das sie gemacht haben, da hatte ich so das Gefühl, das ist die perfekte Synthese, sie können mich für verrückt halten, aus Chor in einer griechischen

¹⁹⁵ Leonid Batkin: Andrej Tarkowskij's Film DER SPIEGEL. In: Literatur und Kritik 37. S. 649- 664. S. 649.

¹⁹⁶ Vgl. Benjamin Feichter: Aufbruch in die Moderne. Die Überwindung des Neorealismus bei Antonioni und Fellini, Wien: Universität Wien, 2008. S. 65.

Tragödie und Schnitzler. Kann das sein, dass diese Elemente da irgendwie zusammen kommen?“

Der Spiegel, als „Kategorie, in der sich das Künstlersubjekt selbst reflektiert“ in den Worten von Norbert Schmitz, fügt sich in das Gespräch bzw. Tiefeninterview gestalterisch ein. Die gebräuchliche Redensart „Spiegelbild der Seele“, findet passend zu *Gero von Boehm begegnet Karl Lagerfeld* Anklang, schließlich gilt es als das offenste und tiefgründigste Interview Lagerfelds.¹⁹⁷ Der Einsatz des Spiegels scheint deshalb nicht ungewöhnlich. So steht der Spiegel auch für Klugheit und Wahrheit- ganz nach dem Sprichwort „Jemandem einen Spiegel vorhalten“, stellte Boehm sehr persönliche und philosophische Fragen, die Lagerfeld (vor laufender Kamera) zum Reflektieren brachten- seine Antworten schienen ihn teilweise selbst zu überraschen.

Neben Gero von Boehm, ist auch der operierende Kameramann, Gestalter des Interviews. Er setzt an den von ihm entschiedenen Stellen eine Schärfenverlagerung, oder zoomt an ein Detail heran. Und auch ihn, als Gestalter, sieht man mehrmals über den Spiegel. So ist der Interviewte allein, zusammen mit dem Interviewer, oder mit Interviewer und Kameramann zu dritt, im Bild zu sehen.

Die Augen Lagerfelds sind von spiegelnden Sonnenbrillen bedeckt, so findet nicht nur über den Spiegel im Hintergrund, sondern auch über seine Brille, eine Spiegelung statt. Die Brillengläser sind jedoch so gewölbt, dass man weder den Kameramann, noch den Interviewer sieht- also kein Gegenüber, sondern den Arbeitstisch Lagerfelds, voll geräumt mit Stiften und Papieren. Die Augen, die metaphorisch mit dem Zugang, den Fenstern zur Seele in Verbindung gebracht werden, sind verdeckt. Das persönliche und tiefgründige Interview, in dem über Kindheit, Träume, Neurosen und explizit auch über Lagerfelds Einstellung zum Voyeurismus gesprochen wird, in dem Gero von Boehm seinem Interviewpartner ein Gedicht Rilkes vorliest und in dem auch Momente der Stille einkehren, gibt eine intime Situation wieder und hält über die stoische Haltung Lagerfelds, versteckt hinter seinen (zurück-) reflektierenden Sonnenbrillen, gleichsam auf Distanz.

¹⁹⁷ „Noch nie hat er sich so geöffnet, wie im Gespräch mit Gero von Böhm“- auf www.intersciencefilm.de/archives/40

Rein objektiv betrachtet ist das audiovisuelle Interview der, über ein Medium übertragene, Ausschnitt eines Dialoges, bestehend aus einem einseitigen Fragen und einem einseitigen Antworten. Doch selbst wenn nur der Interviewte im Bild zu sehen ist, spiegelt er sein Umfeld, sein unmittelbares Gegenüber und seinen inneren Zustand wieder.

Bei genauerer Betrachtung übermittelt das Bild mehr Inhalt, als tatsächlich gezeigt wird. Denn zu sehen ist auch so manches, was *nicht* zu sehen ist.

2.2.5. Transparenz und Authentizität

Der Dokumentarfilm, ein Verwandter ersten Grades des audiovisuellen Interviews, will die Realität aufzeigen, wie sie wirklich ist. Ein Ziel, das unmöglich und voller Widersprüchlichkeiten erscheint, da das Gefilmte im Moment des Aufgenommen-Werdens, nicht nur in ein anderes Raum- Zeit- Verhältnis übergeht, es wird auch kadriert, in eine rechteckige Form gepresst. Das Stück Realität wird seiner unmittelbaren Realität enthoben und soll als solche wieder präsentiert werden. Auch das audiovisuelle Interview kann daher niemals exakt die Realität wiedergeben, doch es kann transparent und weniger transparent gestaltet werden. Mittel der Transparenz, ist in dem Fall, das möglichst detaillierte und breite Aufzeigen der Situation. Im audiovisuellen Interview beginnend beim Überliefern, nicht nur von den (ganzen) Antworten, sondern auch von den (ganzen) Fragen. Außerdem kann es in voller Länge, ohne Montage und ohne Nah- und Detailaufnahmen, also in Totale gezeigt werden. Noch idealer, denn ganz im Sinne der Transparenz, wäre ein audiovisuelles Interview, welches mehrere simultan aufgenommene, unterschiedliche Kameraperspektiven *zugleich* im Bild zeigt, um das Interview zu jeder Zeit und aus allen Richtungen zu zeigen – in Vogel- und Forschperspektive, sowie aus jeder anderen möglichen Kameraeinstellung. Zu sehen sein, sollten alle (im Raum) Anwesenden, (Maske, Ton, Kameralleute, Publikum etc.) also am Interview und an der Gestaltung Mitwirkenden (Bei Studiointerviews kommen die Regieanweisungen gelegentlich aus abgelegenen Regieräumen). Harald Keller beschreibt einen ähnlich transparenten Aufbau der im Jahre 1974 noch frühen Talkshow-Sendung *III nach 9* in der (damaligen) deutschen Nordkette NDR/ RB/ SFB:

Das Saalpublikum saß an kleinen Tischchen im Studio verteilt und konsumierte Getränke und Tabakwaren. Die Moderatoren und Gäste wurden zumeist zunächst in Zweierkombination inmitten der anwesenden Zuschauer oder auch am Tresen der studioeigenen Bar platziert. Im Schlussteil der

Sendung trafen sich die Gesprächspartner zur großen Runde, blieben aber nah am Auditorium, das auch von der Lichtführung nicht ausgegrenzt wurde. Studioeinrichtung und Inszenierung ließen weder größere Gräben noch Barrieren zwischen Saalpublikum und Protagonisten entstehen, denn (...) alle Anwesenden durften mitreden. Ein anderes Merkmal der Reihe war ihre Transparenz, was die Produktionsbedingungen des Fernsehens betraf- Kameras und Tontechniker hatten ebenso ihren Platz innerhalb der Inszenierung wie das Regiepult, das entgegen gängiger Praxis direkt im Studio und im Sichtfeld der Kameras installiert worden war.¹⁹⁸

Sinn einer solchen Transparenz ist das Verstärken der Authentizität, dem „zentrale(n) Paradigma dokumentarischer Filmpraxis und ihrer Theorie.“¹⁹⁹ Je authentischer das Werk, desto glaubwürdiger erscheint es dem Rezipienten.

„Unabdingbare Voraussetzung für die Rezeption eines Kunstwerks ist die Bereitschaft und die Möglichkeit, einem Künstler zu vertrauen, ihm zu *glauben*,“²⁰⁰ schreibt Andrej Tarkowski zwar über bildende Kunst, doch auch die Sendung und vor allem die Dokumentation, als etwas Gestaltetes, ist unter Kunst zu reihen- *der* Filmkunst, die versucht „echte“ Bilder, Bilder des Wirklichen zu malen. Doch „auch für den Dokumentarfilm gilt: „Es handelt sich zwar zweifelsohne um wirkliche Bilder, aber ob es Bilder der wirklichen Ereignisse sind, die sie bedeuten sollen, ist bestreitbar“²⁰¹, schreibt Eva Hohenberger über die Wirklichkeit im Dokumentarfilm, dessen Gestaltung eine „Deckungsgleichheit zwischen der Darstellung und seinem dokumentierten Ereignis“²⁰² ergeben soll. Ob die vermeintliche Wirklichkeit im Dokumentarfilm gleich seiner Wahrheit ist, sei dahingestellt. Sergej Eisenstein unterscheidet Wahrheit von Wirklichkeit und misst ihr eine andere Bedeutung zu: „Für mich ist es ziemlich egal, mit welchen Mitteln ein Film arbeitet, ob es ein Schauspielerfilm ist mit inszenierten Bildern oder ein Dokumentarfilm. In einem guten Film geht es um die Wahrheit, nicht um die Wirklichkeit.“²⁰³

¹⁹⁸ Harald Keller: Die Geschichte der Talkshow in Deutschland. S. 244- 245.

¹⁹⁹ Ascan Breuer: Der Dokumentarfilm. Die authentische Macht. Wien: Universität Wien, 2005. S. 7.

²⁰⁰ Andrej Tarkowski: Die versiegelte Zeit. Gedanken zur Kunst, zur Ästhetik und Kunsttheorie. Von der Antike bis zum 19. Jahrhundert. Köln: DuMont, 1988. S. 24.

²⁰¹ Eva Hohenberger: Die Wirklichkeit des Films. Dokumentarfilm, Ethnographischer Film, Jean Rouch. Hildesheim: Olms Verlag, 1988. S. 82.

²⁰² Ascan Breuer: Der Dokumentarfilm. S. 7.

²⁰³ Zit. Sergej Eisenstein, 1925 auf www.wikipedia.org/Dokumentarfilm Zugriff: 17.8.2012.

2.2.5.1. Authentizität

Der Begriff *Authentizität* taucht erstmals im 16. Jahrhundert im juristischen Feld auf und bezeichnet die notarielle Beglaubigung eines Textes.²⁰⁴ Authentisch wird damals, wie heute mit Wahrheit in Verbindung gebracht. Je authentischer, je *wirklicher* das gefilmte Material transportiert wird, desto *glaubwürdiger* erscheint es. Glaubwürdig bedeutet allerdings nicht automatisch wahrhaftig. Die Verhaltensweise eines Gefilmten könnte sich im Bewusstsein darüber, gefilmt zu werden, an die Situation anpassen und verliert daher an Authentizität. So bringt ein Interviewter in einem audiovisuellen Interview, seine Aussage zwar womöglich authentisch rüber, doch die Antwort könnte nur ein Teil der Wahrheit sein und wäre im privaten, eben *nicht öffentlichen* Gespräch, also nur unter *vier* Augen, von einem anderen Inhalt. In gewisser Weise verliert ein gefilmtes Subjekt, sobald es sich seiner Situation bewusst ist, an Wahrhaftigkeit. Seine Authentizität scheint ab dem Moment des Eintretens in seinen Raum, durch ein anderes Subjekt, sobald also eine Form der Kommunikation oder der Beobachtung stattfindet, von anderer Qualität zu sein. Doch die unbeeinflusste Authentizität des Individuums ist es, die für den dokumentarischen Charakter bedeutend ist. Denn das „Wahre“, das Aufzeigen des „Wirklichen“ soll die vorrangige Eigenschaft des Dokumentarischen sein. „Seit Anbeginn des audiovisuellen Mediums bis zum gegenwärtigen Stand seiner Entwicklung als „Reality-TV“, schreibt Eva Hohenberger: „begründet sich die Faszination des Dokumentarischen auf seinem fotografischen Realismus. Der Dokumentarfilm wird als (...) bewegte Fotografie betrachtet (...), die die Realität analog zu unserer Wirklichkeitswahrnehmung direkt abbilden kann.“²⁰⁵ Die Realität wird, wie vorgefunden, abgelichtet, um dann, als das was sie *war*, vorgeführt zu werden.

Ein audiovisuelles Interview, wahrhaftig, und ohne dem Bewusstsein seiner Interviewteilnehmer- vor allem seitens des Interviewpartners- unter Beobachtung zu stehen, müsste ein heimlich gefilmtes Gespräch sein, in der „eine Person nur fragt, die andere nur antwortet.“²⁰⁶ Als Beispiel könnte hier ein Gespräch angeführt werden,

²⁰⁴ Vgl. Ascan Breuer: Der Dokumentarfilm. S. 10.

²⁰⁵ Eva Hohenberger: Die Wirklichkeit des Films. S. 20.

²⁰⁶ Jürgen Friedrichs und Ulrich Schwinges: Das journalistische Interview. 2. überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften/ GWV Fachverlage GmbH, 2005. S. 10.

das weltweite Aufmerksamkeit erhielt und Konsequenzen für den betroffenen „Interviewpartner“ hatte:

Im Frühling 2011 veröffentlichte die *Sunday Times* ein - vermutlich mit Mobiltelefon- gefilmtes, Gespräch zwischen zwei ihrer Journalisten und dem (mittlerweile ehemaligen) EU- Parlamentarier Ernst Strasser, die in einem daraus resultierenden Korruptionsskandal seine potenzielle Bestechlichkeit vorführt. Die Reporter gaben sich als Finanz- Lobbyisten aus und verwickelten Strasser in ein Gespräch, was ganz der Form des Interviews entsprechend, aus Fragen seitens der Journalisten und Antworten seitens des Politikers bestand²⁰⁷:

Journalist 1 : But obviously one of your advantages is, that you're an MEP, so therefore you can move around in the parliament?

Ernst Strasser : Of course, yes, yes, of course.

Journalist 1 : And if there are amendments, that need to be made, then you can do those things?

Ernst Strasser: Of course, this is, when, for example when this comes to, to the parliament, and we can try to, to influence people who are in the committee, working on these issues as to get the right information to, to get the direction where we want to have them to change some critical content.

Journalist 2: To change the wording a little bit, maybe?

Ernst Strasser : Yeah.

Es handelt sich hierbei nicht um ein audiovisuelles Interview im klassischen Sinne, da der Interviewte sich nicht zu einem Interview bereit erklärt hat und sich dessen auch nicht bewusst ist, gefilmt zu werden. Das oben angeführte Beispiel soll jedoch aufzeigen, welche Auswirkungen es haben kann, wenn der Interviewte sich nicht entsprechend seinem Bewusstsein über ein öffentliches Auftreten, präsentiert. Das Gespräch wirkt umso authentischer, vor allem in Hinsicht dessen, dass es sich beim Interviewten um einen Politiker handelt- Denn diese Interviewssubjekte sind unter „normalen“ Umständen des audiovisuellen Interviews sehr bedacht auf ihre Antworten und meistens speziell darauf geschult und vorbereitet.

²⁰⁷ Der Ausschnitt transkribiert von *Sunday times*: intavideo.hu/video/Ernst_Strasser

Ein audiovisuelles Interview soll, sofern es nicht fiktional oder nachgestellt ist (und fallweise selbst dann), als eine journalistische, aufklärende Gattung, Wahrhaftigkeit ausstrahlen. Es soll und kann einem Sachverhalt eine breitere und persönlichere Einsicht geben und ihm gleichzeitig mehr Substanz und mehr Menschlichkeit übermitteln.

2.2.5.2. Die Konstruktion von Authentizität

Wie glaubwürdig audiovisuelles Filmmaterial ist, hängt von seiner Bearbeitung und Präsentation ab. Manfred Hattendorf sieht Authentizität als „ein Ergebnis der filmischen Bearbeitung“:

Die „Glaubwürdigkeit“ eines dargestellten Ereignisses ist damit abhängig von der Wirkung filmischer Strategien im Augenblick der Rezeption. Die Authentizität liegt gleichermaßen im Formalen wie der Rezeption begründet.²⁰⁸

Die Anfänge des Films waren dokumentarischen Charakters, mit dem Aufkommen des populären Spielfilms, rückte der Dokumentarfilm in ein Schattendasein. Doch statt vollständig in der Senkung zu verschwinden, begann er sich gestalterischer Elemente seines Konkurrenzgenres zu bedienen und sich damit zwar seine Existenz zu sichern, gleichzeitig aber auch unter die Gefahr zu begeben, seine Glaubwürdigkeit einzubüßen.

Mit dem Einzug der regelhaften Montage bekam der Dokumentarfilm ein Glaubwürdigkeitsproblem.²⁰⁹

Denn durch die Montage lassen sich die Bildfolgen zu „verschiedenen Wahrheiten zusammenfügen“²¹⁰. Mit dem beliebigen Aneinanderreihen unterschiedlicher Sequenzen zu einem erzielt befriedigenden und nachvollziehbaren Ergebnis, werden die als authentisch geltenden Aufnahmen als Gesamtkonstrukt ihrer Authentizität enthoben. Indem die originale Chronologie der Ereignisse nicht nur häufig durcheinandergebracht wird, sondern auch auf die zumeist stark verkürzte Gesamtlänge komprimiert wird, ist der Dokumentarfilm bereits ein gestaltetes Produkt, dass sich nur mehr darin vom Spielfilm unterscheidet, indem die Darsteller,

²⁰⁸ Manfred Hattendorf: Dokumentation und Authentizität. Ästhetik und Pragmatik einer Gattung. Konstanz: Ölschlager, 1994. S. 67.

²⁰⁹ Ascan Breuer: Der Dokumentarfilm. S. 24.

²¹⁰ Ebd., S. 21.

Szenerien und Ereignisse (idealerweise) von echter Natur sind. „What relationships between knowledge and pleasure does documentary film propose that differs from narrative fiction?,“²¹¹ fragt Bill Nichols im Vorwort zu seinem Buch *Representing Reality* und zieht im weiteren Verlauf seines Buches, Vergleiche zwischen den zwei unterschiedlichen und doch stark verwandten Gattungen Dokumentarfilm und Spielfilm:

Documentary can depend on narrative structure for its basic organization (...) This shape provides a beginning from which an unstable state of affairs emerges, a middle in which a problem gains in force and complexity, and an ending in which some form of resolution occurs.²¹²

Die unterstützenden, narrativen Elemente, in einer nachvollziehbaren und archetypischen Reihenfolge aneinandergefügt, sind also ähnlich oder gleich der Erzählweise eines Spielfilms. Die Montage gibt dem Film seine Form und Dynamik.

Auch das audiovisuelle Interview als Gattung der Dokumentation, bedient sich häufig der Montage. So werden oft ganze Interviews zerstückelt und in anderer Reihenfolge in eine kürzere und flottere Form gebracht. Oft wird nur ein Ausschnitt eines Interviews präsentiert. Entweder werden nicht alle Antworten gezeigt, oder nur die Antworten, nicht aber die Fragen. Es kann auch nur eine Antwort gezeigt werden, die dann für ein bestimmtes Format gebraucht wird- wie z.B. eine kurze Expertenmeinung oder eine Zeugenaussage in einen Nachrichtenformat. In den meisten Fällen wird der Interviewinhalt als wahr angesehen, die Wahrhaftigkeit wird also nicht hinterfragt. Selbst in Studioaufnahmen, in denen sich die der Interviewte in einem künstlich erzeugten Setting befindet, „verkabelt“ ist, seine Stimme also über Mikrophon transportiert wird und er artifiziell be- und ausgeleuchtet wird- selbst dann, hat das audiovisuelle Interview noch einen hohen Wahrheitsgehalt in der Auffassung der Zuseher, die sich an die künstlichen Rahmenbedingungen der Fernsehformate gewöhnt zu haben scheinen.

Bestimmte Gestaltungsmittel unterstützen die Authentizität und Transparenz im audiovisuellen Interview- wie zum Beispiel die Angabe des Namens (in der „Bauchbinde“, also am unteren Bildrand). Die fiktionalen Elemente sind nicht immer offensichtlich. Die Aufnahmen werden zu einem Ganzen konstruiert, zu einem

²¹¹ Bill Nichols: Preface. In: *Representing Reality. Issues and Concepts in Documentary*. Indiana University Press, 1991. S. x.

²¹² Ebd., S. 6.

Konstrukt. Und auch die Authentizität kann konstruiert werden. Denn authentisch bedeutet in diesem Fall *realitätsgetreu*. Dafür müsste man von einer gegebenen Realität- einer einzigen Wahrhaftigkeit ausgehen. Das Konstruieren einer Realität oder der Versuch einer Realität möglichst nahe zu kommen, ist dann Ziel der Gestaltung. Die Realität wird gewissermaßen inszeniert. Darsteller des *realen* Films, sollen keine Schauspieler sein, sondern Menschen die sich in der Rolle zeigen, die sie sonst in ihrem Alltag ebenso spielen. Ob im Dokumentarfilm oder im audiovisuellen Interview- das gefilmte Subjekt zeigt sich als Darsteller seiner selbst. Er spielt die Rolle seines alltäglichen Ichs authentisch- authentisch genug, um dem Zuseher die Wahrhaftigkeit, in der er seine Rolle verkörpert, zu suggerieren. Elemente der Gestaltung wie etwa die Montage oder die Kameraeinstellung- sollen dabei als Unterstützung fungieren. Ziel einer Reality- Sendung ist, dass der Zuseher nicht hinterfragt, ob es sich dabei um reale Menschen und Gegebenheiten handelt. Er soll sich- gleich der Situation während eines Spielfilms- in den Ereignissen und Aussagen des gefilmten Subjekts, des Protagonisten, vertiefen und dem Konstrukt dieser Realität Glauben schenken.

Die Erkenntnis über die Realität und deren Zugang über die Wahrnehmung, ist Gegenstand des sogenannten Konstruktivismus. Die Auffassung vom Konstruktivismus, findet sich in verschiedenen Varianten wieder. Die meisten gehen aber von der gleichen These aus, dass ein erfasster Gegenstand vom Betrachter selbst durch den Vorgang des Erkennens konstruiert wird. Die bekanntesten Vertreter des Konstruktivismus, sind unter anderen Jean Piaget, Hans Aebli, Paul Watzlawick und Niklas Luhman. Für Letzteren sind Erkenntnisse lediglich sinnliche Beobachtungen der Realität und damit Konstrukte. Was als das Äußere, das Reale betrachtet wird, bezeichnet für Luhmann nicht Welt, sondern Umwelt. Eine Umwelt, die für jedes Individuum differenziert erscheint, in dem sich dessen Wahrnehmungen und die daraus resultierenden Erkenntnisse und Interpretationen variieren. Jedes Individuum konstruiert also ein individuelles und subjektives Bilde seiner Umwelt: „Und diese Wirklichkeitskonstruktionen beeinflussen wiederum- und das unwillkürlich, was dieses Individuum sieht, wie es das Gesehene bewertet, welche Verhaltenspläne es entwickelt und wie es sich dann tatsächlich verhält.“²¹³ Wenn ein Interview,

²¹³ Bamberger (1999. S.10.) Zit. In: www.lern-psychologie.de/kognitiv/konstruktivismus.html Zugriff: 19.8.2012.

beispielsweise eines Experten zu einem Sachverhalt oder zum Thema der Sendung gezeigt wird, so wird die Wahrnehmung des Zusehers über den Sachverhalt, aufgrund dieser Aussage, beeinflusst. Die Perspektive, die der Experte auf den Sachverhalt aufzeigt, kann zu der (einzigen) Perspektive des Zusehers auf denselben Sachverhalt werden. Eine individuelle Sicht, kann zu einer allgemeinen Sicht werden. Ein Medium, das seinen Inhalt als absolute Wahrheit verkauft, sollte kritisch betrachtet werden:

(Es gibt) zahllose Wirklichkeitsauffassungen (...), die sehr widersprüchlich sein können, die alle das Ergebnis von Kommunikation und nicht der Widerschein ewiger, objektiver Wahrheiten sind, (...) Der Glaube, dass die eigene Sicht der Wirklichkeit die Wirklichkeit schlechthin bedeutet, ist eine gefährliche Wahnidee. Sie wird dann aber noch gefährlicher, wenn sie sich mit der messianischen Berufung verbindet, die Welt dementsprechend aufklären und ordnen zu müssen.²¹⁴

Der griechische Begriff *authentēs* bedeutet übersetzt so viel wie „Gewaltgeber“, „Urheber“ oder „Herr“.²¹⁵ Das Ursprungswort von Authentizität, wäre demnach mit einer Autorität in Verbindung zu bringen. „Herrscher wäre im konstruktivistischen Sinne derjenige,“ schreibt Ascan Breuer, „welcher die Hoheit über die Konstruktionspläne der Realität, also über die Kommunikation, hat.“²¹⁶

Als mächtige Instanz, welche die Realität überliefern will und dabei gleichzeitig die Wahrnehmung des Zusehers beeinflusst, wäre das Medium Fernsehen zu betrachten. Als eine Autorität gewissermaßen, erreicht und (unter-)richtet das Programm eine breite Masse. Für einige Zuseher ist es das Fernsehen, das als einziges Portal zur Außenwelt fungiert. Und schon Kinder können, in ihren ersten und wichtigsten Stadien ihrer Entwicklung, maßgeblich von den Programmen, die sie konsumieren, beeinflusst werden. Sowohl in ihrer Auffassung einer Realität, als auch in den sprachlichen und sozialen Kompetenzen. Das Fernsehen hat daher eine verantwortungsvolle Aufgabe - eine Verantwortung, die von der Regulierung speziell für die öffentlich- rechtlichen Fernsehanstalten unterstützt wird, die das Fernsehen als

²¹⁴ Paul Watzlawick: Wie gefährlich ist die Wirklichkeit? Wahn, Täuschung, Verstehen. München: Piper: 1987. S. 7.

²¹⁵ Manfred Hattendorf: Dokumentarfilm und Authentizität. Ästhetik und Pragmatik einer Gattung. Konstanz: Ölschlager: 1994. S. 63.

²¹⁶ Ascan Breuer: Der Dokumentarfilm. S. 14.

eine Bildungsanstalt voraussetzt.²¹⁷ Die Macht des Fernsehens, als besonders beeinflussendes und tonangebendes Medium, hat also große Verantwortung über die Realität, die sie überliefert. Denn diese Realität könnte die Realität in der Wahrnehmung des Zusehers maßgeblich formen. Mit dem Aufkommen der Privatsender der jüngeren Fernsehentwicklung, scheint es mit dem Prinzip des Fernsehens als bildende Instanz nicht allzu genau genommen zu werden. Die Grenzen zwischen authentischem und fiktionalem Material, verschwimmen in den unterschiedlichen und vielzähligen Formaten. Als das Reality- Fernsehen aufkam, wurden authentische mit fiktionalen Elementen mehr und mehr vermischt. Im weitestgehenden Sinne wird fiktionaler Inhalt in authentischem „Gewand“ präsentiert. Wie der Name *Reality* bereits suggeriert, soll die Realität gezeigt werden - durch Einblicke in den „realen“ Alltag „realer“ Menschen. Hans Wulff bezeichnet Reality- TV als eine „medialisierte Form der Alltagserzählung“. ²¹⁸ Wie ein Baukasten setzt es sich aus fiktiven und realen Elementen zusammen. Die Bausteine sind „echte“ Menschen in ihrer „echten“ Umgebung,²¹⁹ doch der Kleister, der alle Bausteine zu einem verbindet, ist von fiktionalem Charakter. So werden oft Ereignisse herbeiinszeniert und als reale Gegebenheit verkauft. Auch die Dramaturgie, die aus Anfang/Mitte/Ende besteht sowie aus Höhepunkten, Konflikten und einem Happy- End, werden oft eingesetzt. Die Montage wird oft auf diese Form der Dramaturgie ausgerichtet:

Ihre Dramaturgie und ihre Darstellungskonventionen machen den Zuschauer zum Beobachter von Verhaltensmomenten, und erst deren Reihung lässt eine Tiefenstruktur entstehen, die jenseits des beobachtenden Gestus eine Perspektivierung in Auswahl und Montage des gedrehten Materials. ²²⁰

Als wäre eine reale Gegebenheit zu wenig dramatisch, werden dramatische Szenerien entwickelt und Spannung in den sogenannten „realen“ Alltag der Protagonisten gebracht. Audiovisuelle Interviews werden verwendet, um die Authentizität zu verstärken und gleichzeitig eine Sicht auf das Innenleben, auf die Emotion und Meinung der Protagonisten zu liefern. Die Authentizität der Aussage in einem

²¹⁷ Eggo Müller: Television goes reality. Familienserien, Individualisierung und “Fernsehen des Verhaltens”. In: montage/ av: Neorealismus/ Fernsehen (1). 4/1/1995, S. 86.

²¹⁸ Hans J. Wulff: Reality-TV. Von Geschichten über Risiken und Tugenden. In: montage /av : Neorealismus/ Fernsehen (1). 4/1/1995, S. 107.

²¹⁹ Auch Schauspieler und Schauplätze sind *echt* von echter Materie, jedoch zum Zweck ihrer Darstellung inszeniert.

²²⁰ Eggo Müller: Television goes reality. S. 93.

audiovisuellen Interview innerhalb eines Reality- TV- Formates ist insofern in Frage zu stellen, als die Situation sich real ereignet hat oder inszeniert wurde.

Insgesamt werden also widerstreitende Strategien verwendet: Einerseits solche, die die klassischen Konventionen der Fiktionalisierung von Spielfilm oder Fernsehserie bedienen, andererseits solche, die gerade gegen die Fiktionalisierung und eine narrative Schließung anarbeiten und, indem sie durch dokumentarisierende Verfahren einen Realitätscheck unterstützen, eine formale Distanz produzieren.²²¹

Das audiovisuelle Interview scheint sich mit seinen authentischen und wahrhaftigen Eigenschaften bei den Zuschauern so weit etabliert zu haben, dass es in inszenierten, teils fiktionalen Reality- Formaten mit großer Beliebtheit eingesetzt wird.

2.3. Die dokumentierte faciale Gesellschaft

Thomas Macho beschreibt die faciale Gesellschaft als eine, von Gesichtern dominierte. Das medialisierte Gesicht kommt Ende des 19. Jahrhunderts auf, wie eine Urkunde des menschlichen Interesses an der Facis. Außerdem wuchsen urbane Räume – Städte, Großstädte und Transportwege. Nicht bloß vereinzelte Privilegierte, sondern ganze Massen konnten mit erschwinglichen Automobilen und neben der Passagierschiffsfahrt ab der Hälfte des 20. Jahrhunderts, auch mit Verkehrsflugzeugen in kürzerer Zeit längere Strecken zurücklegen. Die Welt wurde zunehmend globalisiert- Wege, Menschen und Möglichkeiten verdichteten sich. Laut Eggo Müller bedingten sich Globalisierung und Medien gegenseitig. In seinem Text *Globalisierung und Medien*, beschreibt er die entscheidende Rolle der Medien im Prozess der Globalisierung „als Objekt wie als Moment eines Modernisierungsprozesses, in dem die Grenzen von Zeit, Raum und „Nation“ für die Ströme von Kapital, Konsumgütern und Kultur mehr und mehr an Bedeutung verlieren.“²²² Die „Verschiebung der Grenzen“ sah man auch anhand der Weltbevölkerung, die sich progressiv als ganzes wahrzunehmen schien. Ein Phänomen, dass die massenhaften (Dokumentar-)Filme in gewisser Weise aufzeigten: Das Interesse an der eigenen aber auch an einer fremdartigen – exotischen - Welt und an den Geschichten und Gesichtern seiner Bewohner. Der Film, und er war zuerst dokumentarisch, gab seinen Zuschauern ein voyeuristisches Fenster zur Welt. In einer

²²¹ Ebd., S. 99.

²²² Eggo Müller: *Globalisierung und Medien. Bericht eines ortsgebundenen Lesers*. In: *montage / av: Fernsehproduktion*. 10/1/2001. S. 9.

Zeit in der die technischen Erneuerungen der Verkehrsmittel, Reisen ermöglichten, taten die technischen Erneuerungen der fotografischen Geräte ein Ähnliches: In den dunklen Kinosälen, traten die Zuseher ein in die grenzenlose, weite Welt aus Licht. Innerhalb von Sekunden war ihr Bewusstsein jenseits des eigenen Alltags, auf Geschehnisse gerichtet, die sich zuvor tausende Kilometer entfernt abgespielt haben konnten. So verdichteten sich die Gesichter nicht nur auf den Straßen, sondern auch in den Köpfen der Kinozuseher.

Frank Kessler beschreibt in seinem Text *Das Attraktionsgesicht* die Begierde nach Exotik, die nicht nur in den zahlreichen Reisebildern²²³ zur Schau gestellt wurden, sondern auch in den Gesichtern anderer:

Bis weit in die zehner Jahre hinein werden in einer – meist von einem entsprechenden Zwischentitel eingeleiteten- Sektion, die in vielen Produktionen dieser Art als ein in sich geschlossenes Segment erscheint, „Typen und Physiognomen“ aus der jeweiligen Weltregion präsentiert. Als Gruppenbilder oder Großaufnahmen einzelner Gesichter wird das Fremde oder Fremdartige zur Schau gestellt (wobei es durchaus auch um die Exotik innerhalb der eigenen Kultur gehen kann: die Bretonen in Frankreich, die Bewohner Volendams in den Niederlanden...) Trachten und Hüte, Frisuren und Schmuck, aber eben auch die Gesichtszüge werden präsentiert, oft genug in einem direkten face à face mit dem Zuschauer.²²⁴

Die Zuseher fanden sich selbst in der Exotik, in den Gesichtern und im Umfeld der anderen wieder. Das „Fremde (wird) zu einem Gegenüber“, beschreibt Kessler die Gegenüberstellung des Zusehergesichts und dem des Dargestellten.²²⁵ Durch den Film „blickt der Zuschauer auf etwas, als dessen Teil er sich selbst begreift,“²²⁶ und er konnte sich eine Vorstellung darüber machen, wie das bis dahin für ihn Unbekannte aussah:

Wie sich die Europäer das Leben in ihren Kolonien vorstellten, bestimmten die Dokumentaristen, die mit der Zurschaustellung indigener Tänze, Rituale und Gebräuche das Publikum auf ihre Seite zogen.²²⁷

²²³ War Edisons Kamera zu schwer, so gaben die Kameras der Lumière-Brüder mit ca. 5kg die Möglichkeit mobil filmisch zu arbeiten. Ab 1897 konnte sich jeder eine Lumière-Kamera kaufen und so entstand ein Boom des dokumentarischen Films, der ein Jahrzehnt über den fiktionalen Film dominierte: Vgl. Ascan Breuer: Der Dokumentarfilm, S. 19.

²²⁴ Frank Kessler: *Das Attraktionsgesicht*. In: *Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes*. S. 73.
²²⁵ Ebd.

²²⁶ Ascan Breuer: *Der Dokumentarfilm*, S. 9.

²²⁷ Ebd., S. 19.

Zu einer globalen Verdichtung der Gesichter und Orte, tat neben den beschriebenen Entwicklungen, die Entstehung des Fernsehens ab den 40er Jahren, ihr Übriges. Thomas Elsaesser beschreibt den Film als ein Fenster zu Welt, doch die vielen Fenster, die sich über das Fernsehen auftun, führen eher zu einem großen ganzen Durcheinander:

Früher ging man ins Kino, weil es ein voyeuristisches Fenster zur Welt eröffnete. Die Allgegenwart des Fernsehens hat nicht nur die Beziehung der beiden Medien zueinander verändert: sie hat so viele Fenster geschaffen, dass es fast keine Wände mehr gibt, und auch keine Welt. (...) Der Widerspruch der sich auftut, ist der einer sich immer mehr monadisierenden Gesellschaft, die ihre Mitglieder über die Medien aneinander bindet, was bedeutet, sie emotional an eine Vielzahl von Geschichten zu beteiligen, die nicht die ihren sind, während zugleich der Glaube an das Singuläre, Zusammenhängende und Individuelle bekräftigt wird.²²⁸

Der Widerspruch, den Elsaesser artikuliert, ist als Tugend des audiovisuellen Interviews zu sehen. Es verlinkt die Zuseher, knüpft Verbindungen, und lässt einseitige Bekanntschaften entstehen, wo eigentlich keine sind. Es lässt sie Anteil nehmen an den Geschichten anderer, stellt Gemeinsamkeiten unter den Zusehern her und grenzt sie gleichsam in ihrer Unterschiedlichkeit ab. Das audiovisuelle Interview verbindet den Einzelnen zum Ganzen (sowohl den Interviewten, wie auch den Zuseher), nimmt ihn aber gleichzeitig auch heraus - schneidet ihn als Individuum aus der anonymen Masse Seinesgleichen.

Der Fernsehschirm hat Schwierigkeiten, Massen zu zeigen – aber das Fluidum, das eine einzelne Persönlichkeit auszustrahlen vermag, überträgt er mit faszinierender Eindringlichkeit.²²⁹

Darin versteht sich mitunter die Aufgabe des audiovisuellen Interviews- einer einzelnen Persönlichkeit, eine Plattform zu geben. Eine Persönlichkeit die womöglich die Masse repräsentiert.

2.3.1. Italienischer Neorealismus- das porträtierte Volk

Der Zuseher, der sich anhand der Geschichte des Individuums auf dem Bildschirm oder der Leinwand als Teil eines Ganzen versteht- dieses Phänomen findet sich auch

²²⁸ Thomas Elsaesser: "Un train peut en cacher un autre". Geschichte, Gedächtnis und Medienöffentlichkeit. In: montage/ av. S. 13 – 14.

²²⁹ Werner Pleister Zit In: Harald Keller: Die Geschichte der Talkshow in Deutschland. S. 130.

im Film wieder. Dabei sticht besonders der neorealistische Film hervor, der fernab von Hollywood, anfänglich in Italien, zu einer wahren Bewegung wurde. Aufgrund der Zerstörungen des zweiten Weltkrieges (die nicht nur die Gebäude, sondern auch die traumatisierten Menschen betrafen), war eine neue Art des Filmmachens von Nöten. Die Regisseure suchten, nachdem auch die meisten Filmstudios zerstört wurden, nach neuen Drehorten und fanden sie auf der Straße, begünstigt auch durch die neueren und leichteren Filmkameras.²³⁰ Von zentralem Interesse war die, vom Krieg- zerrüttete Gegenwart mitsamt seinen Menschen:

Es ist eine Suche nach künstlerischer wie auch ideologischer oder moralischer Identität, die geprägt ist durch die Aufarbeitung der Gegenwart, welche aber nur durch die Verarbeitung der jüngsten Vergangenheit möglich sein kann. Es ist im Nachhinein betrachtet der Versuch einer Konstruktion eines kollektiven Gedächtnisses, das in der Summe seiner Wahrnehmung, zwischen privater und öffentlicher Erinnerung, das Leben als Ganzes beansprucht – nicht mehr, und nicht weniger.²³¹

Die Geschichte eines ganzen Volkes, wurde so anhand weniger Protagonisten erzählt. So entstand ein Identifikationsraum aus Erfahrungen, die „dieselben waren, wie jene der Zuschauer selbst“.²³²

Ähnlich dem audiovisuellen Interview, das Einblick geben kann- über die Erzählung eines Einzelnen- wie sich ein Ereignis oder ein Trauma für ein ganzes Volk angefühlt hat. Gian Piero Brunetta schreibt über den neorealistischen Film: „Einer der größten Verdienste des Nachkriegskinos ist gebunden an die Fähigkeit, Personen von der Straße in das Zentrum der Leinwand zu rücken, und dies so, dass ihre Gesichter, ihre Gesten, ihre Art sich auszudrücken, ihre Träume und Bedürfnisse, ihre anonymen Geschichten zum Spiegel eines kollektiven Zustands werden.“²³³ Der „reale“ Mensch ist Zentrum der Geschichte, zusätzlich unterstützt von der Tatsache, dass es sich bei den Darstellern um Laien handelte und nicht um geschulte Schauspieler. So hat der Zuseher einen persönlicheren Zugang und kann sich leichter mit dem Darsteller identifizieren. Der Film bekam aufgrund der authentischen Menschen und Schauplätze mehr Glaubwürdigkeit, was eine Aufarbeitung erleichtern konnte.

²³⁰ Vgl. Benjamin Feichter: Aufbruch in die Moderne. Die Überwindung des Neorealismus bei Antonioni und Fellini, Wien: Universität Wien, 2008. S. 10.

²³¹ Ebd., S. 8.

²³² Ebd., S. 10.

²³³ Gian Piero Brunetta: Cent'anni dei cinema italiano. S. 98.

Alles, was in den 40ern noch schauspielerisches Tabu war, war plötzlich erwünscht. Man sollte nicht spielen, sondern das Gespielte leben.²³⁴

„Ich will die Dinge nicht interpretieren, manipulieren, sondern ich will sie zeigen, wie sie sind“²³⁵, sagte Roberto Rossellini zu der kollektiven Bewegung des Neorealismus, die zwar existierte, aber keine manifestierten Spielregeln befolgte. Anders als beim Spielfilm mit vorgegebenem Text und ausgewählten schönen Gesichtern, verstand es der neorealistische Film, den Wunsch des Zusehers nach Authentizität und naheliegender Identifikation zu nähren. Das audiovisuelle Interview funktioniert in non- fiktionaler Form nach ähnlichen Prinzipien- denn es sind die „Menschen von Nebenan“ die hier ihre Geschichte erzählen dürfen.

2.3.1.1. Der innere Neorealismus

Michelangelo Antonioni gilt neben Fellini, de Sica und Rossellini, als einer der wichtigsten Vertreter der neorealistischen Bewegung und sagte später von sich, mit dem Film GENTE DEL PO, welcher Arbeiter und Fischer am Po dokumentiert, einen Grundstein für den Neorealismus gelegt zu haben. Als erster hätte er sich in einem Film für die einfachen Menschen interessiert und sich dafür den Neorealismus erst einmal erfinden müssen.²³⁶

Womöglich hat er mit dem Film über die einfachen Leute, den Grundstein für den Neorealismus gelegt, mit CRONACA DI UN AMORE und EUROPA`51 hob er den neorealistischen Film auf eine weitere Ebene- dem inneren Neorealismus. Zu einer Zeit, in welcher der Neorealismus ein Umdenken erforderte, in der die kritischen Stimmen immer lauter wurden, entwickelte Antonioni eine intensivere Form des neorealistischen Films:

Der Neorealismus hatte schon längst damit begonnen sich in seinen eigenen Formeln festzufahren und zerbröckelte langsam aber sicher am Wandel der Zeit; waren die meisten Filme doch inhaltlich noch immer an den Themen der ersten Nachkriegsjahre orientiert, während der Wirtschaftsaufschwung den gesellschaftlichen Wandel schon längst eingeleitet hatte.²³⁷

²³⁴ Benjamin Feichter: Aufbruch in die Moderne. S. 12.

²³⁵ Zit. In: Rainer Gansera: Rossellini, Outsider in V' 97 Roberto Rossellini. Eine Retrospektive der Viennale in Zusammenarbeit mit dem österreichischen Filmmuseum, Wien: 1997, S. 5.

²³⁶ Benjamin Feichter: Aufbruch in die Moderne, S. 30.

²³⁷ Ebd., S. 23.

Der innere Neorealismus ist „mehr als ein Bruch, eine Vertiefung und eine Erweiterung der Überwachung der Realität“²³⁸ – hier geht es um die inneren Vorgänge der Protagonisten- die Erfahrungen, Erinnerungen und Gefühle: Das Äußere- die Geschichte, gekoppelt an das Innere- seine „individuelle Geschichtlichkeit.“²³⁹ Neben den gängigen Kameraeinstellungen des Neorealismus- der Totale und der Nahaufnahme, fand Antonioni auch neue Ausdrucksmöglichkeiten in der filmischen Darstellung. In *CRONACA DI UN AMORE*, arbeitete er mit Plansequenzen und zeigte in längeren Einstellungen als üblich, äußere Reaktionen der inneren Vorgänge- jedoch immer im Zusammenhang mit der unmittelbaren Umgebung. So lässt Antonioni seine Charaktere zwar auch weiterhin als Repräsentanten ihres sozialen Milieus auftreten, doch eher zeichnet er sie als Menschen mit jeweils eigenen Geschichten in ihrem sozialen Umfeld. Antonioni untersucht wie sich die innerlich abgespeicherte Vergangenheit nach außen hin äußert. „Der Mensch gegenüber seiner Umgebung und der Mensch gegenüber dem Menschen“²⁴⁰, schreibt Giorgio Tinazzi.

Was der Innere Neorealismus für den Neorealismus, ist das audiovisuelle Interview für die Dokumentation? Eine gewagte Vermutung- Vorrangig geht es immer um eine Geschichte oder einen Sachverhalt, der erzählt wird, doch im Inneren Neorealismus, wie auch im audiovisuellen Interview geht es zusätzlich um die persönliche Sicht, das Äußere über das Innere vermittelt. Die Art und Weise wie Geschichten in den meisten Fällen erzählt werden, nämlich über mindestens einen Protagonisten, über den große Sachverhalte wie historische Ereignisse oder Gefühle vermittelt werden, scheint in den meisten Kulturen tief verankert zu sein. Das Format, ob eine Dokumentation oder die Abendnachrichten, bekommt mit den persönlichen, audiovisuellen Interviews ein oder mehrere Gesichter, und damit den menschlichen und persönlichen Zugang beim Rezipienten. Ein audiovisuelles Interview kann der Sendung ein Gefühl verleihen, ihm eine Farbe geben. Gleichzeitig sollte ein Bewusstsein darüber herrschen, dass ein audiovisuelles Interview damit aber auch die gesamte Sendung einfärben kann und der Zuseher den Inhalt nur noch aus den „Augen des Interviewten“ sieht.

²³⁸ Carlo di Carlo: „Il cinema di Michelangelo Antonioni“. Biennale di Venezia. Venedig: Editrice II Castoro, 2002. S. 18.

²³⁹ Benjamin Feichter: Aufbruch in die Moderne. S. 32.

²⁴⁰ Giorgio Tinazzi (Hrsg.) Antonio Michelangelo: „Fare un film è per me vivere. Scrutti sul cinema. Venedig: Marsilio: 1994. S. 63.

Eine Sendung mit all seinen Elementen, seiner Dramaturgie und Montage- und sei es alleine die Tatsache, dass ein Anfang und Ende besteht- ist ein Konstrukt- diese Tatsache kann vom Gestalter nicht umgangen werden, doch kann bewusst möglichst transparent und neutral gearbeitet werden, wenn das Produkt authentisch und wahrhaftig sein soll.

2.3.1.2. Jacques Aumont: Der porträtierte Mensch

Das audiovisuelle Interview ist unter die journalistische Gattung, eher als die fiktionale, zu reihen. Was beide Gattungen gemein haben, ist der Mensch im zentralen Fokus um den sich die Geschichte dreht- und wieder der Mensch, der sie vermittelt- ob in fiktionaler oder journalistischer Form. Im Zentrum des Films, war von Anfang an der Mensch- das menschliche Gesicht. Ob in Grimassen verzerrt oder ausgestellt als fremdartig-exotisch - bevor das inszenierte Stargesicht die Leinwand beherrschte, dominierte das Gesicht als „echtes“, oder wie Jacques Aumont es nennt: das des „unschuldigen und vollständigen Gesichts“.²⁴¹

Dieses Gesicht sollte im italienischen Neorealismus zurückkehren und erneut die Leinwände Europas erobern. Euphorisch schreibt Aumont in seinem Text *Der porträtierte Mensch*:

Als sich in der Nachkriegszeit die zweite (oder dritte) große Revolution der Kinogeschichte ereignete, erfasste sie zwangsläufig auch das Gesicht. Doch blieb sie weit davon entfernt, eine ohnehin unmögliche Rückkehr zum Stummfilm herbeizuführen. Vielmehr bewirkte sie einige Transformationen des Normalgesichts, das sich im Tonfilm durchgesetzt hatte.²⁴²

Aumont sieht im Neorealismus, eine filmische Revolution. In dieser Form des Films wurde zwar auf Bestehendes zurückgegriffen- auf das Normalgesicht. Trotzdem handelt es sich dabei nicht um einen Rückschritt, sondern vielmehr einen Fortschritt, denn ausgestattet mit diesem „alten neuen“ Gesicht, schritt der Film in eine neue Ära voran- dem neuen Realismus:

Diese Modernität war laut Definition eine Folge des zweiten (Welt)Kriegs und seiner Schrecken. Aus ihnen sei eine neue Richtung hervorgegangen, die das Kino über das Dokumentarische zu einem neuen Realismus geführt haben soll. In diesem Kontext erlangt der neorealistische Mythos vom Nicht- Schauspieler

²⁴¹ Jacques Aumont: Der porträtierte Mensch. In: montage/ av: Das Gesicht im Film. S. 15.

²⁴² Ebd.

seine volle Bedeutung: Der Neorealismus findet seinen Ausdruck demnach in einem Kino des Körpers, dem, ohne jegliche Vermittlung durch den Schauspieler und fast ohne die Vermittlung der Figur, der wirkliche Mensch innewohnt (...). Dieses Gesicht wäre im Grunde das erste eigentlich menschliche Gesicht des Kinos(...).²⁴³

Jacques Aumont sieht das Gesicht als den „Ort der Menschlichkeit selbst“²⁴⁴ und da sich der neorealistische Film in der europäischen Nachkriegszeit um die menschliche Person dreht und das „als Menschliches dargestellte Menschliche“²⁴⁵, gibt es kein besseres Gesicht als das „mit einer neuen Funktion versehene Gesicht“:²⁴⁶

In ihm findet sich nicht mehr die abstrakte und kalte Schönheit der *photogénie* und weniger noch die hergestellte und verlogene Schönheit des Glamour, sondern eine persönliche, innere Schönheit, die wahrhaftig Widerschein der Seele ist.²⁴⁷

Es ist dieses Gesicht das Aumont beschreibt, welches auch das Gesicht des audiovisuellen Interviews bedeutet. Denn vorrangig will es keinen Star zeigen, keine Masken- auch das tut es- sondern den Menschen in seiner Menschlichkeit vorführen, seiner menschlichen Substanz mit seinen Erinnerungen, seiner Geschichte, die sich im Gesicht niederschreiben. In seinen aussagekräftigen mal zerstreuten, mal klaren Gesichtszügen und in seinen Emotionen - ist das Menschliche immer vorrangig. Verpackt in ein Format, das entweder dem Menschen oder dem Inhalt seines Gesagten, Gewicht verleiht, sieht sich der Zuseher doch stets dem Menschen gegenüber. So schreibt auch Aumont über dieses Gesicht:

Das menschliche Gesicht ist in dieser Zeit in erster Linie Gesicht des Menschen im Allgemeinen und erst danach das Gesicht einer bestimmten Person. Wie stark es auch typisiert sein mag (...), es behält immer auch etwas von einem anonymen Gesicht. Wenn es der mit einem Gesicht verbundene Name erlaubt, eine symbolische Beziehung zu anderen Gesichtern einzugehen, so ist die erste Handlung des Films der fünfziger Jahre, diesen Namen vergessen zu wollen.²⁴⁸

Auch im audiovisuellen Interview ist das Gesicht in erster Linie Gesicht des Menschen im Allgemeinen- auf dieser Ebene kann die Identifikation stattfinden, auf

²⁴³ Ebd., S. 15- 16.

²⁴⁴ Ebd., S. 26.

²⁴⁵ Ebd., S. 22.

²⁴⁶ Ebd., S. 24.

²⁴⁷ Ebd.

²⁴⁸ Ebd., S. 23.

dieser Ebene kommuniziert der Interviewte mit dem Zuseher- und ist erst danach das Gesicht einer bestimmten Person. Hier wird der Name eingeblendet, womöglich die berufliche Funktion oder der Grund des Interviewauftrittes. Hier spiegelt sich das Gegenüber und die Umgebung wieder, hier wird unbewusst wie bewusst oder geschult kommuniziert. Unter all dem jedoch befindet sich das wahrhaftige Gesicht, das nichts ist, als das menschliche Gesicht.

2.4. Marshall McLuhan – heiße und kalte Medien

In seinem 1968 verfassten Buch *Die magischen Kanäle*, schreibt Herbert Marshall McLuhan über die Wirkung und Auswirkung von heißen und kalten Medien. Er teilt die gängigen unterschiedlichen Medien als „kalt“ oder „heiß“ ein, je nach der Art wie sie konsumiert werden. Als heißes Medium, versteht McLuhan eines, das „nur einen Sinn der Sinne allein erweitert, und zwar bis etwas „detailreich“ ist.“²⁴⁹ Darunter reiht er die Fotografie, den Film und das Radio, aber auch Medien in rein geschriebener oder verbaler Form:

Jedes heiße Medium lässt weniger persönliche Beteiligung zu als ein kühles, wie ja eine Vorlesung weniger zum Mitmachen anregt als ein Seminar und ein Buch weniger als ein Zwiegespräch.²⁵⁰

Bei einem heißen Medium kann man sich also besser auf die Details konzentrieren, weil man nicht zur schnellen Beobachtung und Konsumation oder einer geistigen Vervollständigung gezwungen ist. Wie etwa beim Fernsehen, das McLuhan ausdrücklich in den Bereich „kalte Medien“ reiht:

Ein kühles Medium, ob es nun gesprochenes Wort, die Handschrift oder das Fernsehen ist, gibt dem Hörer oder Benutzer viel mehr zu tun als ein heißes Medium. Weil das Fernsehen detailarm ist, ergibt sich eine starke Beteiligung des Publikums.²⁵¹

Der Zuseher ergänzt und vervollständigt also, laut McLuhan mehr, als er es beim Film tut. Als würde es sich um eine Form der Überforderung handeln, erläutert McLuhan:

²⁴⁹ Herbert Marshall McLuhan: *Die magischen Kanäle*. Understanding Media. Düsseldorf/ Wien: ECON – Verlag GmbH, 1968. S. 44.

²⁵⁰ Ebd., S. 46.

²⁵¹ Ebd., S. 483.

Das Fernsehbild bietet dem Besucher etwa 3 000 000 Punkte pro Sekunde. Davon nimmt er nur ein paar Dutzend in jedem Augenblick auf, um sich daraus ein Bild zu machen.²⁵²

Der Zuseher ist demnach gar nicht in der Lage ein Fernsehbild, in der kurzen Dauer seines Stillstands, vollständig wahrzunehmen. Und auch die vielen Gesichter, können nicht alle auf einmal in ihren Details betrachtet werden:

Und während ein Hochglanzfoto von der Größe eines Fernsehschirms ein Dutzend Gesichter mit allen Einzelheiten gezeigt werden, sind ein Dutzend Gesichter am Fernsehschirm nur ein verschwommener Gesamteindruck.²⁵³

Aufgrund der Eigenschaften, nach denen McLuhan ein Medium als entweder kaltes oder heißes klassifiziert, lässt sich schließen, dass das audiovisuelle Interview in beiden Bereichen untergeordnet werden kann.

Es ist dann ein heißes Medium, wenn davon ausgegangen wird, dass nur der Interviewte im Bild zu sehen ist und so für den Zuseher die Möglichkeit besteht, dass die Konzentration auf dem Gesicht verweilen kann- so lange „bis etwas „detailreich“ ist.“ Es handelt sich dann um einen klaren Eindruck des Gesichtes „mit allen Einzelheiten“ und nicht um einen „verschwommenen Gesamteindruck“.

Als kaltes Medium, ist das audiovisuelle Interview dann zu verstehen, wenn der Zuseher aufgrund der Erzählungen des Interviewten die Bilder dazu in seinem Kopf vervollständigen muss, weil sie nicht visuell eingeblendet werden. Die Aufmerksamkeit ist daher besonders gefragt, weil es sich beim audiovisuellen Interview, das womöglich keine abwechslungsreichen Bilder bietet, mehr auf Zuhören ausgerichtet ist.

Das audiovisuelle Interview schlägt daher die Brücke zwischen heißen und kalten Medien.

McLuhan scheint das Fernsehen als eine Bedrohung der nicht entgangen werden kann, zu empfinden: „Ist Immunität gegen das Wirken eines neuen Mediums wie etwa das Fernsehen überhaupt möglich?“

²⁵² Ebd., S. 474.

²⁵³ Ebd., S. 480.

Außerdem habe das Fernsehen die Sinneswahrnehmung des Zusehers grundlegend verändert²⁵⁴:

Das Fernsehen hat unser Sinnesleben und unsere geistigen Prozesse verändert. (...) Das Publikum verlangt seit dem Aufkommen des Fernsehens durchweg nicht nur nach tieferem, sondern auch umfangreicherem Wissen.²⁵⁵

Und auch die zunächst als elitär geltende Berufung des Stars, ändert sich mit dem Aufkommen des Fernsehens zunehmend. So schreibt Petra Löffler über das Fernsehen, als eines das „die Bedeutung des Startums verringert hat“, denn „In dieser Hinsicht hat McLuhan durchaus recht behalten: Im Fernsehen kann heute im Prinzip jeder, wenn auch nur für Minuten, zum Star werden.“²⁵⁶ Wenn ein *Jedermann*²⁵⁷ für einige Sekunden im Fernsehen gezeigt wird, um beispielsweise eine Meinung kundzutun, dann ist er für kurze Zeit, „wenn auch nur für Minuten“ womöglich ein Star. Das audiovisuelle Interview ist kein Privileg für wenige „wichtige“ Menschengattungen, wie Stars oder Politiker, sondern ein Genre, das dem Interviewten nur eine Grundvoraussetzung bildet: visuell wie auditiv, ein vermittelndes Subjekt zu sein. Erst die verschiedenen Fernsehformate geben dem Interviewten den zugehörigen Ort seiner Erscheinung. So tritt der interviewte Jedermann womöglich in einem Nachrichtenformat als Zeuge auf, der Politiker in einer Diskussionsrunde und der Prominente als Stargast in einer abendfüllenden Show. Das Format typisiert nicht nur die Interviewten, sondern auch das audiovisuelle Interview. Dieses wird auf das Format, auf die Sendezeit und das Zielpublikum zugeschnitten.

2.5. Typisierungen des audiovisuellen Interviews

Die Basis eines Interviews sind zwei Person- eine fragt, die andere antwortet. Audiovisuell ist das Interview dann, wenn dieser (einseitige) Austausch über ein Bildmedium visuell und über selbiges ebenso hörbar, also auditiv, übertragen wird. Auf dieser Basis aufbauend, verzweigen sich vielfache Variationen, die von der Grundkonstellation von zwei- auf mehrere Interviewteilnehmer, von wenigen Fragen

²⁵⁴ vgl. Petra Löffler: Casting. In: Joanna Barck und Petra Löffler: Gesichter des Films. S. 50.

²⁵⁵ Herbert Marshall McLuhan: Die magischen Kanäle. S. 500.

²⁵⁶ Petra Löffler: Gesichter des Films. S. 50.

²⁵⁷ Der Begriff *Jedermann* bezeichnet hier den alltäglichen Menschen, der nicht als allgemein „bekannt“ gilt oder eine sonstige Funktion, wie die des Experten hat, sondern für *jeden Mann*, also jeden Menschen steht.

bis zum Gespräch, vom Interview als kleines zweckdienliches Element bis zum abendfüllenden Format reichen kann.

Aufgrund der vielen unterschiedlichen Varianten eines audiovisuellen Interviews, lässt es sich schwer als eine spezielle Gattung definieren. Das audiovisuelle Interview reicht von Journalismus, bis zu Film und Kunst, der Psychologie und dem Kriminalwesen. Ziel ist in jedem Fall Information und Einsicht, immer im Mittelpunkt: die Kommunikation. Im audiovisuellen Medium lässt sich das Interview unter der Gattung *Talk* einreihen. Harald Keller schreibt über die Talkshow:

Die Show ist die übergeordnete *Gattung*, die Talkshow eines ihrer *Genres*. Das Genre Talkshow wiederum setzt sich zusammen aus diversen *Subgenres*, die nicht immer klar zu definieren sind, weil sich häufig Mischformen ergeben.²⁵⁸

Das audiovisuelle Interview ist nicht immer Show. Doch anhand Kellers Beispiel, lässt sich ein ähnlicher Versuch mit dem audiovisuellen Interview anstellen:

Das Dokumentarische ist die übergeordnete *Gattung*, der Talk das *Genre*. Das Genre Talk wiederum setzt sich zusammen aus diversen *Subgenres*, die nicht immer klar zu definieren sind, weil sich häufig Mischformen ergeben.

Das audiovisuelle Interview befindet sich im filmischen Bereich unter den Genres Dokumentarfilm und dem Neo- Realismus, im TV- Bereich kreuzt es beinahe jedes Format und hat sich da bis zu eigenständigen Formaten vorgekämpft. Das audiovisuelle Interview scheint einen Grundbedarf des Zusehers zu stillen- ob voyeuristischer oder kommunikativer Natur. Der Wunsch nach dem menschlichen Gesicht und nach Geschichten anderer, ist einer, den das audiovisuelle Interview, seinem häufigen Erscheinen und seiner vielfachen Konsumation nach, zu erfüllen scheint. Jürgen Friedrichs und Ulrich Schwinges, zählen weitere nützliche Faktoren des audiovisuellen Interviews auf: Es sei lebendig durch seine O-Töne²⁵⁹, das Thema wird durch eine Person präsentiert, man erhalte Originalstellungennahmen verantwortlicher Personen, die Empfänger könnten sich besser mit den Befragten

²⁵⁸ Harald Keller: Die Geschichte der Talkshow in Deutschland. Frankfurt/M. : Fischer Taschenbuch Verlag, 2009. S. 20.

²⁵⁹ Abkürzung für Original- Töne, damit sind die hörbaren (im audiovisuellen Interview auch sichtbaren) Aussagen der Interviewten gemeint.

identifizieren und das Interview sei preiswert und spare Kosten.²⁶⁰ Neben den praktischen Nutzen für TV-Redakteure, hat das audiovisuelle Interview auch unter den Zusehern, eine hohe Nachfrage. Und auch Künstler und Filmemacher, sowie Werbeleute erkannten das Potenzial des audiovisuellen Interviews. So lässt es sich in den unterschiedlichsten Gattungen, Genres, Formaten, Formen und Arten unterordnen und kann als jedes der genannten ebenso alleine stehen.

„Es gibt viele Möglichkeiten, Interviews zu klassifizieren,“ schreiben Jürgen Friedrichs und Ulrich Schwinges, „z.B. nach der Zahl der beteiligten Interviewer und Befragten (z.B. Straßeninterviews (...), dem Medium (Hörfunk oder TV) oder der Art der Aufnahme (live, Aufzeichnung).“²⁶¹ Die wichtigste Unterscheidung sei aber, führen sie fort, ob es sich um ein Interview *zur Sache* oder um ein Interview *zur Person* handle.²⁶²

2.5.1. Das audiovisuelle Interview zur Sache

In dieser Form des audiovisuellen Interviews, steht ein Thema oder Sachverhalt im Mittelpunkt. Die Aussagen der Interviewten, betreffen hauptsächlich die Sache und/oder wie sie mit der Sache in Verbindung stehen. Das sach- oder ereignisbezogene Interview, wird meist mit einer Person geführt, die sich durch ihr besonderes Sachwissen, durch ihre (An-) Teilnahme oder ihre Sachzuständigkeit auszeichnet.²⁶³ Dabei kann eine Sendung ein Thema oder mehrere Themen behandeln und einen oder mehrere Experten dazu aussagen lassen. Es kann sich unter anderem um eine Aussage eines Betroffenen, Zeugen oder Entscheidungsträgers in einem Nachrichtenformat handeln, um eine Straßenumfrage zu einem aktuellen Thema, um ein Politikerinterview zu einer politischen Angelegenheit oder um ein Künstlerinterview zu seiner Arbeit.

Das Gesicht des audiovisuellen Interviews tritt in seiner authentischen und wie Jacques Aumont es nennt „wahrhaftigen“ Form auf. Trotz allem ist es ein Filmgesicht, das in seiner Wahrhaftigkeit ebenso eine Rolle zugeordnet bekommt. Die Masken der Bezeichnung und Unterordnung, lassen sich in einigen wenigen

²⁶⁰ vgl. Jürgen Friedrichs und Ulrich Schwinges: Das journalistische Interview. 2. Überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften /GWV Fachverlage GmbH, 2005. S. 12.

²⁶¹ Ebd., S.17.

²⁶² vgl. Ebd., S. 18.

²⁶³ vgl. Michael Haller: Das Interview. S. 85.

Kategorien untergliedern: Das Gesicht des Jedermanns- dem Mann auf der Straße, der den Bürger darstellt, kann auch als das des Experten, Wissenschafters oder in seiner speziellen Funktion, beispielsweise eines Kriminalbeamten auftreten. Eine weitere Kategorie wäre das öffentlich bekannte Gesicht, eines Politikers, Schauspielers oder Prominenten. In einem Format können auch alle Gesichtstypen vorkommen. In einer Talkshow treffen dann beispielsweise Gesichter der Öffentlichkeit in Form vom Talkmaster und seinen bekannten Gästen aufeinander, im Publikum befindet sich der Experte, beispielsweise in Form eines Psychotherapeuten, der seine Meinung zum Thema äußert, umringt von den Jedermann- Gesichtern der Zuseher. Doch ob es sich um ein Gesicht eines Jedermanns oder das eines bekannten Schauspielers handelt- das Resultat ist das gleiche: Über audiovisuelle Medien ausgestrahlt, wird das Gesicht zum Filmgesicht und, wenn auch nur für einen Augenblick, zum öffentlichen Gesicht.

2.5.1.1. Das Experteninterview zur Sache

Innerhalb der Kategorie der Gesichtstypen im audiovisuellen Interview, lässt sich eine weitere Unterscheidung anstellen- der, ob das Interview die Sache oder die Person behandelt. Der Gesichtstyp des Experten, kommt häufig in Bezug auf ein spezielles Thema- auf die Sache vor. Experten werden in den unterschiedlichsten Fernsehformaten herangezogen. Dabei kann es sich um tatsächliche Experten handeln oder um Personen, die als Experte dargestellt werden. In dem sie sich ausschließlich zur Sache äußern, liegt der Fokus weniger auf ihnen, als auf dem behandelten Thema. Beim Experteninterview, spielt die Ebene des Intraviews, wie auch seine Gestaltung, meistens eine minder wichtige Rolle als der verbale Inhalt des Interviews und „dient fast ausschließlich der Aufklärung und Deutung ungeklärter/ unverständener Vorgänge und Sachverhalte.“²⁶⁴ Das Experteninterview zeichnet sich dadurch aus, dass es eine objektive Sicht auf die Sache gibt. Der Experte gibt der Sache durch seine „fachliche Kompetenz und persönliche Unbefangenheit“²⁶⁵, einen glaubwürdigen und ernsthaften Charakter. Der interviewte Experte muss jedoch dabei die Brücke schlagen können, seine Aussage zwar exakt und professionell klingen zu lassen, dabei aber immer noch im Verständnis der Zuseher zu sprechen- also ohne fachsprachliche Formulierungen und ohne sich zu sehr im Detail zu verlieren.

²⁶⁴ Ebd., S. 138.

²⁶⁵ Ebd.

2.5.1.2. Jedermann- der alltägliche Mensch im Interview zur Sache

Die Bezeichnung *Jedermann* betrifft den interviewten Alltagsmenschen. Zwar nicht weniger wichtig als ein Prominenter, Politiker oder Experte, soll diese Form des Interviewten im reinen Bezug auf die Sache, dennoch nur dazu dienlich sein, nicht vordergründig wegen seiner Person oder speziellen Berufung interviewt zu werden, sondern schlicht um in der Rolle des „allgemeinen alltäglichen“ Menschen auszusagen. Der Interviewte als Jedermann tritt oft in Straßenumfragen, den sogenannten *Vox Pop*²⁶⁶ auf, um als Stimme des Volkes zu fungieren:

Das Interview hat den Zuschnitt einer kleinen, unsystematischen Umfrage. Es sind farbige, doch flüchtige Momentaufnahmen gleichsam Schnappschüsse, die aus dem breiten Meinungsspektrum nur einen kleinen Ausschnitt bieten. Gut präsentierte Straßeninterviews können gleichwohl über das aktuelle Stimmungsbild orientieren; sie zeigen einen Ausschnitt aus dem Lebensalltag (...).²⁶⁷

So werden die Namen der Interviewten oft nicht einmal angezeigt, wichtig ist in diesem Fall nur deren Meinung als Mensch. Im englischsprachigen Raum, wird diese Form des Interviews auch „Man on the street- Interview“ genannt.²⁶⁸

Ähnlich wie in der Ursprungsform des italienischen neorealistischen Films, fungiert der Protagonist stellvertretend für sein soziales Umfeld oder ein Ereignis/ Thema, das ein ganzes Volk betrifft und interessiert. Diese Rolle des Interviewten, ist in besonders geringer Distanz zu seinen Zusehern. Der Glaubwürdigkeitsfaktor ist hoch, denn der (teils anonyme) Interviewte äußert seine persönliche Meinung (unter der Bedingung, dass er dadurch nicht gefährdet wird). Gleichzeitig kann eine Meinungsumfrage einen manipulativen Charakter haben, da nur ein Ausschnitt aller Meinungen gezeigt wird und das Gleichgewicht daher nicht immer stimmt. Doch nicht nur in Straßenbefragungen, sondern in vielerlei Form und Format wird der Jedermann eingebaut, ob als interviewter Zuschauer im Publikum, als „Bürger“,

²⁶⁶ Von *vox populi*- aus dem lateinischen übersetzt: die Stimmen der Bevölkerung.

²⁶⁷ Michael Haller: Das Interview. S. 143.

²⁶⁸ Vgl. Nathalie Iványi: Alltagsmenschen als inszenatorische Ressource von Fernsehshows. Eine Skizze produktionstheoretischer Erklärungsansätze. Montage AV: Fernsehproduktion 10/1/2001. S. 55.

der einen Politiker befragen darf²⁶⁹, oder indem sein Leben anschaulich gemacht werden soll, im Sinne von: „Menschen untereinander und mit unseren Zuschauern bekannt machen, die in irgendeiner Weise von sich reden machten, die aber nicht unbedingt zu den „großen Tieren“ gehören.“²⁷⁰ Das große Zuschauerinteresse am Jedermann, zeigt sich anhand der wahren Flut verschiedener Reality- und Castingformate und Talkshows. Da kommt es auch immer wieder vor, dass aus einem Jedermann oder auch einem „Mann auf der Straße“ ein Fernsehstar wird. Nathalie Iványi bezeichnet den Alltagsmenschen in ihrem gleichnamigen Text als „inszenatorische Ressource von Fernsehshows“ und schreibt:

Die Fernsehwelt ist schon lange nicht mehr den professionellen Stars und Prominenten, den Experten und Spezialisten aus Unterhaltung, Politik, Sport und Kultur vorbehalten, sondern hat sich zu einer Bühne verwandelt, auf der immer häufiger und thematisch allumfassend (d.h. anlass- übergreifend) der Alltagsmensch, mein Alltags- Zeitgenosse, der „Mann auf der Straße“ seinen Platz gefunden hat. Man trifft ihn in Talkshows, Gameshows, Beziehungsshow oder auch Unterhaltungsserien á la Reality- TV (BIG BROTHER) und überlässt es zunehmend diesem medial unerfahrenen, inszenatorisch ungeschulten Alltagsmenschen, den Zuschauer – also seinen kaum noch „strukturverschiedenen“ Adressaten – zu unterhalten.²⁷¹

So kommt es vor, dass der Jedermann nicht zur Sache, sondern zu seiner eigenen Person interviewt wird.

2.5.2. Das audiovisuelle Interview zur Person

Im Gegensatz zum audiovisuellen Interview zur Sache, steht bei dieser Form des Interviews, die Person im Mittelpunkt des Interesses. Entweder spricht der Interviewte über sich selbst, oder- und hier verschwimmt die Grenze zwischen dem Interview zur Sache und dem zur Person- andere Interviewte äußern sich zur besprochenen Person. In diesem Fall ist die Person die „Sache“. Michael Haller beschreibt diese Form des Interviews als:

²⁶⁹ vgl. Harald Keller: Partizipative Öffentlichkeit- Bürger fragen- Politiker antworten. In: Die Geschichte der Talkshow in Deutschland. Frankfurt/M.: Fischer: 2009. S. 188- 192.

²⁷⁰ Ebd., S. 145.

²⁷¹ Nathalie Iványi: Alltagsmenschen als inszenatorische Ressource von Fernsehshows. Eine Skizze produktionstheoretischer Erklärungsansätze. Montage AV: Fernsehproduktion 10/1/2001. S. 55.

Das auf die Person fixierte Interview, bei dem es vor allem um Erlebnisse und Erfahrungen, um Denk- und Verhaltensweisen der befragten Person geht (wie bemerkenswerte Persönlichkeiten, Künstler, Prominente, Außenseiter).²⁷²

Die Person bekommt über das audiovisuelle Interview eine Plattform sich ausdrücken und präsentieren zu können. Hier kommt wieder der Aspekt der Öffentlichkeit ins Spiel- die Art und Weise, wie sich der Interviewte zeigt und gibt, hat einen Einfluss und in vielen Fällen eine Auswirkung auf sein Image.

2.5.2.1. Eine Bühne für die Imagekonstruktion

Sobald der Interviewte sich in der Situation befindet, sich selbst darstellen zu können, also (zunächst innere) Entscheidungen über seine äußere Erscheinung, seine Verhaltensweisen und seine verbalen Äußerungen trifft, entsteht für ihn eine Bühne. Ob ein Experte, ein Jedermann oder eine Person mit prominentem und öffentlichem Status, ob zur Sache oder zur Person, über das audiovisuelle Interview hat der Interviewte einen öffentlichen Auftritt- und kann sich dementsprechend bewusst In-Szene- Setzen. Ein Interview kann weitreichende Konsequenzen für den Betroffenen haben- im Positiven wie im Negativen- und angesichts dessen, genützt oder gesteuert werden. Es entsteht im wahrsten Sinne des Wortes, ein *Image* der interviewten Person. Dieses Image kann bewusst hergestellt und aufgebaut werden. Meistens sind es Personen der Öffentlichkeit, die sich bewusst ihres Images, über das audiovisuelle Interview zeigen und inszenieren. Für Politiker und Künstler, beeinflusst ihr Auftritt, wie die Öffentlichkeit sie wahrnimmt, also weitestgehend ihre Arbeit und Karriere. Anna McCartys schreibt dazu in ihrem Text *Regieren per Fernsehen*, dass

der „public service“ stets mit „public relations“ einhergeht, mit Öffentlichkeitsarbeit und damit letztlich auch mit „public opinion management“, mit der Steuerung der öffentlichen Meinung.²⁷³

Das audiovisuelle Interview kann als persönliche PR genützt werden, denn es ermöglicht eine bewusste Steuerung der öffentlichen Meinung über das Image des

²⁷² Michael Haller: Das Interview. S. 86.

²⁷³ Anna McCarty: Regieren per Fernsehen? TV- Filme im Dienste der Öffentlichkeit und die Archive der Frühzeit des US-amerikanischen Fernsehens. Montage AV: Fernsehhistoriographie. 14/1/2005. S. 120.

Interviewten. Knut Hickethier beschreibt das Image als ein Konstrukt, „ein verallgemeinertes Bild, das sich vom Konkreten des Dargestellten löst.“²⁷⁴

Das Image des Interviewten muss also nichts mit der wahren Person und seiner privaten Persönlichkeit gemein haben. Das Image soll förderlich für seine Arbeit sein. Der Politiker nützt das audiovisuelle Interview beispielsweise als Plattform, seine politischen Ziele zu verbreiten und durchzusetzen oder sich als kompetenten Politiker zu zeigen oder zu inszenieren. „Gute Propaganda,“ schreibt McCarty „(...) ist als Propaganda nicht zu erkennen, sondern stellt sich als etwas anderes dar: Als Unterhaltung oder als Information.“ Der Journalist wiederum hat die Aufgabe, hier die Kontrolle zu bewahren, damit das Interview eben nicht zum Propagandamittel des Politikers oder seiner Partei wird. Im Idealfall ist der Journalist das Sprachrohr der Bevölkerung und nützt das audiovisuelle Interview für mehr Transparenz und für die Klärung unbeantworteter Fragen. Je kontrollierter, dominanter und direkter der Journalist mit seinem politischen Interviewgast umgeht, desto kompetenter wirkt er selbst auf die Zuseher- das audiovisuelle Interview kann also gleichfalls für den Journalisten als eine Plattform für seine Imagebildung dienen. Talkformate drehen sich zwar häufig vordergründig um die Interviewgäste, doch Konstante und Kulisse, bilden oft der Journalist oder der Moderator. Deren (gutes) Image kann sich über besonderen Humor, ausgezeichnete Fragen, eine direkte Art und Ungeschorenheit oder besonders exakte und tiefgreifende Recherchearbeit bilden.

Das Image eines Interviewten setzt sich aus unterschiedlichen Faktoren zusammen: Aussehen, Attitüde, Sprache und Rede tragen zum Bild bei, welches der Zuseher vom Interviewten bekommt und das sich in seinem Kopf festsetzt. Henry Taylor und Margit Tröhler beschreiben wie eine gefilmte Person über ein Bildmedium übertragen, Wirkung erzielt- reduziert schlicht auf den *Körper im Bild*:

Im Glanz seiner Inszenierung erhält der Körper eine außergewöhnliche Präsenz auf der Leinwand, wird zum (erotischen) Blickfang, erhält ein filmisches Image (...), dessen Höhepunkt der Star darstellt. Durch die Natur des filmischen Signifikanten imaginär aufgeladen, wird er zum Träger einer nicht völlig festzumachenden versinnlichten Bedeutung, ein Konglomerat von

²⁷⁴ Knut Hickethier : Der Schauspieler als Produzent. In: Heinz B. Heller/ Karl Prümm/ Birgit Peulings: Der Körper im Bild. S. 25.

spezifischen Bildern und Tönen, das in den Köpfen der Zuschauer und Zuschauerinnen weiterlebt und vervollständigt wird oder gar erst entsteht.²⁷⁵

Über den Fernsehbildschirm und auf die Leinwand überdimensional projiziert, wirkt der Interviewte anders als im realen Gegenüber - die Art und Weise wie er gefilmt wird, kann ebenfalls zu dem Bild, das sich der Zuseher vom Interviewssubjekt macht, also seinem Image, beitragen. Die Bilder, die vom Interviewten gezeigt werden, sind oft dieselben, die in den Köpfen der Zuseher haften bleiben. Die Gestaltung des audiovisuellen Interviews trägt also wesentlich zur Imagebildung bei. Der Rundfunkpolitiker- und Praktiker Kurt Magnus erkannte schon 1955 die Macht des Bildes im audiovisuellen Interview, verglichen mit dem rein auditiven Interview des Hörfunks:

Eine besondere Bemerkung sei angeführt über Fernseh- Interviews bedeutender Persönlichkeiten. Sie haben sich als besonders eindrucksvoll erwiesen, weil die Persönlichkeit des Befragten im Fernsehen unvergleichlich viel stärker wirkt als bei einem Rundfunk- Interview. Nicht allein, weil Wort und Stimme des Befragten durch sein Bild ergänzt werden, ist die Wirkung stärker. Der Fernsehteilnehmer sieht den ganzen Menschen, sieht seine Haltung und seine Bewegung, sieht, wie er nach Worten sucht, oder wie die Worte ihm mühelos zuströmen. Ein Eindruck von der gesamten Persönlichkeit entsteht in überzeugender Stärke.²⁷⁶

Die Macht des Interviews, ob in gedruckter, auditiver oder audiovisueller Form, als Imagepflege einerseits und als Möglichkeit indirekt Politik oder Werbung zu betreiben andererseits, war von einer Zeit als das Frage-Antwort-Spiel noch keine Bezeichnung hatte, bis heute, unter Entscheidungsträgern und Staatsmännern immerzu bekannt und präsent. Doch die „Peripetie des politischen Interviews in der großen europäischen Presse trat in dem ersten Weltkrieg ein, der zugleich den Höhepunkt der politischen Bedeutung des Interviews brachte“, ²⁷⁷ schreibt Otto Groth. Denn es war:

Ein Mittel der großen Politik, sei es zur Propaganda, sei es zur diplomatischen Konversation. Es gab bei dem Fehlen der diplomatischen Beziehungen und sonstiger Verbindungen die Möglichkeit, in einer nichtoffizielle Weise für die

²⁷⁵ Henry M. Taylor und Margit Tröhler: Zu ein paar Facetten der menschlichen Figur im Spielfilm. In: Der Körper im Bild. S. 140.

²⁷⁶ Kurt Magnus Zit In: Harald Keller: Die Geschichte der Talkshow in Deutschland. S. 102.

²⁷⁷ Otto Groth: Das Werden des Werkes. S. 109.

eigene Sache zu werben, feindliche Verleumdungen zurückzuweisen, den eigenen Standpunkt darzulegen, auf Äußerungen eines feindlichen Staatsmanns zu erwidern und so eine Art diplomatischer Verhandlungen vor der internationalen Öffentlichkeit zu führen.²⁷⁸

Obwohl Groth vom gedruckten Interview in der Presse schreibt, erkannten die Politiker des frühen 20. Jahrhunderts das Potential des Interviews schon früh und wussten auf diese Weise den Zugang zur Öffentlichkeit zu nutzen, so wie es die Politiker des 21. Jahrhunderts neben Print- und Hörfunk, auch über audiovisuelle Medien im Fernsehen oder Internet zu nutzen wissen. Nicht nur in Nachrichtenformaten oder politischen Diskussionsrunden, auch in der Unterhaltungsbranche, treten hochrangige Politiker immer häufiger auf- ein Trend der vor allem in den U.S.A. häufig zu beobachten ist. So nutzte beispielsweise der vormalige Senator von Illinois- Barack Obama, im Oktober 2007 innerhalb seiner ersten Präsidentschaftskampagne, unter anderen, die beliebte Unterhaltungs-Abendshow *The Ellen Degeneres Show*, als Bühne zur öffentlichen Imagepflege. Das Image des unkonventionellen, „coolen“ Senators und des liebenden Vaters und Ehemanns, wurde in der Sendung bewusst verstärkt, wenn nicht sogar in seiner Inszenierung besonders berücksichtigt. So entsprach bereits sein Auftritt nicht dem Image des ernsten, älternden und „verstaubten“ Politikers- Zu einem Lied der amerikanischen Sängerin Beyoncé, tanzte Barack Obama unter tosendem Applaus ins Studio. Die Komödiantin und Moderatorin Ellen Degeneres nahm ihn herzlich und selbst tanzend entgegen, und so schwang der Präsidentschaftsanwärter zusammen mit der Gastgeberin der Show, gekonnt seine Hüften, während vor allem weibliche Ausrufe der höchsten Begeisterung zu hören waren. Nachdem sich die Aufregung gelegt hatte, begann der Talk zwischen Degeneres und Obama- jedoch rückte jeglich politischer Inhalt in den Hintergrund und Obamas Persönlichkeit, so wie sein Privatleben wie Erzählungen zu seiner Ehe (wie er seine Frau kennen gelernt hat), als zentrale Themen, in den Vordergrund. Seine Zugänglichkeit und Bodenständigkeit, wurde anhand eines Telefoninterviews gezeigt. Makita Johnson aus Richmond wurde vom Studio aus angerufen- eingeblendet wurde dabei ein Foto von ihr, so wie ihr Name und Wohnort. Offensichtlich (oder auch gespielt) nichtsahnend, in jedem Fall aber überrascht, hob die Dame ab:

²⁷⁸ Otto Groth: Die Zeitung, Bd, I. S. 415.

Barack Obama: Hi Makita, this is Barack... Obama. How are you?

Makita Johnson: No!

B.O.: Yes!

M.J.: No!

B.O.: Yes!

M.J.: Oh my god?

B.O.: Yes.

(usw.)

B.O.: Makita, I heard you had a question for me. I wanted to call up and answer it personally.

M.J.: Oh! (lacht)

B.O.: This is good.

Ellen Degeneres: What's your question?

M.J.: My question is: I know being a senator is a very constant job and because it's so time-consuming, you don't get much time for your family, and as president- how will you divide your time for your family and time to run our country?

B.O.: Well, it's a wonderful question and I know, you know, my wife Michelle is just terrific and you know my kids are of course spectacular. Yes, Malia and Sasha, and it's the hardest thing in running for president, is being away from the family so much. But the one thing me and Michelle talked about, before we even started to run was, how do we make sure, that our girls are good and what we tried to do, was create a... a real protective situation for them, we didn't move from Chicago, we... they're there going to the same school with the same friends and we really try to be as normal as possible and the nice thing about if I'm president, I hear that they give you public housing. There... so there's... we'll all be under the same roof and hopefully I can do my job and tuck them in every night and read to them and you know- do all the things that dads do.

Angenommen, es haben mehrere Leute im Vorfeld ihre Fragen an Barack Obama an die *Ellen Degeneres Show* geschickt, dann überrascht es nicht sonderlich, dass die Dame mit dieser speziellen Frage ausgesucht wurde. Denn die Antwort des damaligen Senators, beinhaltetete all jene Eigenschaften, die für sein Image wichtig waren. Mit der Beschreibung, seine Kinder ins Bett zu bringen und ihnen Gute-Nacht- Geschichten vorzulesen, malte Obama gekonnt Bilder in die Köpfe der Zuseher und implizierte auch verbal mit seiner Aussage „to be as normal as

possible“- so normal wie möglich zu sein- das bescheidene Bild, ein Mensch wie jeder andere zu sein. Wenn er sich noch nicht in die Herzen der Zuseher getanzt hat, dann hat er es vermutlich mit seinen wohlüberlegten, sympathisch formulierten Antworten getan. Sein Image schien den Amerikanern zu entsprechen, denn schließlich wurde er 2009 von der Mehrheit seiner Landsleute zu ihrem 44. Präsidenten gewählt.

Peter von Zahn sah die Möglichkeit, Politiker und vor allem Präsidentschaftsanwärter weitflächig audiovisuell zeigen zu können, in seiner Schrift 1952 über die neue Welt, als bahnbrechend an:

Wenn sie von Küste zu Küste übertragen werden, haben die Diskussionen ein Publikum von vielen Millionen Menschen und zwar von Menschen, die in diesem Jahr den Präsidenten wählen werden und die, anders als am Radio, hier auch das Mienenspiel, die Handbewegungen, das Lächeln, die Zornesadern ihrer Kandidaten beobachten können. Meine Damen und Herren, es hat ganz bestimmt seit den Tagen der athenischen Demokratie niemals eine so intime Bekanntschaft eines Volkes mit seinen politischen Führern gegeben wie heute in der Neuen Welt.²⁷⁹

Die politischen Diskussionen wurden bereits im frühen Fernsehen übertragen. Hinzu kamen nach und nach exklusive audiovisuelle Interviews mit den Politikern persönlich. Heutzutage scheint das private Leben eines Politikers für sein Image ebenso wichtig, wenn nicht sogar wichtiger, als seine politischen Argumente zu sein. Das audiovisuelle Interview wird umso häufiger zu dieser Imagepflege herangezogen.

Das Prinzip der Imagepflege- und Erweiterung, läuft bei den audiovisuellen Künstlerinterviews, auf ähnliche Weise ab. Inhalt zur Sache ist beim Politiker die zugehörige Partei oder Politik, beim Künstler seine Arbeit oder sein Werk. Der Regisseur oder Schauspieler, spricht über sein aktuelles Projekt, der Autor über seine neueste Bucherscheinung und der Musiker stellt seine neueste CD vor. In vielen Fällen geht es jedoch vor allem um die Imagepflege zur Person. Otto Groth schreibt dazu: „Noch reiner treten die Einseitigkeiten und Eigennützigkeiten, zu denen das Interview missbraucht werden kann, in künstlerischen Angelegenheiten zutage, und endlich sinkt es auf den Gebieten des Films und Berufssports oft überhaupt auf das

²⁷⁹ Zit. In: Harald Keller: Die Geschichte der Talkshow in Deutschland. S. 107- 108.

Niveau der reinen Reklame herab.“²⁸⁰ Tatsächlich wird in audiovisuellen Künstlerinterviews neben der Reklame zur Sache, auch häufig Reklame zur eigenen Person gemacht. Beides kann auch deckungsgleich auftreten - So präsentiert sich der Künstler womöglich passend zum aktuellen Werk, wie die Musikerin Madonna, die sich in früheren Interviews, gleich des Images ihrer Musik, provokant sexuell und frech gab²⁸¹, in späteren wiederum als Dame mit neuem britischem Akzent. Obwohl so mancher Star durch ein audiovisuelles Interview noch exzentrischer und realitätsferner wirken kann, so kann auch das Gegenteil der Fall sein. Durch das audiovisuelle Interview könnte neben der Person des Künstlers, die Privatperson- ein Jedermann- zum Vorschein treten:

Sie (die Fragen) sollen die prominente Person dorthin führen, wo sich der Alltag ereignet, wo die Träume mit den Gegebenheiten des praktischen Lebens kollidieren, wo der Perfektionismus am Unzulänglichen scheitert: Wo es Glücks- und Zufälle aber auch Pannen, Irrtümer und Missgeschicke gibt, wo die menschlichen und darum auch liebenswerten Seiten der befragten Person – vielleicht wider Erwarten – zum Vorschein kommen. Das Interviewziel soll darin bestehen, die Personen vom Sternenhimmel der Bewunderung auf den Boden des real- existierenden Lebens- und so auch in die Reichweite der Leser/Hörer/Seher zurückzuholen. So ist das gelungene Prominenten-Interview eine Art Kompromiss zwischen den Selbstverzauberungswünschen der Person und dem Entzauberungsinteresse des Journalisten.²⁸²

Die Ebene der Identifikation, stellt sich als eine wichtige für den Zuseher dar. Auch Politiker, Prominente, Monarchen oder Geistliche sind über das Interview auf diese Ebene zu holen. Laut Manfred Delling kann ein spannender Gesprächspartner:

(...) jeder sein, der etwas zu sagen hat und dem man auch gerne zusieht, wie er es sagt- sogenannte Prominente, ebenso gut aber auch jemand, dessen Ansichten besonders aktuell, wichtig oder vergnüglich sind. Sie sollen gewissermaßen die Fußnoten und Apropos liefern, die offizielle Biografien nicht dulden. Sie sollen ihre Rubrik als Politiker, Schauspieler, Dichter, Manager, Fußballer oder ständiger Begleiter verlassen und zeigen, dass sie auch Fußgänger, Krimi- Leser, Feinschmecker, Mensch-ärgere-dich-nicht-Spieler, Pfeifenraucher und/oder Gesangsvereinsmitglieder sind.²⁸³

²⁸⁰ Otto Groth: Das Werden des Werkes. S. 111.

²⁸¹ 1994 trat Madonna in der David Letterman Show auf und übergab ihm ihre Unterhose mit den Worten: "Wait a minute, aren't you gonna smell them?" Außerdem zeigte sie sich Zigarre rauchend, benützte in der Live-Sendung eine vulgäre Sprache und beleidigte laufend den Gastgeber Letterman.

²⁸² Michael Haller: Das Interview. S. 146

²⁸³ Manfred Delling Zit. In: Harald Keller: Die Geschichte der Talkshow in Deutschland. S. 232.

Die frühen audiovisuellen Interviews mit Filmstars, hatten vermutlich die von Michael Haller beschriebenen Ver- und Entzauberungseffekte auf die Zuseher. Zwar kannte man die Gesichter von demselben Bildschirm, doch stets in seiner Rolle- eine Rolle die für manche Zuseher wohl identisch war mit der des Stars selbst. Das Interview sprach dann entweder dagegen, oder bestätigte dieses bestehende Bild- das Image des Stars, in der Wahrnehmung des Zusehers. „Um das Gesicht unter der Maske zu erkennen“, steht im Vorwort zu Jacques Aumonts *Der porträtierte Mensch*: „muss man die Identität des Stars kennen.“²⁸⁴ Ziel des audiovisuellen Interviews ist eben diese Identität zu entschlüsseln und sichtbar zu machen.

Stephen Lowry untersuchte das Verhältnis vom Image des Stars und der privaten Person anhand von Brigitte Bardot, die Zeit ihres filmischen Schaffens bis in die siebziger Jahre und auch heute noch, als Ikone und Sexsymbol gilt. So erkannte Lowry:

Für die Imagebildung war ihr Privatleben, oder zumindest das öffentlich verbreitete Bild davon, stets mindestens so wichtig wie die Filme. (...) Es gehörte zu ihrem Image von Anfang an, dass sie im Leben genauso sei wie im Film.²⁸⁵

Und Bardot wäre ein Star, so Lowry, mit einem „anscheinend homogenen, fast eindimensionalen inner- wie außerfilmischen Image.“²⁸⁶

In seinem Text bezieht sich Lowry auf den Begriff “Image” primär im Sinne der angloamerikanischen Filmwissenschaft und angeschlossen an die wichtigsten Arbeiten Richard Dyers, der das Starimage als Komplex aus visuellen und auditiven Zeichen bezeichnet. Vermittelt über Film, aber auch anderen Medien wie Werbung, spezielle Promotion, Presseberichte und- Fotos, öffentliche Auftritte, Filmkritiken, Biografien und Interviews.²⁸⁷ „Everything that is publicly available about the star“²⁸⁸, schreibt Richard Dyer in seinem Text *Stars* über die Imagebildenden- und unterstützenden Mittel. So schreibt auch Lowry über diese Publicitymittel:

²⁸⁴ Jacques Aumont: *Der porträtierte Mensch*. S. 13.

²⁸⁵ Stephen Lowry: Brigitte Bardot- Körperbilder und der Diskurs über Sexualität. In: *Der Körper im Bild*. S. 121.

²⁸⁶ Ebd., S. 123.

²⁸⁷ vgl. Stephen Lowry: In: *Der Körper im Bild*. S. 122.

²⁸⁸ Richard Dyer: *Stars*. In: *Heavenly Bodies. Film Stars and Society*. London: Houndsmills: 1986, S. 2.

Darauf basiert das Starimage als Vorstellungsbild einer besonderen Person, die mit bestimmten Eigenschaften, Werten, Verhaltensweisen sowie einer bestimmten physischen Erscheinung und Art zu sprechen und sich zu bewegen assoziiert wird. So verkörpern Stars kulturelle Werte und Normen in Form einer besonders exponierten „Persönlichkeit“.²⁸⁹

Die Publicitymittel, die ursprünglich im Bereich der Politik verwendet wurden, fanden in der Unterhaltungsindustrie ihren Höhepunkt. Das Starsystem Hollywoods wusste ihre Stars zu vermarkten. Lutz Haucke schreibt dazu:

Die öffentliche Inszenierung von Diven und Stars, die von der Filmindustrie (z.B. Hollywoods) oder/ und vom Staat (z.B. Starkult als Propagandamittel im Dritten Reich) initiiert wurde, hat überdies oftmals auch Mehrfachdeutungen der Moral, der Sexualität theatral definiert und erwies sich deshalb massenpsychologisch wirksam als kompensatorische Projektionsfläche für differente Publikumsgruppen, für ihre Wünsche und ihre Identifikationsbereitschaft.²⁹⁰

Laut Knuth Hickethier steht das Image außerdem mit der konkreten schauspielerischen Gestaltung im Wechselverhältnis:

Das Image als etwas Verallgemeinerbares wird durch die Konkretion des Darstellers angereichert, individueller gestaltet, variiert, es wird durch die Rollenbiografie erweitert, die wir im Kopf haben, wenn wir einen Schauspieler in einer neuen Rollengestaltung sehen. Umgekehrt tragen *Individualisierung* und *Neuversinnlichung* durch den Darsteller zur Variation und Aktualisierung der Images bei und halten es damit auch lebendig.²⁹¹

Es tragen demnach nicht nur Publicitymittel wie Biografien oder Interviews zum Image des Stars bei, sondern auch die Rollen, die er in den Filmen verkörpert. Das Image kann sich aus einer strikten Trennung zwischen der Person und den Rollen ergeben, oder aus einer verschwimmenden Grenze bis hin zu einer Deckungsgleichheit, wie Stephen Lowry bei Brigitte Bardot zu erkennen meinte.

Diese Deckungsgleichheit kann während einer ganzen Schaffensperiode aufrecht erhalten werden, oder wird nur für ein bestimmtes Projekt inszeniert, wie beim Fall des amerikanischen Schauspielers Joaquin Phoenix für seinen 2010 erschienenen Film *I'M STILL HERE*. Die als reale Dokumentation getarnte Mockumentary basiert auf einer Idee des Regisseurs Casey Affleck und dem Hauptdarsteller Joaquin

²⁸⁹ Stephen Lowry: In: *Der Körper im Bild*, S. 122.

²⁹⁰ Lutz Haucke: *Maskerade der Weiblichkeit*. In: *Der Körper im Bild*. S. 157- 158.

²⁹¹ Knuth Hickethier: *Der Schauspieler als Produzent*. In: *Der Körper im Bild*. S. 25.

Phoenix, der in einem Pressebericht seinen Rückzug aus dem Filmgeschäft verkündet und daraufhin eine angebliche Karriere als Rapper angehen wollte. Affleck begleitete ihn in diesem Zeitraum (2009- 2010) mit der Kamera. Joaquin Phoenix, der sich vom attraktiven gepflegten Schauspieler für diese „Rolle“ als optisch heruntergekommen, verwahrlost und ungepflegt gab, ließ die Öffentlichkeit während der Drehzeit im Ungewissen, ob es sich um eine reale optische und charakterliche Wandlung, oder um eine inszenierte, fiktionale Darstellung einer Figur handelte. Den Höhepunkt stellte 2009 ein Interview in einer populären amerikanischen Late Night Show dar. Joaquin Phoenix war als Stargast bei *The David Letterman Show* geladen und erschien auch pünktlich. Jedoch überraschte er die Zuseher und den Moderator bereits beim ersten Auftritt mit seinem ungewöhnlichen Aussehen: Längere ungekämmte und verfilzte Haare, ein Vollbart und Sonnenbrillen entsprachen eben nicht den visuellen Zeichen seines Images. Doch nicht nur die Äußerlichkeiten, auch Phoenix' Verhalten war ungewöhnlich. So murmelte er seine spärlichen und meist einsilbigen Antworten kaum verständlich in seinen Bart hinein und wirkte, als stünde er unter dem Einfluss bewusstseinserweiternder Substanzen. Der Auftritt galt als Sensation und wurde tagelang in allen Medien diskutiert. Spekulationen wie „Actor Joaquin Phoenix on drugs on Letterman“ drehten sich um die Frage, ob er unter Drogeneinfluss stand oder doch nur „spielte“. Weiters unklar war, ob der Auftritt mit David Letterman abgesprochen war, oder dieser selbst mit dem Zustand seines Gastes überrascht wurde. Letterman scherzt bereits gleich zu Beginn über den Bart von Phoenix „You look different, than I remember you. (Gelächter) You've got a nice beard“ und bekommt als Antwort von Phoenix „You're making me feel weird about it.“ Im weiteren Verlauf des Interviews, meint Letterman zu seinem Gast: „I think you're taking a little time off tonight“, und auch „Paul“, der als zweiter Gastgeber meistens aus dem Abseits kommentiert, fügt über den Zustand Phoenix' hinzu: „What did you gas him up with?“ David Letterman gibt seinen Versuch ein ernsthaftes Interview über Phoenix' aktuellen Film zu führen, bald auf und muss die meiste Zeit über seinen kuriosen Gast lachen. Er fragt Phoenix: „Do you have any fun stories to tell us?“. Dieser schüttelt den Kopf und murmelt nur: „Well I'm sure something fun happened.“ Sie gehen also über zum Thema Hip Hop und Phoenix' nächsten Versuch, als Rapper Fuß zu fassen. Er beginnt: „Well, I'm working on...“ und wird von Letterman unterbrochen: „Well you know... that seems unlikely“. David Letterman, der sonst als charmanter Interviewer bekannt ist, beginnt seinen

Interviewgast in der Live- Übertragung seiner Show zu beleidigen. „I’ll come to *your* house and chew gum“, kritisiert er seinen Gast, der an einem Kaugummi kaut. „I don’t have to“, erwidert Phoenix, nimmt den Kaugummi aus dem Mund und klebt ihn provokant auf die Unterseite von Lettermans Tisch.

Zweimal scheint Phoenix jedoch aus der Rolle zu fallen- einmal, in dem er selber lachen muss, als Letterman sagt: „I’m sorry you couldn’t be here tonight“, das andere Mal als das Interview beendet ist und Phoenix aufsteht, mit dem Rücken zum Publikum gewandt, seine Brille herunternimmt und David Letterman dankend die Hand schüttelt. Trotzdem ließ das Interview sowohl die Zuseher, als auch die Medien und den Moderator selbst, noch eine Zeit lang im Unklaren.

Über ein Jahr später hat Joaquin Phoenix wieder einen Auftritt bei Letterman. In der Zwischenzeit hat sich aufgeklärt, dass Phoenix nicht als sein unter Drogeneinfluss stehendes Selbst, sondern lediglich als Figur seines zu dieser Zeit entstehenden Films I’M STILL HERE auftrat. Mit Kurzhaarschnitt, ohne Bart und Sonnenbrillen, tritt er auf und wird sogleich von einem Monolog Lettermans in Empfang genommen:

David Letterman: You know, I’ve always liked you. I’ve been to see your movies. I’ve always liked you. I’ve recognized you as a powerful talent, that Johnny Cash thing, you were tremendous in that. (Applaus)

Joaquin Phoenix: Thank you.

D.L.: Well then, a year and a half ago, you come out and honestly, it’s like you slipped and hit your head in the tub (Gelächter) and I knew immediately that something wasn’t right, because the way you appeared, you don’t go out (Gelächter), you know what I mean? People don’t let guys like you out, if you’re really like that. You don’t go out!

J.P.: Right..

D.L.: Ya... So what do you have to say for yourself?

J.P.: Well thank you for letting me come back on the show.

D.L.: Yes, yes. We’ve been dying to have you come back for a year and a half. (Gelächter)

J.P.: A ha, Well I mean last time, but this time as well. No, we wanted to make this film...

D.L.: Who wanted to make this film?

J.P.: Casey Affleck.

D.L.: Who knew about it? Who’s idea was it?

- J.P.:** It was both our idea.
- D.L.:** And the idea being what? (Gelächter)
- J.P.:** Well, we wanted to do a film that explored celebrity and that explored the relationship between the media and the consumers and the celebrities themselves and we wanted something, that would feel really authentic. I started watching a lot of reality shows and I was amazed that people believe them, that they call them, like, reality. I thought, the only reason why, is, because it's built as being real and people use their real names. But the acting is terrible.
- D.L.:** It seems orchestrated, manipulated.
- J.P.:** It is. Alright, but I thought, I could handle that, you know, what I mean? Because you don't have to be very good. (Gelächter) You just use your name and people think, that it's real, um, so it was just this idea we had and, to be frank, we didn't really know how media or the public was gonna respond..
- (...)
- D.L.:** Now, did I know anything about this?
- J.P.:** No.
- D.L.:** Was there a script you and I were working with?
- J.P.:** No.
- D.L.:** Thank you very much, I was not part of it, was I?
- J.P.:** Yeah, but like you said, I mean, you've interviewed many, many people and I assumed that you would kinda know the difference between a character and a person, so... but I apologize, I hope I didn't offend you in any way.
- D.L.:** Oh no, oh no, no, no. I was not offended, I'm telling you, it was so much fun. Really it was, it was battling practice, you know what I mean?
- J.P.:** Yeah, well. We hoped to come on to a talkshow and I was looking for a beatdown and I got one, but thank you for that.
- D.L.:** Now there was a moment earlier this week, that I heard of, that I was not aware of... what are you doing? (Phoenix tastet die Unterseite des Tisches ab) Don't go south on me tonight, alright?
- J.P.:** I'm just checking, I wanna make sure that it's all cleaned up, that's it.
- D.L.:** Well, what is it, that you put your gum down there? Where at the end of the last chat, that we had, when you were here, you sort of, you broke the character, you were the dope in the beard and then at the end of the segment you took off your sunglasses and everything was fine, you remember that? (...)

Das Interview im zweiten Auftritt Phoenix' bei der *David Letterman Show*, verläuft weitaus friedlicher als das erste und Letterman zeigt sich auch mit seinem üblichen

Charme. Joaquin Phoenix erklärt noch einmal die Beweggründe seines Auftritts. Er wollte testen, wie weit er gehen kann und offenbar aufzeigen, wie leicht es ist, die Öffentlichkeit zu täuschen.

Dieser Fall soll aufzeigen, was passiert, wenn sich ein Interviewgast gegen sein bestehendes Image verhält- es entsteht Konfusion. Phoenix präsentierte andere „visuelle und auditive Zeichen“ und konnte damit selbst den erfahrenen Interviewer, in die Irre führen.

Ein einziges audiovisuelles Interview kann ein Image bilden, erweitern, ergänzen, bestätigen, verändern oder auch ruinieren. Die Imagebildung- und Pflege, hängt eng mit seiner Inszenierung zusammen. Das audiovisuelle Interview selbst, als eine Inszenierung, gibt dem Interviewten eine Plattform sich selbst darzustellen und – zu inszenieren. Er bestimmt, welche Zeichen er setzt, die in den „Imagekatalog“ aufgenommen werden und dessen Produkt ein bestimmtes öffentliches Bild- ein Image- vom Interviewten gibt.

Wie der Interviewte auf den Zuseher wirkt, ergibt sich außerdem aus den unterschiedlichen Instanzen der Erzählung. Das Intraview- als erste vermittelnde Ebene, zeigt das Gesicht des Interviewten als das, was es (geworden) ist und reduziert es gleichzeitig zu einer medialen Fläche. Von dieser Projektionsfläche, wird es in weiterer Ebene- der des Interviews- zu einer Fläche der Reflexion. Das Gesicht des Interviews spiegelt neben dem eigenen Selbst, auch sein Gegenüber und sein Umfeld wieder. Die dritte Instanz der Erzählung, ist die der Gestaltung, oder auch Inszenierung. Das gestaltete, äußere Umfeld des audiovisuellen Interviews- die Bildkomposition, die Kameraeinstellung, der Ort des Interviews, die Musik, die Farben... alle Elemente, die zur äußeren Erscheinung- zur Verpackung des audiovisuellen Interviews beitragen. Ein fertiges audiovisuelles Interview ergibt sich aus diesen drei Instanzen- aus Intraview, Interview und Inszenierung.

I N S Z E N I E R U N G

Das audiovisuelle Interview ist ein filmisches Produkt aus bewusst gesetzten Gestaltungselementen und kann somit als *inszeniert* betrachtet werden. Die Gestaltungsmittel zur filmischen Darstellung eines Interviews, tragen zur äußeren Inszenierung bei. Der dritte Teil der vorliegenden Arbeit, will sich mit den kombinierten Gestaltungselementen aus dem Bereich Film und Fernsehen auseinandersetzen. Dabei soll die breite Auswahl an gestalterischen Möglichkeiten skizziert werden. Regisseure, Redakteure, Kameramänner und sonstige Gestalter eines audiovisuellen Interviews, schöpfen aus einem weit gespannten Sortiment verschiedener ästhetischer Ausdrucksmöglichkeiten, aus denen sie sich mehr oder auch weniger bedienen können. So finden sich audiovisuelle Interviews in einfacher, puristischer Form wieder- beispielsweise ein kurzes „Mann von der Straße“ - Interview, bei dem wenig auf Licht, Hintergrund, Farbgestaltung und sonstige ästhetische Merkmale geachtet wird- bis hin zu präzise ausgeleuchteten Studioaufnahmen mit einer ganzen Selektionsreihe aus unterschiedlichen Einstellungen, die künstlerisch montiert und mit wirkungsvoller Musik unterlegt werden. Die filmischen Gestaltungsmittel eines audiovisuellen Interviews dienen einer Rhetorik. Der Inhalt soll effektiv transportiert werden. In einer Analyse des audiovisuellen Interviews, ist seine Form daher ebenso zu betrachten, wie das Interviewsubjekt, die Situation, der non- und verbale Inhalt. Das audiovisuelle Interview ist eine filmische Inszenierung, deren analytische Betrachtung ebenso aufschlussreich sein kann, wie jene eines fiktionalen Filmes.

Aufgrund seiner authentischen Wirkung und seinem häufigen Einsatz in journalistischen Formaten, scheint der Aspekt seiner Inszenierung bisher wenig wahrgenommen. Der Begriff „Inszenierung“ erscheint meistens in Verbindung mit Darstellungen aus dem Theater-, Kunst und Filmbereich. Wenn in Bezug auf eine Fernsehsendung von einer Inszenierung gesprochen wird, ist diese meist entweder fiktionaler Natur oder die Wahrhaftigkeit seines Inhalts wird in Frage gestellt. Aufgrund seines vielfach manifestierten, authentischen Charakters, wird das Interview am Häufigsten in dokumentarischen und journalistischen Formaten eingesetzt- im fiktionalen Bereich dann, wenn Wahrhaftigkeit ausgestrahlt oder

ausgestellt werden soll, wie etwa in *Mockumentaries* oder (teils- fiktionalen) *Reality-*Formaten.

Unter dem Begriff Inszenierung „versteht man das Einrichten und die öffentliche Zurschaustellung eines Werkes oder einer Sache“²⁹² - In diesem Sinne kann das audiovisuelle Interview als ein *inszeniertes* filmisches Werk betrachtet werden, welches in bestimmten Umsetzungen nicht weniger Gestaltung erfährt, als ein Spielfilm. Tatsächlich werden häufig zahlreiche Gestaltungsmittel aus der Filmkunst am audiovisuellen Interview angewandt, die in den folgenden Kapiteln anhand einiger Beispiele, erläutert werden sollen.

Der Begriff Inszenierung leitet sich aus dem griechischen Wort *skene* ab, welches übersetzt „Zelt“ bedeutet.²⁹³ Die Inszenierung als Zelt- als äußere Hülle des filmischen Interviews, beeinflusst die Wahrnehmung des Zusehers- wie er den Interviewten und den Informationsgehalt seiner Äußerungen wahrnimmt. Zur Inszenierung des audiovisuellen Interviews, dienen einerseits Gestaltungselemente aus dem Fernsehbereich- wie das Format der Sendung und dessen Darstellungsformen- und andererseits die Gestaltungselemente aus dem filmischen Bereich- jene Ausdrucksmittel der Kamera und der Postproduktion, die für den optischen Auftritt des audiovisuellen Interviews und der daraus resultierenden Wirkung seitens des Rezipienten, zuständig sind.

Die äußere Inszenierung fängt schon bei der Auswahl des Interviewpartners an. Wer wird interviewt? Handelt es sich um einen *Jedermann* oder eine prominente Person? Komponenten wie das Geschlecht, das Alter, die Herkunft können sich in Ihrer Optik und Bedeutung auf den Inhalt im audiovisuellen Interview auswirken. Und auch der Ort des Interviews, die Entscheidung ob nur der Interviewte oder auch der Interviewer im Bild sind- wie sie im Bild sind- sind bereits erste Ansätze einer Inszenierung.

In dem Moment, in dem die Kamera auf das Interviewsubjekt gerichtet wird und die Aufnahme startet, übernimmt der Kameramann seinen Part der optischen Gestaltung. Er bedient sich der filmischen Gestaltungselemente, die dem audiovisuellen Interview

²⁹² www.wikipedia.org/Inszenierung Zugriff: 01.09.2012

²⁹³ vgl. Ebd.

einen *Rahmen* und *Subtext* geben. Den *Kontext*, bilden bestimmte formgebende Elemente aus dem Fernsehbereich.

3.1. Rhetor/ Autor/ Urheber des audiovisuellen Interviews

Im 19. Jahrhundert schrieb August Lewald: „In die Szene setzten heißt, ein Werk vollständig zur Anschauung bringen, um durch äußere Mittel die Intention des Dichters zu ergänzen und die Wirkung des Werkes zu verstärken.“²⁹⁴ Dichter des audiovisuellen Interviews wäre in diesem Fall sein Gestalter, welcher die inhaltlichen sowie optischen Entscheidungen trifft, die für das Gesamtprodukt entscheidend sind: Wie der Interviewte ins Bild gesetzt wird, was noch im Bild zu sehen ist, wo das Interview stattfindet, welcher Ausschnitt und in welchem Kontext es präsentiert wird und was dadurch ausgesagt werden soll- diese Aspekte bestimmen den optischen Aussagewert des Interviews, der den inhaltlichen maßgeblich beeinflusst. Die Bezeichnung „Dichter“ wird jedoch eher der schriftlichen Kunstform zugeordnet, eine ähnliche Funktion würde beim Film der *Autor* übernehmen. Oder wie Gesche Joost den filmischen Gestalter allgemein bezeichnet- der *Rhetor*.²⁹⁵ Dabei bezieht sie sich bewusst nicht auf eine Einzelperson. Denn auch der Kameramann, der Cutter, der Tontechniker und jeder weitere Gestalter und an- der- Produktion -Beteiligte, kann im weitesten Sinne als Autor oder Rhetor des audiovisuellen Werkes Interview angesehen werden. Gemeinsam gestalten sie seine äußere Form- die „objektive Physiognomie“, die ausschlaggebend für die „subjektive Bildwirkung“ beim Rezipienten ist.

Gesche Joost verweist daher auf die jeweiligen Mitglieder der Produktion, entweder als einzelne Rhetoren oder fasst sie zu einer gemeinsamen Rhetor- *Funktion* zusammen:

All jene werden im Modell zur Funktion des Rhetors zusammengefasst, und zwar ist diese Funktion quasi als eine Resultante der wirkenden Kräfte zu begreifen. Der gesamte Produktionsprozess, bestimmt durch Interdependenzen, dynamische Entwicklungen, Planungen und deren Ge- und Misslingen, resultiert in bestimmten Produktionsentscheidungen und filmpraktischen Resultaten.²⁹⁶

²⁹⁴ August Lewald Zit. In: Ebd.

²⁹⁵ vgl. Gesche Joost: Bild- Sprache. Die audio-visuelle Rhetorik des Films. Bielefeld: transcript Verlag, 2008. S. 82.

²⁹⁶ Ebd., S. 87.

Oft gibt es in dieser Produktionsinstanz dennoch einen speziellen Entscheidungsträger und Tonangeber, wodurch sich die Frage nach dem *tatsächlichen* Urheber als problematisch gestaltet. Walter Arnheim stellte schon 1934 mit dem Titel seines Textes *Urheber – Wer ist der Autor eines Films?*, die Frage nach dem eigentlichen Urheber in den Raum und stellt darin fest, dass dieser selten an einer Einzelperson festzumachen ist.²⁹⁷ Anhand des Films, deutet wie Joost, auch Arnheim auf die Beteiligung *mehrerer Instanzen* bei der Entstehung hin und schreibt: „Die Arbeit des kaufmännischen Leiters, des Autor- Regisseurs, des Schauspielers, Kameramanns, Architekten, Musikers muss zusammenkommen, damit ein Film entsteht.“²⁹⁸ Um die Urheberschaft des filmischen Produktes nachvollziehen zu können, müsste also das ganze Produktionsteam untersucht werden. Hier stellt sich auch die Frage um die Differenz oder Deckungsgleichheit des Urhebers mit dem Autor eines filmischen Produktes, also ob es sich dabei um ein und dieselbe Person handelt. Einen weiteren Diskurs bildet die Frage um die Benennung des Autors- Wer ist Filmautor und was macht einen solchen aus? In den 1960er Jahren forcierte die *politique des auteurs* die Gleichsetzung des filmischen Autors mit dem Regisseur. Sie argumentieren ihre Gegenposition anhand bekannter Regisseure, die ihre Filme besonders durch ihre künstlerischen Entscheidungen geprägt haben- ihnen sozusagen ihre persönliche Handschrift verpasst haben.²⁹⁹ Peter Wollen vertritt vor allem eine semiotisch geprägte Filmtheorie und formuliert den Autor als eine *Struktur*- bestehend aus, für den Regisseur typischen, Gestaltungsmustern. Der Stil des Regisseurs wäre in Form von wiederkehrenden Motiven, Themen, Grundkonflikten und stilistischen Mustern (wieder) erkennbar.³⁰⁰ Außerdem sei der Autor eines Films eine nachträgliche Konstruktion, so schreibt Wollen: „The meaning of the films of an *auteur* is constructed *a posteriori*; the meaning- semantic, rather than stylistic or expressive- of the films of a *metteur en scène* exists *a priori*“.³⁰¹ Die Struktur des Autors differenziert seiner Formulierung nach zwischen der Person des Autors und dem „metteur en scène“. Der Autor nimmt also lediglich eine Referenz an und vertritt die vom Autor wiederkehrende, typisierende Struktur. Der Autor wird nach Wollens Theorie also, so formuliert es Gesche Joost, zu einer „Referenzfolie, durch den die

²⁹⁷ vgl. Rudolf Arnheim: *Urheber- Wer ist der Autor eines Films?* In: ders.: *Die Seele in der Silberschicht*. Frankfurt/ M., 2004. S. 196- 207.

²⁹⁸ Ebd., S.203.

²⁹⁹ vgl. Gesche Joost: *Bild-Sprache. Die audio-visuelle Rhetorik des Films* S. 83.

³⁰⁰ vgl. Peter Wollen: *Signs and Meaning in the Cinema*. London: Bloomington, 1972. S. 74- 115.

³⁰¹ Ebd., S. 78.

stilistische Struktur gekennzeichnet wird.“ Demnach ginge es um die Referenz, welche die Erwartungshaltung des Publikums bezüglich Stil und Qualität, beeinflusst. Joost erläutert weiterhin: „Das Etikett „Hitchcock- Film“ etwa bringt bestimmte Erwartungen mit sich, sowohl an einen bestimmten Stil als auch an die Qualität eines Films.“ Auch beim seriellen Gestalten von audiovisuellen Interviews kann der Rhetor wiederkehrende Muster auftreten lassen, die sich als ein Stil etablieren. So könnte der Zuseher bei einem „Gero von Boehm- Interview“ Tiefgang erwarten, bei einem „Lawrence Grobel- Interview“ neue Einsichten³⁰², bei einem „Oriana Fallaci- Interview“ Provokation bis hin zu konfrontativen Streitgesprächen.³⁰³ Diese Journalisten prägen mit ihrer individuellen Interviewführung und ihrer Persönlichkeit, den Stil ihrer Interviews und geben ihnen damit ihre eigene persönliche Signatur. Hier stellt sich die Frage, ob und inwiefern der *Interviewer* als Autor seines Interviews betrachtet werden kann. Macht ihn seine spezifische Fragestellung oder seine Persönlichkeit, die das Interview einfärbt, zum Autor? Oder sind es die Entscheidungen zur äußeren- zur *filmischen* Gestaltung des Interviews? Ist es die Kombination all dieser Aspekte? Seymour Chatman schreibt vom „implizierten“ Autor, da sich im Film seine *Intention* deutlich macht und er sich daher selbst mit einbezieht. Chatman sieht den Autor demnach enger an eine reale Person gekoppelt als Peter Wollens Auffassung eines Autors als Referenz seiner Struktur:

The implied author is the agency within the narrative fiction itself which guides any reading of it. Every fiction contains such an agency. It is the source – on each reading – of the work’ s invention. It is also the locus of the work’ s *intent*.³⁰⁴

Laut Chatman wäre eine theoretische Differenzierung zwischen zwei Instanzen notwendig- der Instanz des impliziten Autors und der Instanz des Urhebers.³⁰⁵ Beim televisuellen Interview könnte der Journalist, welcher als Regisseur über die äußere

³⁰² Der amerikanische Journalist und Buchautor ist vorallem für seine umfangreichen und sehr persönlichen Interviews mit prominenten Persönlichkeiten bekannt. Zu seinem typischen Stil gehört seine detaillierte Recherche, die Interviews entstehen meistens in mehreren Sitzungen, die auch schon über mehrere Monate hinweg dauerten. Nach einer spezifischen Dramaturgie, fasst Grobel schließlich die wichtigsten Aussagen schriftlich oder audiovisuell zusammen. Vgl. Lawrence Grobel: *The Art of the Interview. Lessons from a master of the craft*. New York: Three Rivers Press, 2004.

³⁰³ Oriana Fallaci ist für ihre provokante, direkte und scheinbar furchtlose Interviewtechnik bekannt. Die Italienerin sagt dazu selbst: “It is to have the guts to put in the very beginning the very difficult questions, because journalists are cowards very often.” Um ein Beispiel zu nennen: Das Interview mit Ayatollah Khomeini beginnt sie mit den Worten: “We all know that you are a tyrant...” Vgl. Lawrence Grobel: *The Art of the Interview*. S.185.

³⁰⁴ Seymour Chatman Zit. In: Gesche Joost: *Bild- Sprache*. S. 84.

³⁰⁵ vgl. Gesche Joost: *Bild-Sprache*. S. 85.

filmische, als auch über die inhaltliche Form entscheidet, als impliziter Autor angesehen werden und gemeinsam mit den mitwirkenden Kollegen als Urheber fungieren. Wenn Gero von Boehm sich in seiner TV- Gesprächsreihe für die innere Gestaltung durch die Gesprächsführung und Themen und gleichzeitig für die äußere filmische Gestaltung, sowie Postproduktion in Form von Ideen und Anweisungen verantwortlich zeichnet, kann er gleichzeitig als Autor und Urheber der Sendung betrachtet werden. Zusätzlich ist die Sendung nach ihm benannt. Doch jeder einzelne an der Gestaltung mitwirkende- bei Gero von Boehm sind jeweils zwei Kameramänner und ein Tonassistent dabei³⁰⁶ - hat Einfluss auf die Sendung. Schon alleine der Kameramann, der während dem Interview gestalterische Entscheidungen trifft - wie die Einstellung zu wechseln oder zu zoomen- um nur wenige Möglichkeiten zu nennen-, übernimmt eine Mitverantwortung sowie Anteil an dem, was der Zuseher letztendlich zu sehen bekommt. Die Grenzen zwischen Autor und Urheber scheinen generell zu verschwimmen, sobald an einem filmischen Produkt mehrere beteiligt sind. Hier gilt auch zu erwähnen, dass der Interviewte mit seiner Präsenz und seinen Antworten, ebenfalls einen Beitrag zum Gesamtbild leistet.

Ein einfacheres ist es, wenn die Rolle des Urhebers mit der Produktionsinstanz bzw. *Rhetor- Funktion* nach Joost, und der des Autors im audiovisuellen Interview, auf nur eine Person zurückzuführen ist- dem Interviewenden als *Videojournalisten*, kurz VJ. Ein Phänomen, das schon in den 1960er Jahren vom ersten und bis dato bekanntesten Videojournalisten Michael Rosenblum zur Anwendung kam, und seit den 90er Jahren aufgrund von Sparmaßnahmen und Zeitdruck auch bei deutschsprachigen Fernsehanstalten, vermehrt eingesetzt wird. Der Videojournalist ist von der anfänglichen Idee, über die Produktion bis zum fertigen Produkt ausschließlich selbstständig tätig, zeichnet sich dafür also eigens verantwortlich. Der VJ befragt den Interviewten, filmt ihn gleichzeitig und ist anschließend für das Texten und die Postproduktion- insgesamt also für die selbstständige Herstellung des Produkts, zuständig. Der Videojournalist übernimmt sozusagen gleichermaßen die Funktion des Rhetors und des Urhebers.

³⁰⁶ Wegen der transparenten Gestaltung der Sendung ist das Team in jeder Folge mehrmals im Bild zu sehen.

3.2. TV- Gestaltungselemente: Die Bühne des audiovisuellen Interviews

Die Gestaltungselemente aus dem fernsehmedialen Bereich bilden eine Bühne, auf der das audiovisuelle Interview in seiner variablen Form auftreten kann. Die Fernsehformate, denen das audiovisuelle Interview untergeordnet wird³⁰⁷, bilden seinen Kontext.

Pierre Karndorfer unterscheidet zwei Eigenschaften des kinematographischen Bildes. Obwohl er sich dabei spezifisch auf den Film bezieht, lassen sich seine Beobachtungen auch gut auf das televisuelle Interview in all seinen Formen anwenden: Neben der *objektiven Physiognomie*, die vom Zuschauer unabhängig sei, bestünde ebenso *die subjektive Bildwirkung* und „beide Eigenschaften verschmelzen sich während der Filmvorführung zu einer festgefügt Einheit.“³⁰⁸

Karndorfer schreibt weiters, der Gestalter könne dabei zwischen einer *illustrativ-dokumentarischen*- also vorurteilsfreien, objektiven und tatsachengebundenen Darstellung, oder einer *schöpferisch- interpretierenden* also subjektiven, emotionalen, künstlerischen Darstellungsweise, wählen.³⁰⁹ Was bedeutet das nun für das TV-Interview? In der Fernsehgestaltung finden sich viele Formate wieder, die sich wie in Karndorfers Beschreibung streng in ihrem gestalterischen Zugang unterscheiden (objektiv, subjektiv, künstlerisch...), gleichzeitig sind jedoch auch Mischformen zu finden. Die Art der Gestaltung hängt in den meisten Fällen vom Format ab. In einer Nachrichtensendung ist eher die objektive, tatsachengebundene Darstellung eines Interviews üblich. In diesem Fall soll es nicht inszeniert oder als künstlerisch wertvoll erscheinen, sondern hauptsächlich authentisch und realitätstreu dargestellt werden. In manchen ausführlichen, audiovisuellen Portraits wiederum (z.B. 3SAT „Gero von Boehm begegnet...“), als auch in modernen ästhetischen Kurz-Interviews, welche immer häufiger im Internet auftauchen (z.B. „NY Times Screentests“, „Fifty People One Question“), können auch filmische Gestaltungselemente künstlerischer und ästhetischer Natur zu finden sein. Als Format, das unterschiedliche, auch gegensätzlich gestaltete audiovisuelle Interviews vereint, könnte das TV-Magazinformat hergenommen werden, welches

³⁰⁷ Hierbei gilt zu erwähnen, dass das audiovisuelle Interview auch als eigenständiges Format auftritt, wie etwa in den Ny Times Screentests.

³⁰⁸ Pierre Karndorfer: Lehrbuch der Filmgestaltung. Theoretisch- technische Grundlagen der Filmkunde. Gau- Heppenheim: Mediaabook Verlag, 2003. S.40.

³⁰⁹ vgl. Pierre Karndorfer: Lehrbuch der Filmgestaltung. S. 96.

sich aus Features unterschiedlicher Bereiche, also aus ernsten sowie lockeren Themen zusammensetzt. Die audiovisuellen Interviews variieren darin also je nach Beitrag. So vielfältig wie die gestalterischen Möglichkeiten beim audiovisuellen Interview, sind auch die Formate, in denen sie auftreten. Die artverschiedenen Fernsehformate, die sich seit Beginn des Fernsehens herausbildeten, zeichnen sich durch eine „schwer zu fassende Vielfalt aus“³¹⁰, die sich schwer als reine Gattungen definieren lassen. Laut Keller gehört es jedoch „zum Wesen des Fernsehens, dass bestehende Formate laufend weiterentwickelt werden, durch Kreuzung mit anderen Gattungen, durch Anreicherungen oder auch Reduktionen, durch Austausch oder Auslagerung einzelner Segmente bis hin zur Erneuerung des kompletten Konzepts.“³¹¹ So weist auch das Genre Talk, zu dem das audiovisuelle Interview gezählt werden kann, konstante und variable Komponenten auf.

Konstante Elemente, bilden beispielsweise bei einer Talkshow, das Bühnenbild oder Studio, der Ab- und Verlauf der Sendung, der Moderator oder der Musikeinsatz. Elemente die, so schreibt Keller, nicht „ohne Genehmigung des lizenzierenden Rechteinhabers“, verändert werden dürfen. Variable Komponenten sind dabei die Themenauswahl und die Interviewgäste, sowie deren disponible Anzahl.

Ein Talkformat, das sich um ein audiovisuelles Interview dreht, setzt sich also aus unterschiedlichen Elementen zusammen. Die Gestalter der Sendung können aus einem großen Pool an Möglichkeiten schöpfen. Je nach Fernsehgenre- entweder Unterhaltung, Information oder einer Mischform - kann die Sendung gestaltet, die Gäste und die Themen angepasst, und die Optik ausgewählt werden. Der Ort kann variieren oder auch konstant sein- letzteres beispielsweise mit einem Studio, das extra für die Sendung angefertigt wurde. Die Sendung kann sich drinnen abspielen und/oder im Freien. Es kann einen oder mehrere Moderatoren geben, einen oder mehrere Gäste und auch ein oder mehrere Themen. Die Sendung kann sich vor einem Saalpublikum abspielen, das sich von einzelnen wenigen Zusehern, (z.B. ORF „*Im Zentrum*“)bis zu einer Halle (bei großen Shows wie ZDF „*Wetten, dass...*“) strecken kann, oder auch in intimer Atmosphäre ablaufen. Die Position des Moderators und seiner Gäste, kann ebenso variieren, sie können stehen oder sitzen und sich manchmal

³¹⁰ Harald Keller: Die Geschichte der Talkshow in Deutschland. S. 13.

³¹¹ Ebd., S. 21.

auch innerhalb der Sendung/ dem Studio an verschiedenen Orten aufhalten (z.B. Pro Sieben „*TV TOTAL*“- Stefan Raab interviewt seine Gäste auf einer mobilen Plattform). Die Sendung kann „Menschen von der Straße“ beinhalten, sowie Experten, Prominente, Künstler oder Politiker. Es kann entschieden werden ob Zuseher von zu Hause aus interaktiv teilnehmen können z.B. via Telefoneinschaltungen oder sozialen Netzwerken wie *facebook* oder *twitter* (z.B. ATV „*Am Punkt*“). Die Interviews können als „Gruppengeplauder, in konsekutiven oder voneinander getrennten Einzelgesprächen, mit Showeinlagen oder puristisch“, stattfinden und „zusätzlich sind wechselnde Kombinationen aller Komponenten möglich.“³¹²

Die Bandbreite an Gestaltungsmöglichkeiten *um* ein audiovisuelles Interview, ist groß. Das Format bestimmt in gewisser Weise die Form und das Auftreten des audiovisuellen Interviews. Eine wichtige Unterscheidung, muss dabei auch *innerhalb* getroffen werden, nämlich ob es sich dabei um das Interview in seiner klassischen Form, also einem einseitigen *Wechsel von Frage und Antwort* oder um ein *Gespräch* handelt. Beide Formen unterscheiden sich durch die Rolle der Teilnehmer. Beim Interview fragt der Journalist und der Interviewte antwortet. Oftmals weicht der Journalist von seinen vorbereiteten Fragen nicht ab, während in einem Gespräch beide Teilnehmer im gleichen Ausmaß beteiligt sein können und mehr Raum für Information aber auch Umwege, Verzweigungen und Tiefe gegeben ist. Sowohl im Interview als auch im Gespräch ist eine gewisse Rhetorik vorhanden, die sich sowohl in der Fragestellung, als auch in den Antworten äußert. Jedes weitere Element des audiovisuellen Interviews wie das Format, die Bildgestaltung, die Tonelemente etc., bildet eine zusätzliche rhetorische Komponente.

3.3. Audiovisuelle Rhetorik

Die Rhetorik ist im Duden als „Lehre von der wirkungsvollen Gestaltung der Rede“ oder kurz als *Redekunst* angeführt.³¹³ Wenn die Rede im audiovisuellen Interview den Inhalt bildet, so muss sie beim Rezipienten ankommen, also ebenfalls wirkungsvoll gestaltet werden- sowohl in Ton als auch in Bild. „Um eine bestimmte Wirkung beim Publikum hervorzurufen“, schreibt Gesche Joost, „werden bei der Gestaltung

³¹² Ebd., S. 14.

³¹³ www.duden.de/Rhetorik Zugriff: 05.09.2012.

bestimmte Techniken eingesetzt, und diese sind rhetorischer Art.“ Joost weist die Rhetorik als Beschreibungsmodell für audiovisuelle Medien aus und legt dabei den Fokus auf den Zusammenhang von rhetorischen Gestaltungsmöglichkeiten und ihrer Wirkungsdimension,³¹⁴ die eine kommunikative Basis bilden sollen:³¹⁵

Die Frage durch welche kommunikativen Mittel eine bestimmte Wirkung beim Adressaten hervorgerufen werden kann, bleibt dabei die Basis der Rhetorik, so dass die Beziehung zwischen der Produktion und der Adressierung eines Publikums immer mitgedacht wird. Einbezogen wird die ganze Vielfalt der Präsentationsmöglichkeiten – verbalsprachlicher, visueller, audio- visueller Art – sowie die Mittel der körperlichen Beredsamkeit.³¹⁶

Das filmische Produkt kann erst dann als gelungen betrachtet werden, wenn der Inhalt beim Zuseher ankommt, der Empfänger die Botschaft des Senders erhält- also in der gleichen „Sprache“ spricht, beziehungsweise diese *versteht*.³¹⁷ So schreibt auch James Monaco:

Zuschauen bedeutet eine kognitive und emotionale Mitarbeit der Rezipienten. Nur durch Verstehensleistungen der Zuschauer/innen wird aus der Vorführung eines belichteten Filmstreifens ein kommunikativer Vorgang.³¹⁸

3.3.1. Das rhetorische Modell nach Gesche Joost

Der Kommunikationsvorgang soll in einem Regelkreis ablaufen, den Gesche Joost in ihrem Buch *Bild- Sprache* vorstellt.



Das rhetorische Modell³¹⁹

³¹⁴ Gesche Joost: *Bild- Sprache*. S. 77.

³¹⁵ vgl. Gesche Joost: *Bild- Sprache*. S. 25.

³¹⁶ Ebd., S. 19.

³¹⁷ vgl. James Monaco: *Film verstehen*. S. 152. James Monaco schreibt in seinem umfassenden Buch *Film verstehen*, dass der Film "keine Sprache in dem Sinne, wie Englisch oder Französisch" ist, doch um das Phänomen Film zu beschreiben, ist es nützlich die *Metapher* der Sprache zu gebrauchen. Filmsprache ist daher als "Quasisprache", als reine Metapher zu sehen. Eine Sprache aus Zeichen.

³¹⁸ Knut Hickethier: *Film- und Fernsehanalyse*. S. 6.

³¹⁹ Gesche Joost: *Bild- Sprache*. S. 88.

Das Modell skizziert den Produktionsprozess, der vom Rhetor über das Medium zum Adressaten führt und „zeigt den Einsatz rhetorischer Mittel bei der Produktion sowie die konzipierte Wirkung auf den Adressaten“. Dabei handle es sich aber, so Joost, um einen „Ideal-Adressaten“. Die Wirkung sei aus Produktionsperspektive kalkuliert. Trotzdem handelt es sich dabei um reine Spekulation. Die rhetorischen Mittel werden vom Rhetor bewusst eingesetzt - mit der Intention, die erwünschte Wirkung zu erreichen. Joost und Scheuermann setzen den Rhetor im Modell nicht gleich, da angelehnt auch an Peter Wollens Auffassung, dargestellt werden soll, dass die Rhetor- Funktion erst *nachträglich* konstruiert wird:

Durch die Abweichung von Rhetor zu Rhetor' wird deutlich, dass durch die mediale Vermittlung ein konstruiertes Bild des Rhetors entsteht, das mit dem ursprünglichen Rhetor nicht deckungsgleich ist.³²⁰

Das Modell soll in einer nachträglichen Analyse des filmischen Produktes, sicherstellen, dass die Intentionen des Rhetors nicht fehlinterpretiert werden. In Anbetracht eines Rhetors, der auch das gesamte Produktionsteam umfassen kann, werden inszenatorische Entscheidungen nachempfunden, die er *womöglich* getroffen hat, um die erhoffte Wirkung beim Adressaten zu erreichen. Als Adressat selbst auch, wird er zum Rhetor' - einerseits indem er selbst als Zuseher und Konsument fungiert, andererseits als Gestalter, welcher aus den eigenen Erfahrungen schöpft und lernt. Somit ist der Rhetor' selbst ein kritisches Element im Regelkreis seiner Gestaltung. „Der Rhetor' beschreibt darum eine Konstruktion, die bestimmte Beobachtungen einer Funktion im Kommunikationsprozess zuschreibt“, schreibt Joost und ergänzt: „Es ist jedoch, das lässt sich nun insgesamt folgern, *wahrscheinlich*, dass zwischen der post factum konstruierten Rhetor- Funktion und dem agierenden Rhetor Parallelen bestehen.“

Der Rhetor setzt also rhetorische Mittel ein, um damit den Adressaten wirkungsvoll zu erreichen, die Wirkung wird auch seitens des Rhetors analysiert und beeinflusst zukünftige Produktionsweisen. Der Rhetor setzt sich dadurch mit dem Adressaten auf Augenhöhe - Auch während dem Interviewen muss der Journalist als Rhetor immer aus der Perspektive des Zusehers fragen. Der Interviewer ist damit auf derselben Position wie der Zuseher, damit erhöht sich auch die Wahrscheinlichkeit, dass die Botschaft des Interviews beim Adressaten - dem Zuseher - ankommt. Damit ist die

³²⁰ Ebd., S. 89.

Frage ebenso ein rhetorisches Mittel, wie die bewusst eingesetzte Bild- Sprache. Denn das audiovisuelle Interview wird auch filmisch nach einer bestimmten Intention gestaltet, immer mit dem Ziel, den Zuseher als Adressaten zu erreichen. Die optische Ausführung des Interviews, soll visuell argumentieren und überzeugen, um dem Ziel einer affektiven Adressierung seines Publikums, gerecht zu werden. Das audiovisuelle Interview kann sich dabei aus einem „reichen Repertoire an ästhetischen Möglichkeiten“³²¹ bedienen, das der Film entwickelt hat.³²² Dabei stellt sich die Herausforderung, diese filmischen Möglichkeiten- die sogenannten *kinematographischen Codes*, so einzusetzen, dass die Authentizität immer vordergründig bleibt und durch die Gestaltungsmittel *unterstützt*, nicht *zerstört* wird. Da die filmischen Codes- optisch (Einstellung, Bildkomposition, Montage, Farbgebung, Setting etc.) sowie auditiv (Ton- Geräusche und Musik), Konsequenzen für den Wahrnehmungseindruck des Zusehers haben, liegt es in der Aufgabe des Rhetors³²³ sie bewusst einzusetzen und um ihre Kraft zu wissen. Doch auch seitens des Zusehers kann es für die Rezeption eines filmischen Produktes wie des audiovisuellen Interviews fruchtbar sein, sich der gestalterischen Elemente bewusst zu sein. „Der Gebrauch des Fernsehens und das Sehen von Filmen scheint heute eine Selbstverständlichkeit“, schreibt Knut Hickethier und fügt hinzu: „Dennoch ist die Kenntnis künstlerischer Ausdrucksweisen, besonderer filmsprachlicher Mittel, im Allgemeinen nicht sehr entwickelt.“³²⁴ Und in den Worten James Monacos ausgedrückt: „Uns ist selten bewusst, wie wir ein Bild lesen.“³²⁵

3.3.2. Audiovisuelle Gestaltungselemente aus der Filmsprache

Die audiovisuelle Rhetorik mit ihren Gestaltungstechniken, kinematographischen Codes und deren Wirkungsdimension, bezeichnet Joost als ein „Set von Werkzeugen

³²¹ Christian Mikunda: Kino spüren. Strategien der emotionalen Filmgestaltung. Wien: WUV Universitätsverlag, 2002. S. 15.

³²² Knut Hickethier schreibt ausdrücklich, dass in den Medien der Audiovision wie Kino und Fernsehen „Gemeinsamkeiten in den Vermittlungsstrukturen vorhanden sind.“ In: Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. 4. Auflage. Stuttgart: Verlag J.B. Metzler, 2007. S. 2.

³²³ In der Auffassung von Gesche Joost- die alle am - filmischen – Produkt - Beteiligten zur Funktion des Rhetors zusammenfasst.

³²⁴ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. 4. Auflage. Stuttgart: Verlag J.B. Metzler, 2007. S. 2.

³²⁵ James Monaco: Film verstehen. Kunst. Technik. Sprache. Geschichte und Theorie des Films und der neuen Medien. 6. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 2005. S. 156.

für die Filmproduktion“.³²⁶ James Monaco weist darauf hin, dass sich die Werkzeuge nicht anders als bei Schriftstellern und Malern „deutlich auf das Werk auswirken“.³²⁷ Außerdem verdanke der Film viele dieser Werkzeuge älteren Kunstformen: „Die Anzahl und der Bereich dieser Codes ist groß, und sie sind in der Malerei, Bildhauerei und der Fotografie im Laufe von Jahrtausenden entwickelt und verfeinert worden.“³²⁸ Die Filmkunst hätte sich also in einem Nachbildungsprozess entwickelt.³²⁹ Bestimmte ästhetische Merkmale der Bildkomposition, die sich zuvor in den visuellen Künsten als erfolgreich gezeigt haben, fanden also ihren Weg zur optischen Filmgestaltung. Monaco beschreibt den Versuch, alle gängigen Codes vollständig aufzuzählen, als „langwieriges Unternehmen“³³⁰ und weist daher auf das Werk *Kunst und Sehen* von Walter Arnheim hin, der darin den Versuch anstellt, die ästhetischen Gestaltungsmerkmale einer ausgewogenen Bildgestaltung auf zehn Bereiche zu reduzieren: Balance, Gestaltung, Form, Wachstum, Raum, Licht, Farbe, Bewegung, Spannung und Ausdruck.³³¹ Werner Kamp beschreibt diese sich - selbst - herausgebildeten Prinzipien als „Grundregeln der Bildgestaltung“, welche die „Basis für eine gelungene Bildsprache“ bilden.³³² James Monaco widerspricht der Annahme von solchen bildlich gesprochenen Codes als „Grundregel“ oder als gestalterische „Gesetze“ - er beschreibt sie als „Systeme von logischen Beziehungen, die sich aus dem Film selbst herleiten, und nicht bereits existierende Gesetze, die der Filmemacher bewusst befolgt.“³³³ Die gestalterischen Möglichkeiten bestehen zwar und scheinen sich als „brauchbar und nützlich“³³⁴ erwiesen zu haben, doch sie sind ohne Garantie und wie Christian Mikunda ausführt „keine Determinanten“ oder „fixierte Grammatik“, sondern eher „Kunstgriffe“ und „verinnerlichte Lösungsmöglichkeiten dafür, einen bestimmten emotionalen Eindruck zu bewirken“.³³⁵ „Sie berühren uns, weil sie Codes sind“, schreibt Monaco, „weil sie

³²⁶ Gesche Joost: Bild- Sprache. S. 77.

³²⁷ James Monaco: Film verstehen. Kunst. Technik. Sprache. Geschichte und Theorie des Films und der neuen Medien. 6. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 2005. S. 9.

³²⁸ Ebd., S. 186.

³²⁹ James Monaco Zit. In: Christian Mikunda: Kino spüren. S. 93.

³³⁰ Ebd.

³³¹ Vgl. Ebd.

³³² Werner Kamp: AV- Mediengestaltung. Grundwissen. Haan- Gruiten: Verlag Europa- Lehrmittel, 2008. S.7 .

³³³ James Monaco: Film verstehen. Kunst. Technik. Sprache. Geschichte und Theorie des Films und der neuen Medien. 6. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 2005. S. 180.

³³⁴ Christian Mikunda: Kino spüren. S. 20.

³³⁵ Ebd.

eine Bedeutung für uns haben“. ³³⁶ Eine Bedeutung, die sich beim Zuseher durch wiederholte Muster in der visuellen Gestaltung eingeschrieben hat und sich daher als besonders günstig auswirkt. Die kinematographischen Codes bilden eine für das filmische Produkt, wichtige Ebene über die Mikunda schreibt:

Aus diesem Grund kann man in Analogie zur narrativen Syntax des Films von einer auf emotionale Aktivierung abzielenden Syntax sprechen, einer emotionalen Filmsprache, die parallel zur erzählenden Sprache des Films existiert. ³³⁷

Mikunda untersucht die Ebene der emotionalen Filmsprache genauer, indem er sich in seinem Buch *Kino spüren*, mit dem wirkungsvollen Einsatz der kinematographischen Codes auseinandersetzt. Dabei kommt er zur Erkenntnis, es zeige sich „dass der Film seine Geschichten mit geradezu physisch spürbarer Sinnlichkeit vermitteln kann, die ebenfalls von den kinematographischen Codes ausgeht.“ ³³⁸

Einen solch physisch spürbaren Affekt, bezeichnet Gesche Joost mit dem griechischen Wort *pathos*, das von seinem griechischen Ursprung her Affekt, Gemütsbewegung, Leidenschaft oder Überschwang bezeichnet. ³³⁹ Es dient als Beschreibung einer Affektstruktur, die „beim Publikum die stärksten Affekte“ auslöst. Das höchste durch *pathos* erreichte Ausmaß scheint die, wie Mikunda beschreibt, „physisch spürbare“ Auswirkung beim Zuseher zu sein. Manfred Kraus definiert in seinem gleichnamigen Artikel den *Pathos* als:

Akute(n) und temporäre(n), aber heftige(n), spannungsreiche(n) Gefühlsablauf, der durch ein Zusammenspiel von äußeren Ursachen, kognitiven Bewertungen und seelischen Dispositionen veranlasst ist und am Ende meist in eine (häufig einen Handlungsimpuls beinhaltenden) Affektentladung mündet. ³⁴⁰

Bringt das filmische oder televisuelle Produkt beispielsweise Tränen, Herzrasen oder Gelächter beim Zuseher hervor, so äußert sich seine Wirkung auf physischer Ebene.

³³⁶ James Monaco: Film verstehen. Kunst. Technik. Sprache. Geschichte und Theorie des Films und der neuen Medien. 6. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 2005. S. 185.

³³⁷ Christian Mikunda: *Kino spüren*. S. 20- 21.

³³⁸ Christian Mikunda: *Kino spüren*. S. 18.

³³⁹ vgl. Gesche Joost: *Bild- Sprache*. S. 122.

³⁴⁰ Manfred Kraus u.a.: Artikel „Pathos“, Bd. 6. Tübingen: HWR, 2003. S. 689- 717, S.689.

Eine Reaktion die laut Mikunda, durch den gezielten Einsatz kinematographischer Codes entstehen kann³⁴¹ und daher noch einmal verdeutlicht, welchen Einfluss ihr Einsatz auf den Zuseher haben kann. Die kinematographischen Codes, wirken in ihrem Einsatz sowohl im Film als auch in einer Fernsehsendung gleichsam auf den Rezipienten, denn auch in der filmischen Gestaltung eines Interviews oder Gesprächs, wird häufig auch auf die Syntax der emotionalen Ebene mithilfe bestimmter kinematographischer Codes aus der Filmrhetorik zurückgegriffen. Auf visueller Ebene über jene, von Walter Arnheim in *Kunst und Sehen* aufgelisteten Merkmale einer ausgewogenen Bildkomposition. Auf auditiver Ebene beispielsweise mit Einsatz von Musik. Auf narrativer Ebene, kann neben der Fragestellung auch die Montage mit wirkungsvoller Dramaturgie auf emotionale Höhepunkte hinarbeiten. Die gezielten Methoden der Filmrhetorik können sich bei der Gestaltung eines TV-Beitrags oder einem televisuellen Interview ebenso wirksam zeigen.

Der Interviewte trägt ebenfalls zum emotionalen Gehalt des audiovisuellen Interviews bei, denn über seine Schilderungen, Erzählungen und schlicht- *Worte*, kreiert er Bilder in den Köpfen der Zuseher. Während der Film also Bilder *zeigt, malt* sie der Interviewte verbal und gibt den Zusehern die Möglichkeit, ähnlich des Rezeptionsvorgangs während dem Lesen, eigene Bilder zu den Wörtern zu entwickeln. „Das Großartige an der Literatur ist, dass man sich Vorstellungsbilder machen kann; das Großartige am Film ist, dass man es nicht kann,³⁴² schreibt James Monaco, wohl unbewusst dessen, dass es ein filmisches Produkt gibt, dass eben doch beides kann- das audiovisuelle Interview.

Das gesprochene Wort, das allein für sich steht, als Entität oder Denotation, wirkt erst konnotativ wenn es in Verbindung zu einem anderen Zeichen auftritt:

Ein Wort allein auf einer Seite hat keine besondere Konnotation, nur eine Denotation. Wir wissen, was es bedeutet, wir kennen möglicherweise auch seine Konnotationen, aber wir können die spezielle Konnotation, die der Schreiber des Wortes meinte, erst ergänzen, wenn wir das Wort im Kontext sehen.³⁴³

³⁴¹ vgl. Christian Mikunda: Kino spüren. S. 18.

³⁴² James Monaco: Film verstehen. Kunst. Technik. Sprache. Geschichte und Theorie des Films und der neuen Medien. 6. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 2005. S. 160.

³⁴³ James Monaco: Film verstehen. Kunst. Technik. Sprache. S. 164.

„Die einzelnen Zeichenebenen voneinander zu isolieren und getrennt zu betrachten, ist beim Film wenig ergiebig; Entscheidend ist immer ihr Zusammenspiel“³⁴⁴, schreibt Hickethier. Da ein filmisches Produkt ein Konglomerat aus mehreren Zeichen bildet, ist es fast immer ein Konstrukt aus unterschiedlichen Konnotationen-intentional gesetzte des Gestalters, oder zufällig entstandene. Die Bedeutung kann im Zuseher kulturell verankert sein, oder ganz individueller Art sein. „Narration findet als ein kommunikativer Akt statt“, schreibt Hickethier, „denn auch hier gilt die Umkehrung, dass in diesem Prozess der, dem erzählt wird, aus dem Gesehenen und Gehörten selbst Bedeutungen erzeugt, Verbindungen herstellt und Geschichten erkennt.“³⁴⁵ Die kinematographischen Codes können nach dem konnotativen Wert des Gefilmten eingesetzt werden, ihn aber auch kreieren, wie James Monaco anhand der filmischen Möglichkeiten bei der Aufnahme einer Rose beschreibt:

Wir wissen (selbst wenn wir uns nicht oft bewusst daran erinnern), dass ein Filmemacher bestimmte Entscheidungen getroffen hat: Die Rose ist aus einem bestimmten Winkel gefilmt, die Kamera bewegt sich oder bewegt sich nicht, die Farbe ist leuchtend oder stumpf, die Rose frisch oder welk, die Dornen sichtbar oder versteckt, der Hintergrund klar (so dass die Rose im Zusammenhang gesehen wird) oder verwischt (so dass sie isoliert erscheint), die Aufnahmedauer ist lang oder kurz und so weiter.³⁴⁶

Bei der filmischen Gestaltung eines Interviews, kann der Interviewte nach ähnlichen Kriterien gefilmt werden, wie bei den oben beschriebenen Aufnahmemöglichkeiten der Rose. Die Art der Aufnahme und der Kontext des Interviewten, bilden visuelle Konnotationen, die auf den Zuseher wirken. „Ein Bild“, schreibt Monaco, „ist bisweilen tausend Worte wert.“

Monaco differenziert dabei in der Sprache der Semiotik weiterhin zwischen zwei Bedeutungsachsen- der paradigmatischen und der syntagmatischen, die auch für das Gestalten des audiovisuellen Interviews von Bedeutung sind:

Tatsächlich hängt der Film als Kunst völlig von diesen zwei Auswahlmöglichkeiten ab. Nachdem ein Filmemacher sich entschieden hat, was er filmen will, sind die zwei zwingenden Fragen, wie er dies filmen soll (welche Wahl er trifft: die paradigmatische) und wie er diese Aufnahmen präsentieren soll (wie er sie montiert: die syntagmatische).³⁴⁷

³⁴⁴ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 23.

³⁴⁵ Ebd. S. 105.

³⁴⁶ James Monaco: Film verstehen. Kunst. Technik. Sprache.. S. 163.

³⁴⁷ Ebd., S. 164.

Die Gestaltung eines televisuellen Interviews läuft nach demselben Prinzip ab. Was wird gefilmt, bedeutet *wer* wird *wohin* platziert- was im Bild (und Hintergrund) zu sehen sein soll, bestimmt also die paradigmatische Herangehensweise. Welche Ausschnitte aus dem Interview gezeigt werden und in welcher Reihenfolge diese zu sehen sein wollen, so wie die Montage der unterschiedlichen Kameraeinstellungen, bestimmen die syntagmatische Bedeutungsachse.

3.3.2.1. Die rhetorische Maschine

Roland Barthes vergleicht diese paradigmatischen und syntagmatischen Entscheidungen mit einer „Strumpfmaschine“. Barthes beschreibt die Rhetorik als einen systematischen Ablauf von Funktionen. Die Strumpfmaschine steht metaphorisch für ein System, in das Material eingespeist wird, welches verarbeitet wird und als strukturiertes Produkt wieder rauskommt: „Bei der Maschine (...) werden vorn Textilien eingespeist und am Ende kommen Strümpfe heraus.“³⁴⁸ Die Textilien stehen für das filmische Material, die Verarbeitung betrifft jene Entscheidungen, die der Rhetor zu treffen hat - der „Strumpf“ ist schließlich als das fertige filmische Produkt zu begreifen.

Gesche Joost greift die Idee der Strumpfmaschine noch einmal auf und verfeinert sie mit der Begründung: „Bei Barthes’ „Strumpfmaschine“ blieb die Maschine selbst eine Art Black Box, bei der nur die Ein- und Ausgabemodalitäten benannt wurden.“³⁴⁹ Joost unternahm also den Versuch, die Elemente zu beschreiben, zu separieren und miteinander in Beziehung zu setzen. Ihr Modell der rhetorischen Maschine, welches zuvor schon vorgestellt wurde, besteht aus den drei Basiselementen- dem Rhetor, dem Medium und dem Adressaten. Der Rhetor ist der Bediener der Maschine, der Adressat derjenige, für den das fertige Produkt bestimmt ist: „Über den Erfolg der Kommunikation, und somit über den erfolgreichen Lauf der Maschine, entscheidet der Adressat: Kann bei ihm eine bestimmte Wirkung hervorgerufen werden, ist für ihn die Nachricht überzeugend, so kann die rhetorische Konzeption des Rhetors als gelungen gelten.“³⁵⁰

³⁴⁸ Roland Barthes: Die alte Rhetorik. In: ders.: Das semiologische Abenteuer. Frankfurt/M.: 1988. S. 15- 101, S. 52.

³⁴⁹ Gesche Joost: Bild- Sprache, S. 78.

³⁵⁰ Ebd., S. 79.

Joost weist auf die Wichtigkeit der Kenntnis des Rhetors über die Wirkung kinematographischer Codes hin:

Für die Filmrhetorik lässt sich (...) folgern, dass sich der Rhetor bei der Konzeption und Gestaltung des Films der Codes des Films bewusst sein muss, sie in genauer Kenntnis zur Grundlage seiner Gestaltung nehmen muss, um erfolgreich zu sein.³⁵¹

Joost vergleicht deshalb ihre Variante der rhetorischen Maschine gar mit einem Webstuhl, eine der „ersten Maschinen überhaupt, ein bedeutendes Kulturprodukt zur Herstellung von *Textures*.“³⁵² Diese vergleicht sie mit Texten, die Bedeutungen tragen und die innerhalb einer Gemeinschaft zur Kommunikation eingesetzt wurden, um traditionelle Symbole und Muster zu zeigen. Gesche Joost beschreibt den Vorgang als einen Prozess, der die rhetorischen Techniken passend aufzeigen kann:

Zunächst gilt es für jenen Weber, der in unserer Sichtweise natürlich ein Rhetor ist, eine ganze Reihe von Entscheidungen zu treffen bezüglich der Auswahl des Rohmaterials, seiner Farbe, der Ordnung des Materials sowie der Muster des Gewebes. Ausschlaggebend für diese Entscheidungen wird der Verwendungskontext für das fertige Produkt sein, dessen Käufer adressiert werden muss. (...) Diese Überzeugung wird dann umso leichter gelingen, wenn das Produkt seinen Käufer emotional anspricht, wenn es gefällt und wenn bestimmte Muster womöglich wiedererkannt und mit Bedeutung verbunden werden. Das Gewebe hat also eine kommunikative Funktion, es soll in einem ganz wörtlichen Sinne *ansprechend* auf den Käufer wirken.³⁵³

Als Gestalter eines audiovisuellen Interviews und damit als ein Bediener der rhetorischen Maschine, kann exemplarisch Gero von Boehm hergenommen werden, da von ihm des Weiteren die Rede sein wird und die Gespräche seiner Serie „Gero von Boehm begegnet“ auffällig viele gestalterische Variationen und Entscheidungen beinhalten. Den Rhetor bilden neben Boehm auch seine Kameraleute, Cutter und alle weiteren an der Produktion Beteiligten. Gemeinsam „besorgen“ und bearbeiten sie die Texturen - in diesem Fall das gesamte gefilmte Rohmaterial, welches in die rhetorische Maschine, zusammen mit den Texturen „Schrift“ und „Musik“, eingespeist wird. Gero von Boehm zeichnet sich als „Hauptbediener“ der rhetorischen Maschine verantwortlich, da mit großer Wahrscheinlichkeit, hauptsächlich er, die meisten gestalterischen Entscheidungen trifft- er entscheidet um die Struktur und

³⁵¹ Ebd., S. 82.

³⁵² Ebd., S. 96.

³⁵³ Ebd., S.96- 97.

Muster, beschließt welche Teile dem Rohmaterial entnommen und wie diese dramaturgisch und ästhetisch geordnet werden sollen, und an welchen Stellen die Schrift und Musik gesetzt wird. Das fertige Produkt erscheint als eigenständige Einheit „wie ein Strumpf oder ein Teppich“ aus kulturell verankerten Mustern, als ein strukturiertes, gestaltetes, audiovisuelles Interview, das den Zuseher ansprechen und seine Erwartung erfüllen soll:

Audiovisuelle Bilder und Töne sind also direktes Ergebnis eines technischen Produktionsvorganges, einer mit technischen Apparaturen operierenden Inszenierung und Realisation eines kommunikativen Vorhabens. (...) In dem Augenblick, in dem der Film aus dem Produktionszusammenhang entlassen ist und der Öffentlichkeit, den Zuschauer/innen gegenübertritt, stellt er eine eigenständige Einheit dar. (...) Den Zuschauer/innen mit ihren Seherwartungen und – erfahrungen steht nur das ästhetische Produkt gegenüber.³⁵⁴

Wie die Zuseher mit dem ästhetischen Produkt umgehen, bleibt ihnen überlassen. Doch die Seherwartungen und –Erfahrungen, von denen Hickethier spricht, sind den Gestaltern meist bekannt, nicht zuletzt aus den eigenen Rezeptionsvorgängen. Mit diesem Wissen speist der Rhetor das Material in die rhetorische „Strumpfmachine“ ein, um den Seherwartungen- und Erfahrungen der Zuseher weitestgehend entgegen zu kommen.

3.3.3. Visuelle Bildsprache und –Gestaltung

Die Ästhetik und Wirkung sowohl des filmischen, wie auch televisuellen Produktes, hängt eng mit seiner optischen und dramaturgischen Gliederung zusammen. Knut Hickethier schreibt über die visuellen Gliederungsmerkmale eines statischen Bildes: „Sie wurden von der Malerei in die Fotografie übertragen und prägen die Filmgestaltung und Filmwahrnehmung. Die Begrenzung des Bildfeldes strukturiert das Bildfeld, indem es alle Teile zueinander in Beziehung setzt.“³⁵⁵ Ausschlaggebend sei, dass das Bild eine Bildmitte aufweise, also einen Punkt auf den der Betrachter automatisch sieht. Dabei müsse diese aber nicht die grafische Mitte sein, also der Schnittpunkt der Bilddiagonalen³⁵⁶, sondern ist dann als Bildmitte zu sehen, wenn sie das Blickzentrum bildet. Über die Gliederung des Bildes kann auf dieses Blickzentrum hingelenkt werden. Werner Kamp weist dabei neben Flächen, auch auf

³⁵⁴ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 5- 6.

³⁵⁵ Ebd., S. 48.

³⁵⁶ vgl. Ebd.

die Linien eines Bildes hin, beide gehören laut ihm zu den „elementarsten grafischen Gestaltungselementen der Bildsprache“.³⁵⁷

Noch bevor der Betrachter in einem Bild oder einer Grafik einen Gegenstand konkret erkennt, werden schon unbewusst Linien und Flächen wahrgenommen. (...) Linien lenken den Blick des Betrachters. Man spricht daher häufig von Führungs- oder Leitlinien. Mit einer Führungslinie kann man direkt auf ein Bildelement zielen und es somit zum Blickzentrum der Abbildung werden lassen.³⁵⁸

Der Gestalter kann also bewusst den Blick des Betrachters lenken. Da das Bild sowohl in seiner Höhe, als auch in seiner Breite als Bildkader begrenzt ist, können die fotografischen Komponenten bewusst angeordnet werden, um einen bestimmten Gesamteindruck zu erzeugen. Das Bild unterliegt dann einem bestimmten zielgerichteten kompositorischen Eingriff. „Komponieren bedeutet“, schreibt Pierre Karndorfer, „nichts anderes als Formgeben durch Zusammenfügen.“³⁵⁹ Deswegen wird in der Filmsprache oft von *Bildkomposition* gesprochen. Die ästhetische Anordnung eines Bildes kann als künstlerisch anspruchsvoll betrachtet werden. „Es ist die „Art zu sehen“, des Operators,“ schreibt Béla Balázs, „seine künstlerische Schöpfung, der Ausdruck seiner Persönlichkeit, etwas, das nur auf der Leinwand sichtbar wird.“³⁶⁰

Kompositionselemente sind Linien, Formen, Flächen, Bewegungen“, so Knut Hickethier, „Da alles Gezeigte im Film Formen besitzt, erhält die Anordnung dieser Formen Gewicht für die Bedeutung des Gesamten.“³⁶¹ Das filmische Produkt ist also auf mehreren Ebenen strukturiert- zuvor durch die Struktur innerhalb des Bildes in Linien, Formen, Flächen und Bewegungen, nachträglich durch die Montage, welche „das Material organisier(t) und zum Sprechen bring(t)“.³⁶² Beide Ebenen sind ausschlaggebend für die Wirkung beim Rezipienten. Dabei gibt es zahlreiche Codes, die subtil auf den Betrachter wirken:

³⁵⁷ Werner Kamp: AV- Mediengestaltung. S. 9.

³⁵⁸ Werner Kamp: AV- Mediengestaltung. S. 9.

³⁵⁹ Pierre Karndorfer: Lehrbuch der Filmgestaltung. Theoretisch- technische Grundlagen der Filmkunde. 6. Auflage. Gau- Heppenheim: Mediabook Verlag, 2003. S. 85.

³⁶⁰ Béla Balázs Zit. In: Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 54.

³⁶¹ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 48.

³⁶² Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 183.

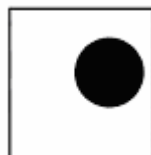
Die Entscheidung, auf welchen Elementen im Bild die Schärfe liegt, wie Licht und Schatten verteilt sind, welche Einstellungsgröße der Kameramann wählt und ob die Kamera statisch oder bewegt ist, formt das gefilmte Material. Es wird dadurch in unserer Wahrnehmung auf bestimmte Weise vorinterpretiert, quasi verschlüsselt. Deshalb bezeichnet man in der Medienwissenschaft solche ästhetischen Möglichkeiten als Codes. Die erwähnten Beispiele sind typische Codes der formalen Filmgestaltung. Andere wichtige kinematographische Codes ergeben sich etwa durch die Anordnung von Objekten und Schauspielern im Bild und durch die Übersicht und Untersicht der Kamera. Die Codes der Bildgeschwindigkeit bilden Zeitlupe und Zeitraffer, zu den Codes der Kamerabewegungen gehören der langsame Panoramascwenk, der ruckartig schnellende Reißschwenk oder auch die vertikale Kranfahrt (...) Die kinematographischen Codes beschränken sich auch keineswegs auf den optischen Bereich. Auch für Schnitt und Ton entwickelten sich Codes.³⁶³

Im Zuge des letzten Teiles dieser Arbeit, sollen die kinematographischen Codes in ihrer Vielzahl, nicht detailliert aufgezählt und definiert werden. Vielmehr sollen die für das audiovisuelle Interview, wichtigsten Codes herausgenommen und anhand von drei ausgewählten Interviewformaten, untersucht werden. Einführend dazu, werden zunächst einige Forschungsergebnisse von Rudolf Arnheim vorgestellt, die auch Christian Mikunda in *Kino spüren* aufgreift, um die intensive visuelle Wirkung, die Bilder auf den Rezipienten haben können, verständlich zu machen.

3.3.3.1. Subtile Bild(aus)wirkung im audiovisuellen Interview anhand von Christian Mikundas *Kino spüren*

Der Psychologe Rudolf Arnheim, stellte bis in die 1980er Jahre, mehrere Experimente an, um zu untersuchen wie und nach welchen Kriterien der Betrachter ein Bild wahrnimmt. Die Ergebnisse seiner Untersuchungen stellte er umfangreich in seinem Buch *Film als Kunst* vor.

Wie ein kompositorisches Gleichgewicht auf dem Bild zustande kommt, zeigt Arnheim anhand einer Scheibe, die sich in einem Quadrat befindet.



Scheibe im Quadrat³⁶⁴

³⁶³ Christian Mikunda: *Kino spüren*. S.15 – 16.

³⁶⁴ Christian Mikunda: *Kino spüren*. S.29.

In einem Experiment, wurde die Lage der Scheibe verändert und die Versuchspersonen sollten angeben, ob sie eine Tendenz aufwies, durch ihre Lageveränderung, in eine Richtung zu drängen. Es zeigte sich, dass die Scheibe stabiler wirkte, wenn sie sich in der Mitte des Quadrates befand. Am rechten Rand platziert wie in der Abbildung weiter oben, scheint die Scheibe zur rechten Umrandung hingezogen zu werden. Wird der Abstand zwischen Scheibe und Rand weiter verringert, so „scheint der Rand den schwarzen Punkt plötzlich eher abzustößen“³⁶⁵.

Arnheim fand heraus, dass die beobachtenden Eigenschaften für alle Stellen des Rahmens, für den Quadratmittelpunkt und für die unsichtbaren Diagonalen und die Seitenhalbierenden des Quadrates gleichermaßen zutreffen und die Scheibe einer gerichteten Spannung unterliegt. Mikunda spricht dabei von einer induzierten Spannung.³⁶⁶ „Ist die Objektmasse am Rand des Bildrahmens angeordnet, wirkt die Aufnahme dynamisch“ schreibt Pierre Karndorfer, „ist sie hingegen in der Bildmitte platziert, macht das Bild einen eher statischen Eindruck.“³⁶⁷

Ist die Scheibe im Rahmen vergleichbar mit dem Kopf des Interviewten im Bild, so gelten für ihn ähnliche Gesetze. Wie er geometrisch ins Bild gesetzt wird, hätte demnach Auswirkung auf den Betrachter des Interviews, da sich die induzierte Spannung physiologisch auswirken kann. Geht es rein kompositorisch um die Anordnung der Elemente im Bild, so kann das Gesicht des Interviewten als Kreis betrachtet werden, der in der Wahrnehmung des Zusehers entweder zum Bildrand hingezogen, von ihm abgestoßen wird oder stabil in der Mitte des Bildes „sitzt“.

Dabei ist auch der Winkel des Interviewten zur Kamera für die Form ausschlaggebend. Ist der Interviewte frontal zur Kamera platziert, so erscheint sein Kopf als runder Kreis, leicht schräg platziert³⁶⁸ wird die „ursprünglich oval- runde Form des Gesichtes (...) seitlich ein klein wenig zusammengedrückt, so dass eine

³⁶⁵ Ebd., S. 29.

³⁶⁶ vgl. Ebd. 30.

³⁶⁷ Pierre Karndorfer: Lehrbuch der Filmgestaltung. Theoretisch- technische Grundlagen der Filmkunde. 6. Auflage. Gau- Heppenheim: Mediabook Verlag, 2003. S. 85.

³⁶⁸ Im Jargon der amerikanischen Filmsprache wird diese Strategie als three- quarter angling bezeichnet, weil das Objekt in einem Winkel von annähernd 45 Grad fotografiert wird.

schlanke Ellipse entsteht. Aus der Tendenz, sie zur wohlbekannten Ovalform zu entzerren, entsteht die emotionale Spannung.“³⁶⁹

Die Beispiele sollen aufzeigen, welche Auswirkung die Bild-Platzierung des Interviewten für den Zuseher beim Betrachten hat.

Wenn nun sowohl der Interviewte, als auch der Interviewer im Bild sind, so müssen sich beide im Bild ausgleichen und in gewisser Weise die Waage halten. Ihre Köpfe können wie in der Abbildung, als zwei Scheiben im Quadrat betrachtet werden.



Zwei Scheiben im Quadrat³⁷⁰

Zunächst treten, so Mikunda, dieselben Zug- und Schubkräfte zwischen den Scheiben und dem „magnetischen Gerüst“ des Quadrates auf. Die zwei Scheiben würden sich zueinander auf die gleiche Weise verhalten, schreibt Mikunda: „Sie ziehen einander an, wenn sie nahe genug beisammenliegen, und stoßen einander ab, wenn der Abstand zu gering wird. Alle diese einflussnehmenden Faktoren zusammen bestimmen Intensität und Richtung der induzierten Spannung, von der jede der beiden Scheiben erfasst wird.“³⁷¹ Es müssen also Interviewer und Interviewter innerhalb des Bildrahmens und ebenso zueinander in einem Gleichgewicht angeordnet werden, wenn das Bild für den Zuseher ausgewogen und daher angenehm erscheinen soll.

Die visuelle Form eines gefilmten Gegenstandes hat Einfluss auf den Betrachter, die Form löst eine gewisse Spannung aus. Christian Mikunda erklärt:

Die Komposition der Formen dient vor allem der Blicklenkung, der Hinführung des Zuschauerblicks auf das vom Regisseur bzw. Kameramann für wichtig gehaltene Geschehen.³⁷²

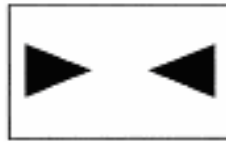
³⁶⁹ Ebd. S. 122.

³⁷⁰ Christian Mikunda: Kino spüren. S.30.

³⁷¹ Ebd. S. 30.

³⁷² Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 49.

Betrachtet man das *Profil* eines Interviewten im Bild, so lässt sich die seitliche Gesichtsform mitsamt Nase, am besten anhand eines Dreiecks beschreiben. Mikunda beschreibt das Dreieck als eine Form, die in eine bestimmte Richtung drängt. Dabei wird eine *gerichtete* Spannung ausgelöst, die nicht durch den Einfluss der Zugkräfte des Rahmens, wohl aber durch die *eigene* Form entsteht.



Spannungsausgleich³⁷³

Die Abbildung zeigt zwei zueinander orientierte Dreiecke. Mikunda beschreibt dieses visuelle Spannungsmuster als besonders intensiv, da durch die Eigenspannungen der spitzen Dreiecke zusätzlich zu den entgegengesetzt ziehenden Spannungen des Rahmens, ein Verzögerungsfaktor beim Spannungsausgleich begibt. Der Wahrnehmungsprozess beim Zuseher, ist in dieser Form, welche oft in Filmdialogen eingesetzt wird, besonders intensiv.

Auch die „Kopf-, oder „Blickluft“³⁷⁴ des Interviewten, hat nicht nur ästhetische, sondern auch psychologische Argumente. Die geometrische Bildkomposition ist oft auch eine semantische. Ein Profil, das viel „Luft“ in Blickrichtung hat, würde eher einen Weitblick ausstellen, als ein Profil, das mit der Nase beinahe am Bildrand anstößt und eben keine Blickluft hat.³⁷⁵



Naheinstellung im Profil von Peter Handke in „Gero von Boehm begegnet Peter Handke“.³⁷⁶

³⁷³ Christian Mikunda: Kino spüren. S.44.

³⁷⁴ Die Ausdrücke kommen aus dem Jargon der Film- und Fernsehsprache.

³⁷⁵ vgl. Ebd., S. 52.

³⁷⁶ <http://www.youtube.com/watch?v=Eczz4PXfyfs>; 00:14:29ff. Zugriff: 15.09.2012.

Auch die Kopfluft, ist für die Position des Interviewten, von Bedeutung. Bei der Kadrierung sollte dann ein gewisser Abstand von der abgebildeten Person zur oberen Bildkante bleiben, wenn „sie nicht zu gedrungen oder abgeschnitten“³⁷⁷ wirken soll. Trotzdem ist die Stirn des Interviewten oft vom Bild „abgeschnitten“. Ein Merkmal das, laut Mikunda, ebenfalls visuelle Spannung beim Betrachter auslösen kann. Wenn vom Interviewten nur ein Ausschnitt seines Gesichts oder seiner Hände im Bild zu sehen ist, so entstehe infolge beim Zuseher ein subtiler Impuls, das Bild zu ergänzen. Laut Rudolf Arnheim, wäre es hier jedoch nur dann möglich, wenn der gezeigte Teil auch Hinweismerkmale enthält, „die erkennen lassen, wie die Figur zu Ende zu führen wäre“.³⁷⁸ Knut Hickethier weist allerdings darauf hin, dass dadurch auch das, „was außerhalb des Bildrahmens bleibt, in das Bildgeschehen einbezogen“ wird, denn „das Ausgegrenzte gilt damit immer auch als ein potentieller Teil des im Filmbild Gezeigten.“³⁷⁹ Außerdem sei die Nähe zum Abgebildeten überhaupt erst mit der Maßgabe der Parzellierung, der „Reduktion des Abgebildeten im Ausschnitt“³⁸⁰, zu erreichen. Hickethier sieht das „Abschneiden“ der Person überhaupt als mediale *Vorraussetzung* um Nähe abzubilden.³⁸¹ Die visuelle Spannung, die in der Wahrnehmung des Zusehers in den Experimenten Arnheims dargestellt wurde, ist bereits eine Form, den Zuseher *physisch* miteinzubeziehen. Während der, von Joost erwähnte *Pathos*, die höchste Form der aktiven physischen Teilnahme bezeichnet, ist die körperliche Teilnahme schon über die Augenbewegungen gegeben.

Mikunda beschreibt den Sehvorgang der Augen als ein Abtasten des Gegenstandes, mit „ruckartig schnellenden Bewegungen der Augäpfel“, sogenannten *sakkadischen Augenbewegungen*. Der Zuseher tastet das Bild beim Betrachten über seine Blickführung ab. Er wird durch Leitlinien gelenkt, gleicht aktiv Spannungsmuster mit den Pendelbewegungen seiner Augen aus, reagiert auf Muster, Farben und Bilddynamiken. Gleichzeitig hört er dem Interviewten zu und formt Bilder zum Gehörten in seiner Phantasie. Regisseure aus dem Filmbereich, welche über die Kraft der kinematographischen Codes und den Sehabläufen ihrer Zuseher Bescheid wissen,

³⁷⁷ Jane Barnewell: Grundlagen der Filmgestaltung. München: Stiebner Verlag, 2009. S. 133.

³⁷⁸ vgl. Christian Mikunda: Kino spüren, S. 117.

³⁷⁹ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse, S. 47.

³⁸⁰ Ebd., S. 58.

³⁸¹ vgl. Ebd.

setzen diese wirkungsvoll ein- angefangen bei Hitchcock, der seine Seher metaphorisch gesprochen, in seine Filme „hineinzuziehen“ wusste. Aber was würde es für das audiovisuelle Interview bedeuten, wenn sich der Gestalter der Codes gekonnt bedient- wäre es noch als ein authentisches Produkt anzusehen? Ist die Anwendung der Codes, die bewusste Blicklenkung des Zusehers, überhaupt noch journalistisch vertretbar? Wie sehr darf ein audiovisuelles Interview inszeniert sein, ohne die Inszenierung direkt auszustellen? Bei den kinematographischen Codes und allen weiteren gestalterischen Angelegenheiten des audiovisuellen Interviews, könnte es sich um eine Form der subtilsten, unsichtbarsten Inszenierung handeln, die aber einen großen Einfluss auf den Zuseher hat. Aus diesem Grund gilt es, das audiovisuelle Interview besonders auf seine filmische Darstellungsweise zu untersuchen.

Der Rhetor kann dem audiovisuellen Interviews mit der Bildsprache eine weitere Erzählebene hinzufügen, mit welcher der Interviewte wenig bis gar nichts zu tun hat. Neben den erwähnten Beispielen, spielen unter anderen auch die Einstellung, die Kameraperspektive, die Farbgebung, die Lichtgestaltung, die Schärfe, der Ton und die Montage, eine ausschlaggebende Rolle für die (teils unbewusste, teils bewusste) Wahrnehmung des Zusehers. Auf die eben erwähnten Aspekte, soll hier nicht näher eingegangen werden, sondern anhand von Beispielen erläutert werden.

3.4. Sendungsanalysen

Die inszenatorisch unterschiedlichen Gestaltungsmöglichkeiten von audiovisuellen Interviews, sollen anhand von einer TV- Sendung, zwei Online- Formaten und einem Kunstkonzept aufgezeigt werden. In jedem der Beispiele treten filmische Gestaltungsmerkmale auf, die dem Spielfilm entstammen.

3.4.1. Die audiovisuelle Gestaltung von *Gero von Boehm begegnet...*

Die erste der drei Sendungen, die in dieser Arbeit vorgestellt werden sollen, ist die 3SAT Interview- Reihe „*Gero von Boehm begegnet...*“. Der Titel der Sendereihe gibt bereits zwei wichtige Faktoren preis- es handelt sich um Begegnungen, deren Konstante jeweils der Journalist und Regisseur Gero von Boehm bildet. Bei dieser Form eines audiovisuellen Interviews in Porträtform, scheint die Grenze zwischen Interview und Gespräch, zu verschwimmen. Ein Interview ist es insofern, als der

Interviewende- Boehm- (meistens) einseitig die Fragen stellt, sein Interviewpartner einseitig antwortet. Als Gespräch lässt es sich ebenfalls bezeichnen, da die Fragen Boehms eine gewisse Tiefe aufweisen³⁸² und der Interviewte oder Gesprächspartner, den Raum hat über seine Antworten nachzudenken und auch darüber zu philosophieren. Als Gespräche können sie auch interpretiert werden, insofern Gero von Boehm die Fragen häufig an die vorherige Antwort anknüpft oder an die Umgebung anpasst, anstatt einem strikten Fragenkatalog zu folgen. Auch die Länge der Sendung- 45 Minuten - ist für eine Interviewsendung sehr ausgiebig und meist eher in Gesprächsformaten zu finden. Und nicht nur im Titel der Porträtreihe, auch in der Sendung selbst, hat Gero von Boehm eine Präsenz, die sich nicht nur über seine Fragen äußert- er ist zu einem großen Teil im Bild zu sehen. Trotzdem scheint der Interviewte, um den sich die einzelne Sendung dreht, immer noch den Mittelpunkt der Sendung auszumachen. Boehm, der mittlerweile auf über 200 Gespräche mit bekannten Persönlichkeiten zurückblicken kann, begann die Porträtreihe „Gero von Boehm begegnet...“ im Jahr 2002. Zu Beginn noch in einem schlichten Studio mit nichts als zwei Sitzgelegenheiten und einem schwarzen Hintergrund, änderte Boehm das Konzept und drehte die Gespräche ab 2005 an Orten, die sich seine Interviewpartner selbst auswählen konnten- Orte, die prägend waren oder sonst für sie wichtig und speziell sind. Boehm sagte dazu selbst in einem Interview:

Ich dachte mir, man kann dadurch Situationen schaffen, die noch intensiver sind, als es im Studio möglich wäre. Die Interviews bekommen auf diese Weise eine ganz andere Atmosphäre und Intensität, wenn man in private Sphären der Gäste eintaucht, Plätze der Kindheit besucht und sich die Lieblingsplätze zeigen lässt. Das setzt Emotionen frei und man kann den Gast viel besser kennen lernen.³⁸³

Die Sendereihe, die bis 2010 produziert wurde, bekam dadurch eine neue Dynamik, die sich auch filmisch äußern sollte. Die zeitgenössischen Künstler wählte Boehm nach ausgiebiger Recherche aus- darunter finden sich international- bekannte Persönlichkeiten wie Roman Polanski, Arthur Miller, Isabella Rossellini, David Hockney und Federico Fellini, um wenige zu nennen- und auch deutschsprachige Künstler wie Helmut Qualtinger, Klaus Maria Brandauer, Lior, Peter Handke, Nina Hagen und viele mehr. Obwohl die Sendung mehrere Konstanten aufweist, die im

³⁸² Die Sendung wirbt mit dem Slogan „Big Talk statt Small Talk“.

³⁸³ www.planet-interview.de/gero-von-boehm-07092005.html Zugriff: 15.09.2012

Weiteren noch erläutert werden, färbt der jeweilige Künstler die Sendung mit seiner Präsenz, Stimme und Geschichte so weit ein, dass keine Folge der nächsten gleicht. Der Interviewgast nimmt Gero von Boehm und die Zuseher mit auf eine Reise im wortwörtlichen Sinne- einen Spaziergang durch seine Welt. „Wenn ich einen Künstler porträtiere“, sagte Boehm in einem Interview, „ist dies in visueller Hinsicht immer sehr stimulierend.“³⁸⁴

Die filmische Besonderheit dieser audiovisuellen Interviews, lässt sich am besten mit einem Zitat von Knut Hickethier einführen:

Filmische und televisuelle Narration sind durch die Verbindung von Dramaturgie, Erzählstrategien und Montage zu beschreiben. Sie bedienen sich aller Mitteilungsebenen des Films, die in der Herstellung von Bedeutungen unterschiedlich dominant werden können.³⁸⁵

Gero von Boehm begegnet scheint daher ein geeignetes Exempel darzustellen, da diese Sendung die Anwendung all dieser Mitteilungsebenen vorführen kann. Die filmische Gestaltung dieser Interviewsendung, weist viele Komponenten auf, die speziell für eine Fernsehsendung- von interessantem und eher seltenem Charakter sind.

3.4.1.1. Der Rhetor

Die Haupt- Rhetor- Funktion übernimmt, wie zuvor beschrieben, Gero von Boehm ein. Weitere Rhetoren bilden die Mitarbeiter seiner Produktionsfirma, seine Techniker- Cutter, Kameramänner und Tonmänner. Jeder einzelne nimmt an der Produktion teil und wirkt damit an der Entstehung des filmischen Produktes mit. Gero von Boehm und sein Team arbeiten abgesprochen und scheinen bereits aufeinander abgespielt zu sein, so dass sich Boehm völlig auf das Gespräch konzentrieren kann. So erklärt er: „Seit über zwanzig Jahren arbeiten wir im Wesentlichen mit den gleichen Kameralenten, Cuttern und Technikern zusammen.“³⁸⁶ Boehm kann in dem Sinne als „Autor“ der Gesprächsreihe gelten, als er über seine Fragen eine gewollte Richtung einschlägt, um aus der Essenz des Gesprächs eine bestimmte Botschaft zu transportieren. „Insbesondere der Name des

³⁸⁴ ec.europa.eu/research/news-centre/de/soc/02-09-special-soc03.html Zugriff: 15.09.2012

³⁸⁵ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 159.

³⁸⁶ ec.europa.eu/research/news-centre/de/soc/02-09-special-soc03.html Zugriff: 15.09.2012

Regisseurs wird so zu einer Referenzfolie, durch den die stilistische Struktur gekennzeichnet wird,“³⁸⁷ schreibt Joost angelehnt an Peter Wollens Theorie über den Filmautor. Die Referenzfolie „Gero von Boehm“, zeichnet sich durch wiederkehrende Muster aus, sowie der Konstante seines Auftretens. Die Erwartungshaltung der Zuschauer, könnte auch die Interviewgäste betreffen, welche aufgrund ihrer Geschichte, ihres Schaffens und ihrer Persönlichkeit, eine spannende und stimulierende Sendung garantieren wollen.

3.4.1.2. Kontext und Ort

Als äußersten Kontext kann die „Adresse“ der Sendung angesehen werden- der Sender 3SAT, welcher für vergleichsweise anspruchsvollere und insgesamt qualitativ hochwertige Sendungen bekannt ist. *Gero von Boehm begegnet...* wird also zwischen vorangehenden und anfolgenden Sendungen eingebettet, die wahrscheinlich ein ähnliches Zielpublikum haben. Einen weiteren Kontext bildet das Sendungsformat, welches auch für das Auftreten des Interviewgasts Auswirkungen hat. Die Art, wie er vorgestellt und präsentiert wird, beeinflusst die Wahrnehmung des Zusehers. Ausschlaggebend ist hierfür auch der innere Kontext der Sendung- der Ort und das Umfeld, in dem das Interview präsentiert wird.

3.4.1.2.1. Gero von Boehm begegnet Ryuichi Sakamoto

In der zweiten Hälfte der Entstehungszeit von *Gero von Boehm begegnet...*, wurde aus dem Interviewort als einer Konstante, eine variable Komponente der Sendung. Und auch innerhalb der Sendung kommen Ortswechsel vor. Beim Gespräch mit dem Schauspieler und Komponisten Ryuichi Sakamoto, fuhr Gero von Boehm mit seinem Filmteam nach New York, um Sakamoto in seinem direkten Umfeld zu zeigen- Auf den Straßen der schillernden, dampfenden und bewegten Metropole New York und in der stillen, intimen Atmosphäre seines Arbeitsplatzes. Der Ort, der dem Zuseher filmisch bzw. televisuell gezeigt wird, erscheint in unmittelbarer Beziehung zum Interviewgast und hat daher eine bestimmte Wirkung beim Zuseher. So schreibt auch Hickethier:

Der im Film gezeigte Raum wird als Handlungsraum der Figuren verstanden. Selbst dort wo Räume ohne Menschen gezeigt werden, erscheinen sie als

³⁸⁷ Gesche Joost: Bild- Sprache. S. 84.

potentielle Aktionsräume und Betätigungsfelder, als Projektionen von Vorstellungen und Träumen, stehen, nicht zuletzt durch den betrachtenden Blick des Zuschauers, in Beziehung zum menschlichen Handeln.³⁸⁸

Bei einem Spielfilm gibt es oft eigene Experten, die für die Konstruktion der räumlichen Umgebung der Filmfiguren zuständig sind, da dies ein ganz ausschlaggebender Faktor für die „Geschichte“ und oft auch den Charakter der Figur in der Wahrnehmung des Zusehers darstellt. Beim audiovisuellen Interview oder einer Dokumentation, soll das Umfeld außerdem die „wahrhaftige Welt“ des Protagonisten präsentieren und nicht nur repräsentieren. Hickethier beschreibt den filmischen Raum, als einen, der aus der Addition verschiedener Einstellungen in Summe, also in der Montage entsteht. Das Zusammenwirken der einzelnen Einstellungen erzeuge einen Raum, der „im Grunde künstlich ist“.³⁸⁹ Er existiere also nur durch das Zusammenschließen in den Köpfen der Zuseher und kann daher auch als diegetischer Raum bezeichnet werden:

Der so entstehende filmische Raum wird auch als ein diegetischer Raum verstanden, weil er sich in Gedächtnis und Vorstellung des Zuschauers zu einer mehr oder weniger ganzheitlichen Einheit herausbildet, die von einer Art Hypothese der Raumvorstellung ausgeht, mit der der Zuschauer bei der Betrachtung des Films operiert.³⁹⁰

Insofern wäre die räumliche Umgebung im filmischen Produkt, immer eine *konstruierte*. Obwohl es sich in *Gero von Boehm begegnet Ryuichi Sakamoto* um realistische, weil wahr existierende Orte handelt, ist der Raum, in dem sich die Gespräche abspielen, immer noch als ein *filmischer* anzusehen und kann daher als einer vom Rhetor bewusst und intendiert gezeigter, wahrgenommen werden. In *Gero von Boehm begegnet*, bestimmt der Interviewgast das Setting, der Rhetor bestimmt wie dieses filmisch dargestellt werden soll.

Gero von Boehm begegnet Ryuichi Sakamoto- in New York. Neben Bildern von Boehm und Ryuichi unterwegs auf den Straßen, werden auch Zwischenaufnahmen der Stadt immer wieder eingebunden. Mal in Verbindung zum Gespräch, mal um die Gesprächssequenzen wie einzelne Akte bildlich zu trennen.

³⁸⁸ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 70.

³⁸⁹ Ebd., S. 80.

³⁹⁰ Ebd.



Straße bei Nacht³⁹¹



New York Skyline bei Sonnenuntergang³⁹²



New York's Straßen aus Vogelperspektive³⁹³



Interview auf der Straße³⁹⁴

(links) New York aus der Vogelperspektive- solche Aufnahmen sind aus vielen Filmen bekannt.
(rechts) Boehm und Sakamoto sprechen über New York als „Geräuschkulisse“, im Hintergrund ist die „ATMO“ der Stadt zu vernehmen.

Die Orte nehmen in *Gero von Boehm begegnet* eine wichtige Nebenrolle ein. Sie vermitteln bestimmte Informationen über den Interviewgast und bilden gleichzeitig die Kulisse zu den Gesprächen. Die Ortsbilder erzählen außerdem etwas über den „Zeit-Raum“ des Interviews.

„Der architektonische Umraum, der durch den Menschen geschaffene Raum, ist im Film immer auch Zeichen für historische und soziale Gegebenheiten,“³⁹⁵ schreibt Hickethier. So gibt das Umfeld in *Gero von Boehm begegnet* Ryuichi Sakamoto gleichzeitig Informationen über die Stadt- Autos, Cafés, Gebäude- ein New York im Jahr 1963 ist anders als das New York 2013. Während ein Studio zeitlos sein kann, vermitteln Außenaufnahmen - mehr noch im urbanem Raum, als bei Naturaufnahmen - oft soziologische oder historische Zusatzinformationen.

Mit den Interview- Settings, verbindet Gero von Boehm häufig seine Fragen, setzt das Gespräch also in gewisser Weise in Verbindung bzw. in Bezug auf die unmittelbare Umgebung des Gesprächs. Teile des Interviews finden auf der Straße statt, je ruhiger und intimer das Umfeld wird, desto intimer scheinen auch die Fragen

³⁹¹ <http://www.youtube.com/watch?v=Aary2Ec3xmc>; 00:12:43 Zugriff: 17.09.2012.

³⁹² Ebd.; 00:12:42ff.

³⁹³ <http://www.youtube.com/watch?v=Aary2Ec3xmc>; 00:07:46ff. Zugriff: 17.09.2012.

³⁹⁴ Ebd.; 00:00:34ff. Zugriff: 17.09.2012.

³⁹⁵ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 71.

und Antworten zu werden. Ryuichi Sakamoto lässt in seine Arbeitsräumlichkeiten einblicken und zeigt sich in seiner vertrauten Umgebung:



Sakamoto führt durch die Arbeitsräume, zeigt sein Keyboard und erzählt über seine frühe Faszination zur Musik.³⁹⁶ (rechts) Ryuichi Sakamoto erzählt über seine Kindheit. Im Hintergrund sind Arbeitsmaterialien- Stifte, Bücher, drei Keyboards zu sehen. Eine Kulisse, die sich unbewusst immer auf den Interviewten und seinen Erzählinhalt auswirken könnte. So erzählt nicht nur der Interviewte über sich, sondern auch sein Umfeld sagt etwas über ihn aus.³⁹⁷

Indem sich der Interviewgast in seinem gewohnten Umfeld interviewen lässt, wirkt die Interviewsituation womöglich intimer, kontrollierbarer und entspannter auf ihn. Eine Stimmung, die sich auch auf den Interviewenden und den Zuseher übertragen könnte. Der Ort des Interviews hat also nicht nur auf die Zuseher, sondern auch auf die Interviewteilnehmer einen Effekt- in gewisser Weise entsteht dabei ein Wechselspiel.



Boehm in Sakamotos New Yorker Studio. Hier ist auch die Beleuchtung der Szenerie im Bild. Die vielen elektronischen Geräte- Computer, Keyboards – erzählen über Sakamotos Arbeitsweisen und über seine Musik.³⁹⁸

³⁹⁶ <http://www.youtube.com/watch?v=Aary2Ec3xmc>; 00:02:28ff. Zugriff: 17.09.2012.

³⁹⁷ Ebd.; 00:13:46ff. Zugriff: 17.09.2012.

³⁹⁸ <http://www.youtube.com/watch?v=Aary2Ec3xmc>; 00:20:24 Zugriff: 17.09.2012.

Ebenso wie der Zuseher nur Ausschnitte des Gesprächs zu sehen bekommt, werden auch nur Ausschnitte der Wege und Örtlichkeiten gezeigt. Zwischendurch wird der Zuseher an einen weiteren Ort „gebracht“ - Bilder von Ryuichi Sakamoto am Piano in einer Konzertsituation werden gezeigt:



Am Klavier in Naheinstellung.³⁹⁹ (rechts) Eine Art „Establishing Shot“ auf den Konzertsaal, durch die Beleuchtungssituation ist der Fokus jedoch immer noch auf Ryuichi Sakamoto gerichtet.⁴⁰⁰

Der Zuseher bekommt damit einen Einblick in die Räumlichkeiten, in denen die Musikstücke entstehen und geprobt werden und den Räumlichkeiten eines Konzertsaals, in dem der Künstler mit seinen Werken nach außen tritt. Die Bilder symbolisieren in gewisser Weise die Interviewsituation wieder, in welcher der Künstler – in dem Fall Sakamoto – aus seinem Inneren schöpft und über seine Antworten nach außen treten lässt.

3.4.1.2.2. Gero von Boehm begegnet Richard Precht

Auf Wunsch des Interviewgasts Richard David Precht, trifft sich Gero von Boehm im Tierpark Friedrichsfelde, Ostberlin. Inmitten von Plattenbauten erzählt Precht von seiner Liebe zu diesem Zoo, dass er Zoodirektor werden wollte und hier als Kind viel Zeit verbracht hat. Außerdem wollte er, geprägt vom linken Elternhaus, lieber in der DDR als im Westen Deutschlands leben. Ein großer Teil der Sendung, findet im Freien statt. Boehm und Precht bewegen sich sprechend oder schweigend fort und bleiben manchmal stehen, um sich die Tiere anzusehen oder im Stillstand zu reden. Die Tiere sind nicht nur hörbar, sondern auch bildlich ein Teil der Umgebung und des filmischen Raums. In der Sendung wird ein großer Fokus auf sie gelegt. Wieder orientiert Boehm seine Fragen nach der Umgebung und in diesem Fall häufig nach den Zootieren. Prechts Antworten werden immer wieder mit metaphorischen Bildern der Tiere unterlegt.

³⁹⁹ Ebd.; 00:32:36ff. Zugriff: 17.09.2012.

⁴⁰⁰ Ebd.; 00:33:07ff. Zugriff: 17.09.2012.



Precht, wie er, die Fische im Aquarium betrachtend, über die Kunstwerke der Natur spricht und deren oft funktionslose Schönheit.⁴⁰¹ (rechts) Der Affe ist zu sehen,⁴⁰² während Precht über Attraktivität in der Gesellschaft spricht. Hierbei handelt es sich um eine *metaphorische Montage*,⁴⁰³ in *Gero von Boehm begegnet* wird sie häufig mit einer gewissen Ironie eingesetzt.



Das Team steht vor dem Löwengehege. Boehm fragt: "Sind Löwen glückliche Tiere?"⁴⁰⁴ (rechts) Der Löwe wird auch in näherer Aufnahme beim Brüllen gezeigt.⁴⁰⁵

Bei den Fischen und auch bei anderen Tieren, wie den Vögeln, Elefanten und Löwen, sprechen Boehm und Precht bewusst über das, was sie und der Zuseher im Bild sehen. Die Zwischenaufnahmen und -Bilder, die sich oft auf den Gesprächsinhalt, das aktuelle Thema, oder auf etwas, das im Bild zu sehen ist, beziehen, bezeichnet Knut Hickethier als „Zeigebilder“:

(Zeigebilder) verweisen im Bild (z.B. durch Blicke und Gesten) auf etwas anderes, das im Bild zu sehen ist (demonstratio ad picturam) oder beim Zuschauer angesiedelt ist (coram publico) oder auf etwas, was nur zu hören ist (ad aures). Die Zeigebilder am Phantasma sind solche, die auf etwas verweisen, was bereits in anderen Einstellungen zu sehen war, oder was in den folgenden Einstellungen erst noch gezeigt wird und auf das durch Blicke, Gesten, Bewegungen hingewiesen wird.⁴⁰⁶

Zeigebilder werden in *Gero von Boehm begegnet* häufig eingesetzt und haben sich als ein gewisses Merkmal der Sendung etabliert. Der Zuseher wird immer wieder auf das Umfeld hingewiesen und wird durch die verbalen und inhaltlichen Verknüpfungen, nicht vom Gespräch abgelenkt. Ein Zeigebild könnte hier als eine doppelte Form des

⁴⁰¹ <http://www.youtube.com/watch?v=TdknqVPx-bA>; 00:21:39ff. Zugriff: 17.09.2012

⁴⁰² Ebd.; 00:29:19ff.

⁴⁰³ Vgl. Pierre Karndorfer: Lehrbuch der Filmgestaltung. S. 174.

⁴⁰⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=TdknqVPx-bA>; 00:25:03ff. Zugriff: 18.09.2012.

⁴⁰⁵ Ebd.; 00:24:42ff. Zugriff: 18.09.2012.

⁴⁰⁶ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 103.

Zeigens interpretiert werden- denn mit den Bildern wird bereits etwas gezeigt, erneut auf sie hinzuweisen, ergibt eine weitere zusätzliche Form des Zeigens.

3.4.1.2.3. Gero von Boehm begegnet Peter Handke

Auch in der Begegnung mit Peter Handke bei einem Waldspaziergang, weisen sowohl Handke, als auch Boehm, immer wieder auf ihr Umfeld hin.



Das linke Standbild zeigt Böhm und Handke im Wald spazieren. Eine Totale- trotz Entfernung ändert sich nicht die Lautstärke der Gespräche.⁴⁰⁷ Rechts: Der Fokus liegt durch Einstellung und Schärfe auf Handke.⁴⁰⁸

Natur steht im Film, so Hickethier, häufig für die Bedeutung des „Ursprünglichen, Urtümlichen, auch des Mystischen“⁴⁰⁹ Béla Balázs schreibt zur Natur im Film: „Sie ist immer Milieu und Hintergrund einer Szene, deren Stimmung sie tragen, unterstreichen und begleiten muss.“⁴¹⁰ Gegen (dem filmischen) Ende des Interviews, stehen Boehm und Handke auf einem Grundstück und betrachten die Aussicht auf ein Feld mit hageren Bäumen. Boehm äußert sich dazu, anknüpfend an ein vorheriges Gesprächsthema: „Da steckt die Seltenheit, glaub ich, in diesem Sumpfgebiet.“ Handke sagt daraufhin: „Mein Gott, das ist ja wie die ganze Welt da.“

Den Spaziergang mit Handke von dem französischen Chaville, auf den Chemin Jean Racine, beschreibt Boehm nachträglich in seinem Buch *Begegnungen*:

Es ist eine Melancholie um Handke, aber er ist ein positiver Mensch. Vielleicht ist es am Ende die Natur, die ihn dazu macht. Wie er sie auf diesem Gang genießt, Gerüche, Geräusche. Immer wieder Suche nach Pilzen. Dazwischen immer wieder große Intimität im Gespräch, auch wenn eine ganz leichte Abwehr immer zu spüren ist, die ich verstehe. Es geht durch den Wald, über

⁴⁰⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=Eczz4PXfyfs>; 00:24:56 Zugriff: 18.09.2012.

⁴⁰⁸ Ebd.; 00:22:01ff. Zugriff: 18.09.2012.

⁴⁰⁹ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 71.

⁴¹⁰ Béla Balázs: Der sichtbare Mensch. S. 98.

Hügel. Bis zur Abbaye Port Royal des Champs. Dahinter eine Urlandschaft aus Sumpf.⁴¹¹

Was von den erwähnten Gesprächen bildlich übermittelt wird, ist Peter Handke im Wald, Ryuichi Sakamoto in der Großstadt und Richard David Precht unter Tieren. Gero von Boehm trifft die Persönlichkeiten, die er porträtiert, an unterschiedlichen Orten der Welt. Ryuichi Sakamoto begleitet er in New York und Japan, der Zuseher sieht ihn im Freien und in den Räumlichkeiten seines Studios. Das Interview mit Peter Handke ist ausschließlich draußen, das Interview mit Karl Lagerfeld spielt sich ausschließlich drinnen ab. Im Fall Handke und Lagerfeld sind die Settings nicht ganz abwägend- Lagerfeld verbringt laut eigenen Angaben viel Zeit an seinem Schreibtisch, Handke geht gerne spazieren. Daraus könnte sich auch schließen lassen, dass es sich hierbei um eher zurückgezogene Menschen handelt.

Je nach Möglichkeit und Wunsch des Porträtierten ergeben sich die Interview-Settings der Sendung. Sie untermalen das Gespräch und die porträtierte Person. Der starke Einfluss der Umgebung auf das audiovisuelle Interview und dem Zuseher, wird über diese Gesprächsreihe gut verdeutlicht.

3.4.1.3. Der Ton

3.4.1.3.1. Semantische Geräuschkulisse als On- und Off-Ton

„Wenn Sie an den Klang dieser Stadt denken, an die Geräusche von New York- Was hören Sie dann?“, fragt Gero von Boehm Ryuichi Sakamoto, als sie an einer Straßenkreuzung in New York stehen. Sakamoto denkt nach, währenddessen ist nur die Geräuschkulisse der urbanen Umgebung zu vernehmen.

„Es ist der Klang von einer Million Klimaanlage, das ist für mich New York“, antwortet Sakamoto und versucht das Geräusch zu beschreiben: „Ein sehr tiefer Klang. Ich habe diesen Klang einmal aufgenommen, morgens um drei am offenen Fenster. Um diese Zeit fahren weniger Autos und dann hört man das ganz genau. (Er versucht das Geräusch oral nachzustellen). Ein unglaubliches Zusammenspiel dieser Millionen Klimaanlage.“⁴¹²

⁴¹¹ Gero von Boehm: Begegnungen. München: Heyne Verlag GmbH, 2012. S. 585.

⁴¹² Das Gespräch wird in Englisch geführt, die hier verwendeten Übersetzungen liefert Gero von Boehm in seinem Voice- Over.

Mit diesem Dialog beginnt die Folge *Gero von Boehm begegnet Ryuichi Sakamoto*. Doch nicht nur in dieser Folge bezieht sich Boehm auf die Geräusche der Umgebung, auf folgenden Ton, den David Bordwell und Kristin Thompson als „diegetic sound“ definieren: „Any voice, musical passage, or sound effect presented as originating from a source within the film’s world,“⁴¹³ und Königsberg als „off- screen sound“ bezeichnet: „Any character, object, or action not seen on the screen but known to be part of the scene or near the location photographed; or any sound originating from such an area. We might hear an offscreen voice or watch a character viewing an offscreen action“.⁴¹⁴ Ein Off- Screen Sound kann auch zufällig zur Handlung und in diesem Fall zum Gesprächsinhalt passen: Als Richard David Precht über seine schwierige Kindheit und seine damalige Wut auf die Eltern erzählt, ist im Hintergrund deutlich ein (nicht sichtbares) weinendes und brüllendes Kleinkind zu hören. Obwohl die Geräuschkulisse sehr laut ist und durchaus als störend empfunden werden könnte, brechen Boehm und Precht das Gespräch nicht ab. Im Nachhinein betrachtet, womöglich eine geschickte Entscheidung: Der Off- Ton passt zum Inhalt des Interviews.

Neben dem Off- Sound wie die Straßengeräusche New Yorks, Vogelgezwitscher beim Waldspaziergang oder unterschiedliche Tiergeräusche im Tierpark, ist die Quelle auch manchmal im Bild zu sehen- der „On- Ton“ oder auch „direct sound“: „A motivated, actual sound, whether live or post- synced, whose source is onscreen“.⁴¹⁵ So sieht man bei *Gero von Boehm begegnet Richard David Precht*, beispielsweise den Löwen auch in einer Totale, während er laut brüllt. Der Löwe steht metaphorisch für den König der Tiere, seine Kraft wird über das laute Brüllen noch einmal unterstrichen. Precht geht durch das Bild und Boehm sagt: „Man hat ja das Bild vom glücklichen Löwen, König der Löwen...majestätisch. Sind Löwen glückliche Tiere?“ Ein *Establishing Shot* vom Team vor dem Gehege des Löwen, wird eingeblendet. Der „majestätische“ Löwe wird sozusagen in seiner Gefangenschaft gezeigt, während Precht antwortet: „Also, nach menschlichen Maßstäben gesehen, haben Löwen ein schreckliches Leben...“ Das Löwengebrüll könnte nun, nachdem das Bild im Gehege und das Gespräch zwischen Boehm und

⁴¹³ David Bordwell und Kristin Thompson: Film Art, 7. Auflage. S. 502.

⁴¹⁴ Königsberg: The Complete Film Dictionary. S: 273.

⁴¹⁵ Kavin, Bruce: How Movies Work. 5.Auflage. Berkely: University of California Press, 2000. S. 543.

Precht gezeigt wurde, anders gedeutet werden- Die Stärke des Löwengebrülls könnte auch als Hilflosigkeit oder Wut interpretiert werden.

Auch im Porträt von Ryuichi Sakamoto werden häufig Tonelemente, simultan zum Interviewinhalt, exemplarisch eingesetzt. Als Ryuichi Sakamoto darüber erzählt, wie er von Weitem beobachtete, wie die Twin Towers zusammenstürzten, werden Bilder vom 11. September eingeblendet (Abb.29) - kurz ist *Sound Footage* zu vernehmen⁴¹⁶ - allerdings nur eine Sekunde lang, so als sollte die Panik dieses Tages nur ganz kurz wahrgenommen werden, ohne zuviel Aufmerksamkeit darauf zu lenken.



Bildfootage⁴¹⁷

Sakamoto erzählt von Tokyo als einer Stadt, die ihm noch lauter erscheint als New York: „Eine sehr laute Stadt, lauter als New York. Und überall nur elektronische Töne, aus Läden, aus den Zügen, auf Bahnsteigen und Gebäuden, in Restaurants, Cafés- Es klingt einfach überall.“ Die nächste Einstellung ist ein Bahnsteig in Tokyo, zu hören ist eine grelle elektronische Musik, die über Lautsprecher durchgegeben wird. Dann „wischt“⁴¹⁸ ein einfahrender Zug durchs Bild, der ebenfalls laut ist. Eine japanische Stimme sagt etwas über Lautsprecher durch, zwei hektische Schulmädchen laufen den Bahnsteig entlang. Diese Einstellung wird 14 Sekunden lang gezeigt und vermittelt dem Zuseher noch einmal bildlich, wovon Sakamoto spricht. In diesem Fall wurde der Ton exemplarisch verwendet und ist gleichzeitig Thema des Gesprächs.

3.4.1.3.2. Die Musik

Neben der Geräuschkulisse, entweder als Off- oder als On- Ton, arbeitet der Rhetor der Sendung auch mit Musik. Zu Beginn ist die *Intromusik* zu hören, welche die

⁴¹⁶ Eine Stimme sagt “I think we’ve lost them...”

⁴¹⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=Aary2Ec3xmc>; 00:13:00ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴¹⁸ Ein weiteres Element, welches visuelle Dynamik erzeugt.

Sendung kennzeichnet. Daraufhin folgt der sogenannte *Themensong*, welcher variabel ist, da er speziell für den Interviewgast ausgewählt wird. Der Themensong tritt im Laufe der Sendung immer wieder auf. Entweder untermalt er Gesprächsteile, oder er trennt die einzelnen Gesprächssegmente. Eine Qualität, die im Film ähnliche Verwendung erfährt:

Aufgrund ihres kontinuierstiftenden Charakters dienen Geräusche im Film häufig auch als verbindende Klammern zwischen disparaten Bildern, die auf diese Weise als zusammengehörig ausgewiesen werden. Ebenso werden sie als Überleitungen verwendet, um eine nächste Handlungseinheit anzukündigen, indem sie deren Geräuschebene bereits den letzten Bildern der vorangehenden Einstellung unterlegen.⁴¹⁹

Während im Film und auch in vielen Fernsehformaten, gerne Musik verwendet wird, um die Handlung zu unterstreichen, den Zuseher damit kognitiv einzubinden und emotional anzusprechen, setzt der Rhetor hier die Lieder eher als „Trenner“ ein, oder um dem Porträt eine passende Atmosphäre zu verleihen. In der Folge *Gero von Boehm begegnet Richard David Precht* ist der Themensong „Riders on the storm“ von *The Doors*. Entweder durfte Precht seinen Themensong selbst auswählen, so wie er auch den Ort des Gesprächs bestimmen konnte, oder aber Boehm wählte den Song passend zur Folge aus. Der Songtext „Riders on the storm. Into this house we’re born. Into this world we’re thrown“ passt inhaltlich zu Prechts Erzählungen über seine Eltern und dessen starke Prägungen und Auswirkungen auf sein Leben.

In *Gero von Boehm begegnet Ryuichi Sakamoto* kommt zusätzlich Musik als „direct sound“ vor, indem er während eines Klavierkonzerts gefilmt wird. In dieser Folge nimmt der Ton inhaltlich einen großen Stellenwert ein. Der Sprung von den lauten Straßen in das stille Studio inmitten der Stadt, stellt einen interessanten Kontrast dar, der auch nicht unwesentlich für den porträtierten Künstler ist. So sagt er zu Boehm: „Weil die Töne so omnipräsent sind, stumpfen wir langsam ab. Wir werden taub. Wenn wir irgendwann mal in Ruhe gelassen werden, im wahrsten Sinne des Wortes, merken wir erst, dass wir die ganze Zeit von solchen Geräuschen umgeben sind und so wird die Ruhe zum eigentlichen Erlebnis.“⁴²⁰

⁴¹⁹ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 93.

⁴²⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=Aary2Ec3xmc> Zugriff: 20.09.2012.

Gero von Boehm machte die „Ruhe zum eigentlichen Erlebnis“, als er 2004 Charlotte Rampling traf. Er fragt sie: „Wo finden sie Stille?“ Rampling antwortet: „Überall. Auch in diesem Augenblick, immer wieder Stille, in diesem Gespräch.“ Gemeinsam beschließen sie zu schweigen und machen damit etwas für das Fernsehen Untypisches- als würden sie das schnelle Rauschen des Fernsehens und des Alltags kurz anhalten wollen, schweigen sie gemeinsam eine gute Minute, die einem als Zuseher mit bestimmten Gewohnheiten, endlos vorkommen kann.

Gero von Boehm begegnet..., porträtiert nicht nur eine Persönlichkeit, sondern auch in gewisser Weise- visuell, auditiv und verbal, den Ort, die Geräusche und die Stimmungen um diese Begegnung- Faktoren, die zueinander im gemeinsamen Wechselspiel stehen und Bedeutungen tragen. So sollen Personen nicht nur vorgestellt, sondern *erlebbar* gemacht werden. Nicht nur Boehm, auch der Zuseher erlebt die Begegnung mit der porträtierten Persönlichkeit.

3.4.1.4. Filmische Gestaltungsmerkmale

3.4.1.4. Mittel der Transparenz

Bei *Gero von Boehm begegnet* ist die Transparenz ein Stilmerkmal. Mit auffälliger Häufigkeit ist neben dem Interviewer und dem Interviewten das gesamte Filmteam zu sehen. Da mit zwei Kameras gefilmt wird, kann sowohl Gero von Boehm als auch sein Gesprächspartner simultan gezeigt werden, sowie die Interviewsituation dargestellt werden:



Beide Gesprächsteilnehmer sind gleichzeitig in ihren Reaktionen zu sehen. Diese Form der Parallelmontage kehrt in jeder Folge mehrmals wieder. Vor allem dann, wenn Boehm eine Frage stellt, wird er auf diese Weise im Bild gezeigt. Der Interviewte kann dabei gleichzeitig beim Zuhören und Reflektieren beobachtet werden.⁴²¹

(rechts) Eine Kamera filmt Precht beim Zuhören in Naheinstellung, während Boehm in einer Totale seine Frage stellt. Häufig sind zwei unterschiedliche Einstellungsgrößen auf einmal im Bild.⁴²²

⁴²¹ <http://www.youtube.com/watch?v=TdknqVPx-bA>; 00:07:41ff. Zugriff: 20.09.2012.



Eine Kamera zeigt die Interviewsituation.⁴²³ (rechts) Die Sicht der anderen Kamera. Precht frontal, mit dem Blick zu seinem Interviewpartner, ohne dass dieser im Bild zu sehen ist – Eine typische Intervieweinstellung. Eher Film-typisch ist jedoch die Bildkomposition dieses Bildes. Precht ist ein wenig mehr links im Bild situiert, da der Elefant rechts oben visuelles Gewicht hat.⁴²⁴



Auch hier ist ein Standbild eines immer wiederkehrenden Motives zu sehen. Boehm stellt seine Frage und ist daher wie üblich im Bild sichtbar. Hinter ihm die Kamera, die auf Precht gerichtet ist.⁴²⁵ (rechts) In jeder anderen Folge arbeitet der Rhetor mit demselben Mittel.⁴²⁶

Als würde der Rhetor einen Brecht'schen Verfremdungseffekt wählen, wird der Zuseher auf diese Weise immer wieder daran erinnert, dass es sich um eine inszenatorisch aufbereitete Interviewsituation handelt und dass er nicht aktiv und Vorort am Gespräch teilnimmt, sondern lediglich ein äußerer Beobachter ist. Hickethier schreibt über das Phänomen der Kameras im Bild:

Werden Kameras im Bild gezeigt, macht der Film das Filmen selbst zum Thema, so ist diese Grundbedingung der kinematographischen Bilderzeugung nicht außer Kraft gesetzt, denn die aufgenommene Kamera im Bild ist nie die, die das Bild aufgenommen hat. Das im Film gezeigte Filmemachen ist hier zum Motiv, ist Teil des Sujets geworden. Die Kamera – die hier auch metaphorisch für das organisierende Prinzip des Films steht und den Filmemacher als auktorialen Organisator des Films vertritt – ist damit selbst in die Rolle einer auktorialen Position geraten, wird zu Darstellungsinstanz.⁴²⁷

⁴²² Ebd.; 00:15:12ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴²³ Ebd.; 00:00:36ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴²⁴ Ebd.; 00:00:42ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴²⁵ Ebd.; 00:29:50ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴²⁶ <http://www.youtube.com/watch?v=Eczz4PXfyfs>; 00:04:01ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴²⁷ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 53.

Demnach würde der Rhetor der Sendung, das Interviewen und das Filmen eines Interviews, zum Teil des Sujets machen. Mit dem Ausstellen der filmischen Arbeitsweise wird die Interviewsituation an sich, unabhängig vom Interviewten und unabhängig von Ort und Thema, zumindest ein Nebensujet der Sendung, das in jeder Folge behandelt wird.



Der rechte Bildteil hat ein höheres visuelles Gewicht und scheint daher auch nach rechts zu kippen, Prechts Körperhaltung und die rote also visuell starke Farbe im Hintergrund gleichen das visuelle Gewicht aus.⁴²⁸



Precht redet am Vogelgehege über Monogamie bei Vögeln.⁴²⁹ (rechts) Die zweite Kamera filmt dabei sichtbar die Vögel, die Aufnahmen werden zwischendurch eingeblendet.⁴³⁰

Auch über die Art und Weise wie die Gespräche zum Teil gefilmt werden, wird transparent gearbeitet. So werden ganze Gesprächsteile aus mehreren Blickwinkeln gefilmt, ohne einen direkten Einstellungswechsel oder Schnitt anzuwenden.

Die Standbilder im 1-2-Sekunden- Abstand aus der nächsten Abbildung, zeigen eine Sequenz aus *Gero von Boehm begegnet Ryuichi Sakamoto*, welche unter einer Minute dauert. Mit Schulterkamera gefilmt- wie alle Aufnahmen in *Gero von Boehm begegnet...*, wandert die Kameraperspektive leicht nach links, dann wieder nach

⁴²⁸ <http://www.youtube.com/watch?v=TdknqVPx-bA>; 00:22:14ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴²⁹ Ebd.; 00:11:48ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴³⁰ Ebd.; 00:11:32ff. Zugriff: 20.09.2012.

rechts und immer wieder hin und her (gut an dem gelben Buch im Hintergrund zu erkennen), dazwischen ist ein Schwenk auf Sakamotos Hände beim Spielen am Keyboard.



Die bewegte Schulterkamera sorgt für visuelle Dynamik⁴³¹

Diese schnittlose Form, könnte als innere Montage oder als innerer Perspektivenwechsel, angesehen werden. Außerdem sorgt die Bewegung für einen ständigen visuellen Reiz und gibt der Aufnahme, die ausschließlich Sakamoto beim Reden vor einem eigentlich statischen Hintergrund zeigt, eine Dynamik, die womöglich notwendig ist, um den Zuseher auch physisch anzuregen. Auch diese Technik ist dem Film zu verdanken:

Unabhängig, welche Bedeutung der jeweiligen Annäherung oder Distanzierung im Detail der Filmhandlung zukommt, ist dieses Moment des ständigen Wechsels mit seinen Beschleunigungen und Verlangsamungen eine selbständig wirkende Form der ständigen Aufmerksamkeitserzeugung, der Dynamisierung

⁴³¹ <http://www.youtube.com/watch?v=Aary2Ec3xmc>; ab 00:03:30ff; Endschnitt 00:04:20ff. Zugriff: 20.09.2012.

des Gezeigten und unseres Zuschauens – eine Form, die wir auf einer strukturellen Ebene als stimulierend und erlebnisfördernd empfinden.⁴³²

Und auch die Einstellungswechsel, folgen meistens durch die örtliche Verlagerung der Kamera während dem Filmen. Indem der Kameramann entweder näher heran oder weiter weg tritt, wechseln die Einstellungen meistens zwischen Close- auf Nahaufnahme. Bei *Gero von Boehm begegnet...*, treten wie in einem Spielfilm oder einer Dokumentation alle Einstellungen auf: Weit/ Totale / Halbtotale / Amerikanisch/ Halbnah/ Groß und Detail.⁴³³ Auch dieses Merkmal ist für ein Interviewformat eher untypisch, wird hier meistens die Nah- Groß- oder Detailaufnahme eingesetzt. Die Sendung hat daher auch filmische Arbeitsmethoden eines Dokumentarfilms.



Einstellungswechsel mit Schnitt werden häufig in Parallelmontage eingesetzt.⁴³⁴

Dadurch, dass Perspektive und Einstellung in Form von Positionswechsel, mit Zoom oder Schwenk, während dem Gespräch wechseln und variieren, bekommt die Sendung eine visuelle Dynamik, die von transparentem Charakter zu sein scheint. Doch Hickethier macht auf die widersprüchlichen Ansätze aufmerksam, die entweder den Schnitt oder den Schwenk als transparente Filmweise betrachten:

Die meisten Leute würden sagen, dass der Schnitt mehr manipuliert, dass er unterbricht und die Realität neu formt und dass deshalb der Schwenk die realistischere der zwei Alternativen sei, da er die Integrität des Raums bewahrt.⁴³⁵

In *Gero von Boehm begegnet...*, finden sich beide Varianten wieder, denn ohne Schnitt wäre das gesamte Interview von Anfang bis Ende, inklusive der Wege zwischen den Orten, sichtbar. Das könnte ein sehr lang andauerndes filmisches

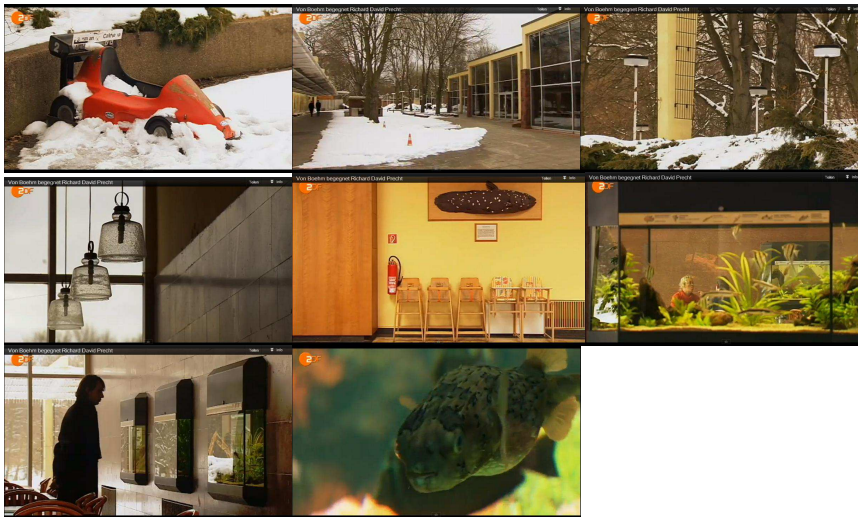
⁴³² Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 57-58.

⁴³³ Ebd. S. 55- 57.

⁴³⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=Eczz4PXfyfs>; 00:05:32 Zugriff: 20.09.2012.

⁴³⁵ James Monaco: Film verstehen. S. 177.

Produkt ergeben, denn Boehm sagt selbst: „Manche Gäste sah ich zwei Stunden und dann nie mehr, andere begleitete ich wochenlang mit der Kamera.“⁴³⁶ So teilt sich die Sendung in mehrere Abschnitte, welche die einzelnen Gesprächsinhalte wie „Kapitel“ sortiert, getrennt durch Zwischenaufnahmen- und Bildern, die mit Musik, beispielsweise dem Themensong unterlegt sind.



Kapiteltrenner aus acht Zwischenaufnahmen der Umgebung, unterlegt mit dem Titellied. Das letzte Bild (vom Fisch) bezieht sich schließlich wieder auf die nächste Frage.⁴³⁷

Hickethier schreibt über die Einteilung in Sequenzen, dass diese „von der Wahrnehmungslogik aus(geht), dass zwischen den Auftritten der Figuren an verschiedenen Orten auch eine Bewegung der Figuren zwischen den beiden Lokalisationen stattgefunden haben und deshalb also Zeit vergangen sein muss.“⁴³⁸ Der Rhetor der Sendung deutet jedes Mal auf den Ortswechsel hin, indem er die Bewegung der Figuren zwischen den Lokalisationen sichtbar macht und einen Ausschnitt von Boehm und seinen Interviewpartner jeweils dorthin spazierend, zeigt.

3.4.1.5. Aufbau und Gliederung

Die Sendung ist Folge für Folge nach demselben Muster strukturiert. Während der Porträtierte, der Ort und die Musik wechseln, bilden der Interviewer Gero von Boehm und die Gliederung und Gestaltungsmerkmale der Sendung, jeweils Konstanten.

⁴³⁶ Gero von Boehm: Begegnungen. S. 10.

⁴³⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=TdknqVPx-bA>; Schnittfolge beginnend ab 00:20:35ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴³⁸ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 115.

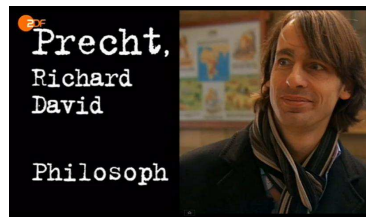
Die Sendung beginnt mit dem üblichen audiovisuellen *Intro*, Dann setzt der Themensong ein, dazu kommen entweder sogenannte „Establishing Shots“ und Impressionen vom Ort oder es ist gleich zu Beginn Gero von Boehm mit dem Interviewpartner an einem der Orte aus der Folge zu sehen. Diese Bilder verwendet der Rhetor oftmals wieder als Schlussbilder, um sozusagen den Kreis zu schließen. Der Rhetor knüpft häufig auch mit dem Gesprächs*inhalt* des Schlusses an den des Anfangs an- an die erste Gesprächssequenz. Diese führt in die Sendung ein und liefert gewissermaßen den *Hook* dranzubleiben. Der Anfang ist laut Hickethier besonders wichtig: „weil in ihm der Grundstein für die folgende Darstellung gelegt, der Zuschauer bei seinen Erwartungen „abgeholt“ und fasziniert werden muss. Hier werden die Dimensionen des dramatischen Geschehens angelegt.“⁴³⁹ Auch Gero von Boehm sagt über die Wichtigkeit des Einstiegs in ein Interview:

Eine gute erste Frage ist auf jeden Fall eine, die den Gast nicht langweilt. Es muss eine Frage sein, die ihm noch nie gestellt wurde; eine, die das Gespräch sofort in Gang bringt und die Tonalität bestimmt. Sie soll den Gast zu Höchstform auflaufen lassen. Im besten Fall entscheidet dann ein Psychogramm. Die erste Frage ist die entscheidende.⁴⁴⁰

Auf die erste einführende Gesprächssequenz, folgt schließlich die genauere Vorstellung des Interviewgasts - in Form von aufeinanderfolgenden Standbildern und Infotext zur Person. Ein schwarzes Bild erscheint, mit einem Foto der porträtierten Person (ein Standbild aus der Sendung). Dann erscheint links daneben der Nachname, darunter der Vorname und schließlich die Berufsbezeichnung. Es folgt eine Schwarzblende und das gegenwärtige Bild wird von einem Kinderbild ersetzt, daneben scheint das Geburtsjahr auf, eine Sekunde später der Geburtsort und der Familienstand. Nach dem gleichen Prinzip scheint ein weiteres Bild auf, mit Informationen zum gegenwärtigen Wohnort (bei Karl Lagerfeld z.B. Paris). Auf diese Weise erscheinen die wichtigen Eckdaten, ohne dass Boehm im Interview nachfragen muss oder Bauchbinden eingeblendet werden.

⁴³⁹ Ebd., S. 117-118.

⁴⁴⁰ www.faz.net/aktuell/feuilleton/ein-marchen-ist-s-erzaehlt-von-einem-irren-11079591.html Zugriff: 20.09.2012.



Vier bis fünf dieser Standbilder mit dem Themensong informieren über die Fakten.⁴⁴¹

Die einführende Gesprächssequenz und die Infobilder können auch als Exposition oder als „Opening“ des Formats bezeichnet werden:

Die Exposition der Figuren und der Handlungssituation ist notwendig, um uns als Zuschauer/innen an die Geschichte heranzuführen, uns vertraut zu machen mit den Figuren, mit einer Situation, mit einem Konflikt. Der Film beginnt oft auch mit einer Eröffnung, einem „Opening“, das die Zuschauer/innen zunächst erst einmal beeindrucken, faszinieren und ihr Interesse auf das, was dann kommt, wecken soll.⁴⁴²

Danach folgen die unterschiedlichen Gesprächssequenzen, oft werden Zwischenbilder oder Zwischenaufnahmen passend zum Gesprächsinhalt eingeblendet.



Ein oder zwei Standbilder in einem Kader. (rechts) Bewegtbild neben Standbild in einem Kader⁴⁴³

Die einzelnen Gesprächssequenzen sind jeweils von Standbilderfolgen oder Zwischenaufnahmen getrennt. Immer unterlegt mit Ton- entweder einer Geräuschkulisse, mit Musik oder beidem. Vor einem Standortwechsel werden jeweils hinführend, Trenner eingesetzt. Auch Aufnahmen von der gestikulierenden Hand, kommen in den Folgen konstant vor. Jedoch nicht als Zwischenschnitt, wie bei vielen anderen Interviewformaten, sondern meistens in einem Schwenk auf die Hand und zurück in eine Nahaufnahme.



⁴⁴¹ <http://www.youtube.com/watch?v=TdknqVPx-bA>; 00:02:11ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴⁴² Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 117.

⁴⁴³ Ebd.; 00:18:02ff. Zugriff: 20.09.2012.

Die auffällige Gestik von Sakamoto.⁴⁴⁴ Und auch die Aufnahme der Beine beim Gehen ist ein wiederkehrendes Motiv der Sendung: Gero von Böhm links mit Precht,⁴⁴⁵ rechts mit Handke.⁴⁴⁶

Das Ende führt bildlich und inhaltlich, meistens wieder zurück an den Anfang. Über diese Form der dramaturgischen geschlossenen Form, schreibt Hickethier: „Sie liebt symmetrische Anlagen, das Zurückführen eines Geschehens zu seinem Ausgangspunkt, eine Ähnlichkeit oder gar Wiederholung von Anfangs- und Endbildern.“⁴⁴⁷ Meistens sieht man Boehm und seinen Interviewpartner spazieren, während links in einem Grafikelement bereits die Credits eingeblendet werden. Dem Zuseher wird damit auf sanfte Weise, das Ende der Sendung vermittelt. Über das filmische Ende, schreibt Hickethier außerdem: „Entscheidend ist, wie und womit der Zuschauer entlassen wird.“⁴⁴⁸ Somit ist das letzte Statement so wichtig wie die erste Frage. Die Interviewteilnehmer werden während dem Gespräch nicht bloß abgefilmt, sondern dabei begleitet wie sie sich von einem Ort und von einem Thema zum nächsten angeln, um wieder da anzukommen, wo sie gestartet sind.



Anfangsaufnahme⁴⁴⁹



Endaufnahme⁴⁵⁰

Gero von Boehm begegnet... bedient sich der vielen gestalterischen Möglichkeiten aus dem Filmbereich, um ein abendfüllendes Talk-Format mit ausreichenden visuellen Reizen zu kreieren. Es bildet ein Format, welches dokumentarischen Charakter hat- obgleich das Thema oder die Sache eine Person darstellt und die Kamera selten von dieser abweicht. Der passende Begriff wäre womöglich - „Fernseh- Feuilleton“.⁴⁵¹

⁴⁴⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=Aary2Ec3xmc>; 00:16:21ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴⁴⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=TdknqVPx-bA>; 00:08:45ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴⁴⁶ <http://www.youtube.com/watch?v=Eczz4PXfyfs>; 00:00:53ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴⁴⁷ Ebd., S.116.

⁴⁴⁸ Ebd., S.119.

⁴⁴⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=TdknqVPx-bA>; 00:00:14ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴⁵⁰ Ebd.; 00:43:35ff. Zugriff: 20.09.2012.

⁴⁵¹ Der Onlineduden bezeichnet *Feuilleton* als „literarischer, kultureller oder unterhaltender Teil einer Zeitung“- Eigenschaften die ebenso auf die Sendung zutreffen. Auch in einem Artikel der *Frankfurter Allgemeine Zeitung* wird Boehm als „Fernseh- Feuilletonist“ bezeichnet:

3.4.2. *Fifty People One Question*

2008 veröffentlichten die jungen amerikanischen Filmmacher und Künstler Benjamin Reece und Tung Bach Ly einen Kurzfilm bestehend aus fragmentartigen Interviews. Sie nannten das Projekt *Fifty People One Question* und stellten es online. Das Video wurde millionenfach angeklickt und weiterempfohlen. Vier weitere Filme gleicher Sorte folgten- immer mit demselben Konzept- zu einer Frage werden die Reaktionen und Antworten unterschiedlicher Befragten kunstvoll zu einer sechs bis acht- minütigen Abfolge montiert: Ein Film, eine Frage, eine Stadt, viele Gesichter. Die aufwendige und emotionale Meinungsumfrage mit „Menschen von der Straße“, folgt dem konzeptuellen Slogan „Exploring human connections through people and place“ und soll nicht nur endogen ansprechend sein, sondern ein soziales Experiment filmisch präsentieren.

Mit der Frage „Before the end of today, what would you wish to happen?“, startete das Projekt in New Orleans, weitere Filme folgten mit den Interviewsettings New York und London und den Fragen „What’ s your secret“ und „Where would you wish to wake up tomorrow?“. Auf der Internetseite www.fiftypeopleonequestion.com kann jeder Besucher auch seine eigene Antwort schreiben- Im Sommer 2012 lassen sich 7043 gepostete Antworten aus 2398 Städten zählen. Das Konzept wurde außerdem in mehreren Ländern aufgegriffen und so tauchen immer mehr *Fifty People One Question*- Filme im selben Filmstil aus unterschiedlichen Städten auf der populären Videoplattform *youtube* auf.

Über die Filme sollen globale Verbindungen geschaffen werden. Die Macher der seriellen Interviewfilme schreiben:

Along the way, the films have captured a small slice of humanity, to discover dreams, losses, reflections, stories and secrets, some shared and some completely unrepeatable.⁴⁵²

Ein – übersetzt - „kleines Stück Menschheit“ hätten die Filme eingefangen. Die millionenfache Rezeption sollte ein gewisses „Manko“ in der massenhaften Gesichtshaftigkeit der facialis Gesellschaft aufzeigen können. Die Frage tut sich auf, ob das Porträt in seiner ursprünglichen Funktionalität- nämlich dem Festhalten und

www.faz.net/aktuell/feuilleton/ein-maerchen-ist-s-erzaehlt-von-einem-irren-11079591.html Zugriff: 20.09.2012.

⁴⁵² www.fiftypeopleonequestion.com/about Zugriff: 29.09.2012.

Aufzeigen eines Menschen in seiner begrenzten Existenz- wieder auftaucht. In einer Welt in der „der Mensch wie am Meeresufer ein Gesicht im Sand“ erscheint, in einem Umfeld, welches „Gesichter, überall Gesichter“ ausstellt und das menschliche Gesicht zu einer universalen Physiognomie reduziert, welche lesbar und reproduzierbar gemacht werden sollte- in dieser Welt, tauchen immer häufiger Zeichen auf, die auf die Einzigartigkeit und die Besonderheit des Einzelnen hinweisen wollen. Als solches Zeichen könnte das Projekt *Fifty People One Question* interpretiert werden, welches nicht umsonst audiovisuelle Interviews als „Transportmittel“ wählte- das Interview als das Medium welches Verbindung schaffen möchte, wo die räumliche oder moralische womöglich nicht gegeben ist. Die gezeigten Menschen, begegnen dem Filmteam auf der Straße- deren Begegnung wird im weiteren Sinne zur Begegnung mit dem Zuseher- nein, umgekehrt- der Zuseher begegnet ihnen. Dabei bleibt es bei einer anonymen Begegnung auf beiden Seiten- die Namen der Interviewten werden nicht eingeblendet. Man weiß nichts über ihr soziales Gefüge- ihre Profession, ihren Status. Der Zuseher kann sich über den Akzent, das vermeintliche Alter oder die Kleidung ein eigenes Bild von der Person machen- von der Geschichte, die der Interviewte in diesem Moment durch seine äußerliche Erscheinung und seinen mimischen und verbalen Ausdruck erzählt. Durch die fehlenden, identifizierenden Informationen, wird die Verbindung der einzelnen Personen in *Fifty People One Question* noch einmal hervor gestrichen. Passend zum Interviewsetting- einer Großstadt- ziehen die Gesichter anonym vorüber und *streifen* beim Passieren kurz an- halten inne. Manche geben ihr intimstes Geheimnis preis- in die schwarze Linse der Kamera und ziehen dann weiter, womöglich unwissentlich darüber, dass sie Millionen Menschen weltweit berührt haben.

3.4.2.1. Aufbau und Gliederung

Die fünf Filme sind nach einer ähnlichen Grundstruktur aufgebaut und können daher anhand von einem exemplarisch beschrieben werden- „Post Secret“ fasst die unterschiedlichen Antworten auf die Frage „What’s your secret“ zusammen. Unterlegt mit drei aufeinanderfolgenden, rein instrumentalen Tracks und dramaturgisch so angelegt, dass der Zuseher emotional angesprochen wird. Der

Einstieg scheint locker angelegt zu sein- mit „Gute-Laune-Musik“⁴⁵³ und lachenden Gesichtern.

Auf schwarzem Hintergrund, erscheint der weiße Schriftzug „Fifty People One Question“, dann setzt die Musik ein und mit ihr eine Abfolge von Impressionen, die Bilder der Stadt oder Ausschnitte der Menschen mit dem für die Filme üblichen Schärfenverlagerungen zeigen. Jeder Film wurde mit dem Photoapparat „Canon EOS 550D“ gefilmt.



Wiederkehrendes Motiv: Fokus von unscharf⁴⁵⁴ auf scharf.⁴⁵⁵

Die kurzen Einstellungen der Personen, die später zu Wort kommen werden, erscheinen wie in einer ersten Begegnung, die noch rein visuell stattfindet. Im Sinne des *Intraviews*, vermitteln die Gesichter für sich, noch bevor die Stimme oder die Antwort weitere Sinninhalte geben. Der Rhetor stellt die Interviewgäste zuerst in ihrer Physiognomie vor- lässt sie auf den Zuseher wirken- als erste Etappe in jedem der fünf Filme. Man sieht sie in ihren überraschten oder freundlichen Reaktionen darauf, angesprochen zu werden oder wie sie ihre Miene nachdenklich verziehen, während sie über die Frage nachdenken.

⁴⁵³ „Wafting Sands“ von Seth Kauffman.

⁴⁵⁴ <http://www.fiftypeopleonequestion.com/films/5-post-secret>; 00:00:26ff. Zugriff: 29.09.2012.

⁴⁵⁵ Ebd.; 00:00:27ff. Zugriff: 29.09.2012.



Reaktion auf die Frage „What’s your secret?“⁴⁵⁶

Hier findet auch der Übergang in die nächste Sequenz statt- die Ebene in welcher der On-Ton zum (fortwährenden) Off-Ton- der Musik, dazukommt. Hier lachen die Interviewpersonen über die Frage, wiederholen sie, stellen eine Gegenfrage oder denken darüber nach. In jedem Film wird mindestens ein Interviewter gezeigt, der die Frage laut wiederholt- somit impliziert der Rhetor die Frage im Film ohne sie schriftlich einblenden zu müssen oder den Interviewenden, welcher weder sichtbar noch hörbar im Bild ist, zu integrieren. Auf die Frage „What’s your secret“ sind beispielsweise vier junge Mädchen zu sehen, die über die Frage kichern. Dann fragt das rechtsstehende Mädchen: „Wait, I have a question! Why would you share it now, if you usually wouldn’t share it with anyone else- to total strangers?“ Ein Moment, in dem sich der Zuseher in seiner Funktion als „fremder“ Voyeur persönlich angesprochen fühlen könnte. Ein Moment auch, in dem die Öffentlichkeit zum Thema des audiovisuellen Interviews gemacht wird- vom Interviewten selbst verbalisiert. Hier setzt auch die Musik kurz aus. Der Einsatz des zweiten Tracks⁴⁵⁷, kündigt den zweiten Teil des Filmes an- den der Antworten auf die immer gleiche Frage. Die Musik versetzt den Zuseher in eine andere Stimmungslage, sie spielt als Unterlage zu den Antworten, von denen einige potentiell tief gehen können, nach Hickethiers Definition handelt es sich dabei um Musik, „die den Zuseher emotional in das Geschehen hineinziehen soll“.⁴⁵⁸

Die Antworten amüsieren oder berühren in abwechselnder Folge:

⁴⁵⁶ <http://www.fiftypeopleonequestion.com/films/5-post-secret>; 00:00:33ff. Zugriff: 29.09.2012.

⁴⁵⁷ „Pictures of Audrey“ von Mastermind theatre.

⁴⁵⁸ Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse. S. 96.

Person A (m): How about ever since I was eighteen, I didn't know how not to have more than one girlfriend.

Person B (m): Hurts though. `Cause if you have a girlfriend, right, you like her, but there's another girl and you don't want to break her heart. And you go with her.

Person C (w): I like to eat cereal in my bedroom alone in my underwear. (lacht) So, there you go.

Person D (m): My secret is, that I hate peanut butter and jelly.

Person E (m): I used to fantasize about being a secret agent sometimes.

Person F (m): I hate birds.

Person E: Having like seventeen passports, you know, and a stash of cash somewhere and, what would I do, where would I go, you know.

Person F: I don't know, I think because, I hate when they fly and I can't fly.

Person E: Maybe because of a lack of excitement in my life, maybe...

Person G (w): My secret, that I... I'm afraid to go back into my home town.

Person H (m): Last October I broke my computer and I told everyone that I spilled coffee on it, but I actually peed on it in the middle of the night (lacht).

Person I (m): Well, I've been telling people, that I have a real job, ah, when I had a jobloss, they would think I was pathetic.

Person J (m): Uuh, the first time I ever jerked off, was to Latoya Jackson in a video.

Person K(m): Oh, aah awkward.

Person J (m): Yeah, you're only twelve once, you know.

Person L (m): My secret, I slept with a man.

Person M (m): I planned on breaking up a couple from another country for a personal game (lacht).

Person N (m): Really, a true story.

Person O (w): I transferred school for an ex-boyfriend and I told everyone, that I didn't. (lacht). Now you know! Ah! That's so weird, I just said it!

Person P (w): I'm a lot better, before you really know me.

Personen [Q (w) + R (m) im Bild zueinander gewandt] Q: Hey, dig in there deep.

Person P: [sieht auf den Boden]

Person [Q + R im Bild] R: Oh right, you know your cat that disappeared? ... I ran it over.

Person [Q + R im Bild] Q: Hmm, let' s think. You know, like, you know all those books that I have, that I don't let you read? It's just all these love poems, that are about you.

Person R (m): Uuh...my grandmother. You know, I didn't get to be with her when she died, so...

Person S (m): I believe death is a beautiful thing, beautiful part of life.

Person T (w): Umm, I don't mind being honest about this. (kurze Schwarzblende)
My best friends dad died of cancer recently and he was really meaningful to me, we grew up together he pretty much raised me and when he was going to the hospital for like his last, his last like goodbye, he basically... uh I remember there was a lot of people there waiting for him and he asked, he'd only have to people in the room and he specifically asked for me to be there and that really changed my life.

Person O: Yeah I, seriously, umm, that I act like an idiot, `cause... I don't know, I have a void in my yarn.



„I have a void in my yarn“, sagt das Mädchen und legt dabei die Hand auf den Oberkörper.⁴⁵⁹

Die letzte Antwort beinhaltet einen kuriosen Widerspruch- das junge Mädchen- wohl nicht viel älter als fünfzehn- wirkt sehr jung und beschreibt ihr Verhalten als „idiotisch“, gleichzeitig ist der letzte Teil der Antwort überraschend reif, die Ausdrucksweise beinahe poetisch- „I have a void in my yarn“ müsste übersetzt „Ich

⁴⁵⁹ <http://www.fiftypeopleonequestion.com/films/5-post-secret>; 00:05:15ff.

habe eine Lücke in meiner Geschichte“ heißen. Hier ergibt sich eine reizvolle Kombination aus dem visuellen und dem verbalen, also auditiven Informationsgehalt.

Der dritte Track⁴⁶⁰ untermalt auch die dritte, letzte Ebene- den Filmausstieg mit abschließenden Bildern und den Credits. Die Interviewten werden zum Teil noch einmal eingeblendet, wie sie aus dem Bild gehen oder rückwärts im diffusen Hintergrund verschwinden. Sie bedanken sich oder verabschieden sich und so wird auch der Zuseher auf das Ende des Kurzfilms und auf das Ende der filmischen und virtuell überlieferten Begegnung vorbereitet.

Fifty People One Question zeigt Gesichter von Menschen auf der Straße, die kurz inne halten und etwas Persönliches teilen. Sie unterscheiden sich in ihren Reaktionen und Antworten, aber auch in ihrer Physiognomie. Diese zeitgenössischen, künstlerischen Kurzfilme bestehen aus Interviews und Impressionen. Bereits in den frühen 1960er Jahren entwickelte Andy Warhol eine breite Serie von Bewegtbild-Aufnahmen, die Gesichter zeigen. Die Nahaufnahme einer Person, die frontal in die Kamera blickt und anders als in den meisten Spielfilmen- als sie selbst auftritt- ist eng mit der Assoziation einer Interviewaufnahme verbunden. Meistens tritt diese Einstellung in Fernsehformaten auf. Mit dem Aufkommen des Internets und Plattformen wie *youtube* oder *vimeo* haben junge Filmemacher und Künstler die Möglichkeit, ihre Videos mit der breiten Masse zu teilen. Die Kurzfilm-Serie *Fifty People One Question* erreichte Menschen auf der ganzen Welt. Auch einige von Andy Warhols *Screen Tests* wurden auf *youtube* hochgeladen und zeigen jeweils bis zu 100 000 Aufrufe⁴⁶¹ an, Warhols *Screen Tests* werden über das Internet lange noch nach seinem Ableben angesehen. Die schwarz- weiß- Aufnahmen, die auch als „stumme Interviews“ bezeichnet werden könnten, sind Kunstfilme, die mit televisuellen Interviews die Qualität teilen, Gesichter zu zeigen und zu konservieren.

3.4.3. Andy Warhols' *Screen Tests*

Der Begriff *Intraview* soll die Ebene der Geschichte bezeichnen, die rein über die Facis vermittelt wird. In einem audiovisuellen Interview erweitert sich diese Ebene um die verbale und um die kontextuelle. Andy Warhol produzierte zwischen 1964

⁴⁶⁰ Mit dem passenden Titel „Delicate Goodbye“ von Chaz Knapp.

⁴⁶¹ Der Bob Dylan Screentest wurde (Stand Februar 2013) 127 633 mal angeklickt: www.youtube.com/watch?v=M--oHOn4aOU Zugriff: 30.09.2012.

und 1966 eine Reihe an schwarz-weißen Filmporträts, die als *Intraviews* betrachtet werden könnten. Die Filme markieren eine Zeit, die für Warhol als Künstler, aber auch der Szene die ihn umgab, besonders stimulierend und konsequent war. „When he began making his Screen Test portrait films, Warhol was a young successful artist hard at work in the midst of the New York art scene during one of the most exciting and explosive decades in its history,“⁴⁶² schreibt Callie Angell in der Einführung zu ihrem umfassenden Katalog *Andy Warhol Screen Tests*. Sally Banes schreibt in ihrem Buch *Greenwich Village 1963* über diese künstlerisch signifikanten Jahre:

Numerous small, overlapping, sometimes rival networks of artists were forming the multifaceted base of an alternative culture that would flower in the counter-culture of the late 1960s, seed the art movements of the 1970s, and shape the debates about postmodernism in the 1980s and beyond.⁴⁶³

Warhol produzierte in gewisser Weise Momentaufnahmen dieser Zeit. Wie kaum ein anderer, war er von einer Dichte an Künstlern umgeben, die wie nervöse Insekten um ihn, wie um ein Licht schwirrten und dabei auch „verbrennen“ konnten, wie Warhols Temporärmuse Edie Sedgwick, die in diesem Umfeld nicht nur mit Ruhm, sondern auch mit Drogen in Kontakt kam. Die *Screen Tests* halten einige der Gesichter fest, die konstanter Teil der *Factory* waren, oder auch nur Kurzbegegnungen manifestieren. „Intricately interconnected and multithreaded“, schreibt Angell, „the network of individuals whose pictures Warhol collected in the *Screen Tests* offers a unique map of the New York downtown arts scene during a watershed period.“⁴⁶⁴ Wie ein Jahrbuch aus der Mittsechziger Avantgarde⁴⁶⁵ zeichnen die *Screen Tests* Porträts kultureller Figuren, wie Angell schreibt „all linked through their shared connection, however brief, with Warhol and his camera.“⁴⁶⁶

⁴⁶² Callie Angell: *Andy Warhol Screen Tests*. The films of Andy Warhol Catalogue Raisonné. Vol. 1. New York: Harry N. Abrams, 2006. S. 12.

⁴⁶³ Sally Banes: *Greenwich Village 1963*. Avant-Garde Performance and the Effervescent Body. Durham/ London: Duke University Press, 1993. S. 2.

⁴⁶⁴ Callie Angell: *Andy Warhol Screentests*. S. 13.

⁴⁶⁵ Ebd.

⁴⁶⁶ Ebd.



„Ann, the girl who cried a tear“⁴⁶⁷



Edie Sedgwick⁴⁶⁸



Aus der Reihe 13 most beautiful boys⁴⁶⁹



Mary Woronov in 13 most beautiful girls⁴⁷⁰

Die gesamte Reihe der *Screen Tests*, wurde mit Warhols 16mm Bolex Kamera aufgezeichnet. Vor einer Leinwand nahmen die- Zu- Filmenden Platz, manchmal von einer einzelnen, manchmal von mehreren Lichtquellen beleuchtet:

The earliest portraits, shot for *Thirteen Most Beautiful* series, are mostly centered head shots, with people facing forward and lit evenly from both sides, a lighting design that had the effect of creating symmetrical, Rorschach-like shadows down the center of the subject's faces. Others were posed in three- quarter profile, which resulted in more three- dimensional, sculptural images. The lighting gradually became more diverse and sophisticated, progressing from symmetrical light sources, backlighting, and indirect or diffused lighting. Later films from 1965 an 1966 were more dramatically lit, with bright „sun-gun“ lights used to create high- contrast, half- moon lighting, which bisected people's faces into stark areas of light and shadow.⁴⁷¹

Warhols *Screen Tests* sollten die Subjekte weniger, wie es der Arbeitstitel vermuten ließe, in ihrer Bildschirmtauglichkeit als Testaufnahme festhalten, als sie in der heiklen Situation vor einer Kamera zu beobachten: „They do show Warhol, somewhat surprisingly, in the role of social historian or ethnographer, systematically documenting the parade of talented artists and other significant characters he

⁴⁶⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=rQEiOoMyvos>; 00:00:14ff. Zugriff: 01.10.2012.

⁴⁶⁸ http://www.youtube.com/watch?v=hLW_sXv44Uc; 00:00:04ff. Zugriff: 01.10.2012.

⁴⁶⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=n8X-MhY8Lml>; 00:00:13ff. Zugriff: 01.10.2012.

⁴⁷⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=WHq9OEj4SvQ>; 00:00:07ff. Zugriff: 01.10.2012.

⁴⁷¹ Ebd., S. 15- 16.

encountered at his studio and assembling a group portrait of considerable cultural and physiognomic complexity.“⁴⁷² Die *Screen Tests* sind keine filmischen Interviews in dem Sinne, als Fragen gestellt werden und Antworten den verbalen Inhalt geben, doch die Aufnahmen halten den abgebildeten Menschen in einer ähnlichen Situation fest. Vor einen schlichten Hintergrund platziert, saßen die Subjekte vor Warhol's Kamera und sollten drei Minuten so regungslos wie möglich in die Linse blicken - wenn möglich ohne zu blinken - so dass die Aufnahme einer stillen Photographie gleiche. Die Subjekte unterschieden sich nicht nur in ihrer Physiognomie, sondern auch in ihrem Umgang mit der Situation, die nach Angells Beschreibungen eher als unangenehm zu interpretieren wären:

By transposing the conventions of the formal or institutional photographic portrait into the time- based medium of film, he created a set of diabolically challenging performance instructions for his sitters, who, suddenly finding themselves up against the wall and face- to -face with Warhol's Bolex, struggled to hold a pose while their brief moment of exposure was prolonged into a nearly unendurable three minutes.⁴⁷³



Screen Test- Setting⁴⁷⁴

Warhol setzt die filmischen Portraits unter einen künstlerischen Aspekt, welcher an Theorien Simmels erinnern, der die Physiognomie und im Speziellen das Gesicht, als paradigmatisches Thema der Kunst hervorhebt.⁴⁷⁵ Dass das Gesicht einem Kunstwerk Seele verleihe, ist ein Argument, welches in Anbetracht von Warhol's *Screen Tests* noch einmal Bedeutung erlangt. Denn der Fokus liegt beim Betrachten mit großer

⁴⁷² Ebd., S. 13.

⁴⁷³ Ebd., S. 14.

⁴⁷⁴ Ebd., S. 7.

⁴⁷⁵ Georg Simmel: Die ästhetische Bedeutung des Gesichts. In: Christa Blümlinger und Karl Sierek: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 251.

Wahrscheinlichkeit auf dem Gesicht. Die Subjekte blicken wie hypnotisiert in die Linse und dabei im übertragenen Sinne beinahe *hypnotisierend* in die Augen der Zuseher. Philipp Lersch beschreibt in seinem Buch *Gesicht und Seele* das Resultat des Blicks, der den des Zusehers trifft als „Gefühl eines Aufgedecktseins, einer Schutzlosigkeit, einer inneren Berührung“.⁴⁷⁶ So könnte sich das Betrachten eines *Screen Tests* beschreiben lassen, welcher Blicke ausstellt, die sich zum Teil als *unangenehm* beschreiben lassen könnten, trotz dem und womöglich vor allem *weil* sie dem Betrachten eines Bildschirms gleichkommen und den Zuseher damit wiederzuspiegeln scheinen. Gleichzeitig umgibt die „gescreenten“ Personen eine gewisse Aura, die auf den Zuseher anziehend wirken könnte:

Mit dem Begriff der Aura, des Charismas, der Ausstrahlung wird dieses Phänomen umschrieben, das durch körperliche Präsenz einerseits und durch Faszination bei den Betrachtern andererseits entsteht.⁴⁷⁷

Die Filme sind durchgehende Sequenzen von höchstens drei Minuten, ohne Ton und in schwarz- weiß. Die insgesamt 472 Filme halten Persönlichkeiten wie Bob Dylan, Allen Ginsberg, Lou Reed, Nico, Edie Sedgewick, Ivy Nicholson oder Charles Henri Ford fest und markieren gleichzeitig den Zeitgeist der sechziger Jahre. In der Flüchtigkeit und der filmisch ästhetischen Plastik einer Epstein' schen *Photogénie* begegnet der Zuseher beim Betrachten der *Screen Tests* Persönlichkeiten, die zum Teil schon lange nicht mehr leben. Warhol hat ein Archiv seiner Zeitgenossen geschaffen, das seinen Hang zur Reproduktion, zur Vielfalt und zum seriellen Arbeiten noch einmal unterstreicht.

3.4.4. Lynn Hirschbergs' *NY Times Screentests*

Das Konzept von Warhols *Screen Tests* wurde etliche Male aufgegriffen oder als Parodie⁴⁷⁸ nachgestellt. Die Journalistin Lynn Hirschberg setzte für das Online Portal der New York Times, dem virtuellen *T- Magazine* eine Idee um, die angelehnt an Warhol' s *Screen Tests*, ebenfalls Künstlerpersönlichkeiten, hauptsächlich

⁴⁷⁶ Philipp Lersch: *Gesicht und Seele. Grundlinien einer mimischen Diagnostik*. München/ Basel: Reinhardt, 1955. S. 59.

⁴⁷⁷ Knut Hickethier: *Film- und Fernsehanalyse*. S. 161.

⁴⁷⁸ Für die ZDF- Kultur- Sendung *Roche & Böhlermann* werden die Gäste jeweils im Stil von Andy Warhol' s *Screen Tests* aufgenommen- die Gefilmten sollen- jedoch nicht drei sondern nur eine Minute- stumm in die Kamera blicken. In schwarz- weiß gehalten mit ein paar Farbelementen und mit Musik unterlegt, unterscheiden sie sich visuell und auditiv von den Originalen. Die *Screen Tests* von *Roche & Böhlermann* haben außerdem einen komödiantischen Touch.

Schauspieler, in wenigen Minuten porträtiert. Bis auf wenige Ausnahmen (George Clooney, Penelope Cruz) sind die Filme ebenfalls in schwarz- weiß gehalten. Die Interviewsubjekte sitzen auf einem Hocker vor einer schlichten schwarzen Leinwand und blicken auf Augenhöhe direkt in die Kamera.



Die Kamera ist frontal auf die Interviewten - hier der Schauspieler Vincent Cassel -gerichtet. Die Interviewten antworten mit dem Blick in die Kameralinse und adressieren somit den Zuseher.⁴⁷⁹

Im Gegensatz zu den Stummaufnahmen von Warhol's *Screen Tests* sind die *NY Times Screentests* jedoch *audiovisuelle Interviews*. Lynn Hirschbergs Fragen sind nicht zu hören, manchmal nur ihre Reaktionen, wie etwa lautes Lachen als *Off-Screen Sound*. Die Interviewten sprechen über Themen wie die ersten Filme, die sie gesehen haben oder Anekdoten aus dem beruflichen Alltag. Die künstliche Beleuchtungssituation ist ähnlich der originalen Warhol *Screen Tests*. Zusätzlich zur Grundausleuchtung, wird entweder die linke oder rechte Gesichtshälfte ein wenig stärker ausgeleuchtet- in dieser für Studioaufnahmen klassischen Drei- Punkt-Ausleuchtung erhält das Filmgesicht seine kontrastreiche Plastik, das Augenlicht verleiht Lebendigkeit.

Die Interviewfilme bestehen meistens zwar nur aus zwei unterschiedlichen nahen Einstellungsgrößen, durch die sprunghafte Montage, welche die Einstellungen abwechselnd wiedergibt, bekommen die Filme jedoch eine gewisse visuelle Dynamik.

⁴⁷⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=PCz5ThQXVKQ>; 00:00:32ff. Zugriff: 1.10.2012

Andy Warhol nahm einige der *Screen Tests* heraus und fasste sie mit bestimmten Titeln zusammen. Besonders bekannt, sind die Reihen *The Thirteen Most Beautiful Boys* oder *The Thirteen Most Beautiful Women*. Auch die Gesichter in Hirschberg's *Screentests* sind im meisten Falle als attraktiv und ansprechend zu beschreiben. Thomas Morsch schreibt vom „Verlangen nach oraler Einverleibung“⁴⁸⁰ beim Betrachten eines schönen Gesichts. Die *NY Times Screentests* bieten eben solche *schönen* Gesichter an. Die Art der Gestaltung ohne jegliche Ablenkung vom Wesentlichen, wie der schwarze Hintergrund in seiner Schlichtheit und der Blick des Interviewten in die Kamera, sind jene Elemente, die sich dem Zuseher zur Betrachtung, zu eben dieser „Einverleibung“ des Gesichts, geradezu anbieten. Hirschberg's *Screentests* können auch als audiovisuelle Interviews zur bewussten Imagekonstruktion gesehen werden. Die Künstler können ihre telegenen Qualitäten präsentieren, über sich und ihre Arbeit sprechen, sich als Alltagsmensch zeigen oder als Künstlerfigur, wobei sich beide Formen auch vermischen können.



Helena Bonham Carter im *NY Times Screentest*.⁴⁸¹



Carter zeigt ein „privates“ Bild ihrer Tochter auf ihrem Mobiltelefon.⁴⁸²

⁴⁸⁰ Thomas Morsch: We all want something beautiful. In: *Das Gesicht ist eine starke Organisation*. S. 230.

⁴⁸¹ <http://www.youtube.com/watch?v=riYAlUp4V4>; 00:00:30ff. Zugriff: 1.10.2012.

⁴⁸² Ebd.; 00:02:11ff.

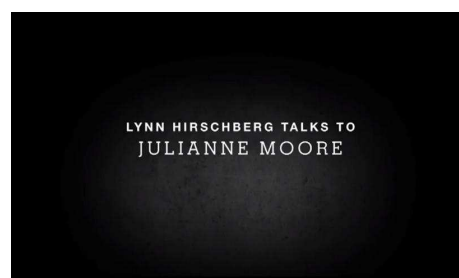
Die Fragen scheinen von unkritischer Natur zu sein, die Atmosphäre wirkt entspannt. Wie bei *Fifty People One Question*, erscheinen Nachahmungen auf *youtube*, unter anderem von Schauspielern, die auf diese Weise auf sich aufmerksam machen wollen.

3.4.4.1. Der Rhetor

Lynn Hirschberg zeichnet sich für die Fragen und den Schnitt verantwortlich und übernimmt damit eine wichtige Rhetor- Position. Wie sich aus den diversen Credits der Interviewreihe herauslesen lässt, führt nicht Hirschberg Regie, sondern jeweils wechselnde Regisseure wie Francesco Carrozzini oder Greg Brunkalla. Am Drehort – im Studio - arbeiten außerdem eigene „Directors of Photography“ wie Manfred Reiff oder Bill Wintersoder und manchmal auch der „cinematographer“ David Rodriguez. Auch eigene „Gaffer“ – unter anderen Paul Hart, Evan Ragon oder Michael Belcher sind an den Filmen beteiligt.

3.4.4.2. Der Aufbau

Das erste Bild ist das Logo des T- Magazine, nach einer Schwarzblende (fading) folgt der Schriftzug *The New York Times Magazine*. Das dritte Bild verrät *wer wen* interviewt, z.B.:



Der Interviewte wird zuerst namentlich angekündigt.⁴⁸³

Das nächste Bild, um bei *Lynn Hirschberg talks to Julianne Moore* zu bleiben, hat eine transparente und einführende Eigenschaft- Zu sehen sind letzte Vorbereitungen: der Make- Up Artist, der Moore noch einmal nachschminkt.

⁴⁸³ <http://www.youtube.com/watch?v=ecDKIB55vOI>; 00:00:09ff. Zugriff: 4.10.2012.



Transparente Gestaltungsweise.⁴⁸⁴

Mit dem Einsatz von Moores Antwort erscheint die erste Sequenz mit Ton, in Nah-Aufnahme.



Nahaufnahme⁴⁸⁵



Nahaufnahme minimal herausgezoomt⁴⁸⁶

Die Antwort folgt ausschließlich in dieser Einstellung (Abb.), die nächste Sequenz, nach einem *Jump Cut*, ist immer noch eine Nah-Einstellung, die Distanz hat sich allerdings minimal geändert (Abb.). Diese Einstellungen wechseln sich im Laufe des Clips immer wieder ab. Der Film endet schließlich abrupt und die Credits folgen.



Verweis auf die website des T-Magazine⁴⁸⁷



Credits⁴⁸⁸

⁴⁸⁴ Ebd.; 00:00:13ff. Zugriff: 4.10.2012.

⁴⁸⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=ecDKIB55vOI>; 00:00:25ff. Zugriff 05.10.2012.

⁴⁸⁶ Ebd. 00:04:58ff. Zugriff 05.10.2012.

⁴⁸⁷ Ebd.; 00:05:49ff. Zugriff 05.10.2012.

⁴⁸⁸ Ebd.; 00:05:53ff. Zugriff 05.10.2012.

3.4.4.3. Filmische Umsetzung

Bei Julian Moores *Screentest* ist die Kamera still- das ist jedoch keine konstante Gestaltungseigenschaft. Bei dem ersten von zwei Screentests mit Charlize Theron, ist die Kamera beispielsweise ständig leicht bewegt- das Bild „zittert“- als wäre die Kamera am Stativkopf nicht fest fixiert. Es scheint als wären die unterschiedlichen filmischen Umsetzungen der *NY Times Screentests* selbst Testverfahren, die unterschiedliche Filmstile entweder ausprobieren oder ausstellen wollen. Auch die Grafik, wie beispielsweise die Schriftzüge des Vor- und Abspanns treten unterschiedlich auf. Pro Film wechselt also nicht nur die Rhetor- Funktion, auch die graphischen Elemente, die Nähe der Einstellungen und der Einsatz von transparenten Mitteln (in Off-Ton und Bild), variieren.

3.5. Das fiktionale Interview im Film

Die einzelnen Eigenschaften des audiovisuellen Interviews, lassen sich besonders deutlich an ihrem Einsatz im fiktionalen Film erkennen. Aufgrund der authentischen Eigenschaft, die sie einem filmischen Produkt verleihen können, werden audiovisuelle Interviews häufig in *Mockumentaries* eingesetzt- Fiktionalen Dokumentarfilmen, die sich durch ihre authentische Gestaltung und Wirkung kennzeichnen. Die Mockumentary *District 9* aus dem Jahr 2009 besteht zu nahezu einem Drittel aus audiovisuellen Interviews- hauptsächlich um in den Film einzuführen und um die Unruhe der Bevölkerung aus unterschiedlichen Blickwinkeln deutlich zu machen- der Film zeigt eine unübliche Form der Alien-Invasion. Der Regisseur Neill Blomkamp, bedient sich für *District 9* zahlreicher bekannter TV- Formate wie Nachrichteneinschaltungen, Reporterberichten, Jedermann- Interviews (Vox Pops) und dokumentarischen Elementen, sowie gestalterischen Elementen aus TV- Reportagen (wie beispielsweise eine unruhige Kameraführung mitten aus dem Geschehen).

Audiovisuelle Interviews scheinen in *Mockumentaries* typische Elemente zu sein. Sie erfüllen dieselbe Funktion, wie in einem Dokumentarfilm, doch mit dem Unterschied, dass sie bloß *scheinbar* authentisch sind, denn bei den Interviewten handelt es sich um Schauspieler, der Text ist vorgegeben. Auch in Spielfilmen werden audiovisuelle Interviews meistens dazu eingesetzt, dass sie vor allem die Handlung unterstützen. In

dem Fall sind sie als ein narratives Element zu betrachten. Dabei lassen sie sich zunächst in ihren unterschiedlichen Bedeutungen unterscheiden: Dem Interview als Mittel der Authentizität und dem Interview als Teil der Handlung. Bei Letzterem lässt sich des Weiteren unterscheiden, ob das filmische Interview ein kleines Element der Handlung ist oder sich der gesamte Film um das Interview dreht. Der Film *Atonement* beispielsweise benützt ein audiovisuelles Interview dazu, um die Protagonistin als gealterte Frau zu zeigen, die auf diesem Weg über ihr Leben (das sie in einem Buch autobiografisch verarbeitet hat) Bilanz zieht und eine Auflösung des Films möglich macht. Das Interview ist in diesem Fall nur ein kleiner, nebensächlicher Bestandteil der Geschichte- und dient mehr als gestalterisches Hilfsmittel. Anders bei dem Film *Frost/Nixon* (2008), welcher im Folgenden genauer vorgestellt werden soll. Alle Zitate aus dem Spielfilm, werden in der Originalsprache Englisch angeführt, da dadurch ein besserer Vergleich mit den originalen Nixon Interviews möglich ist.

3.5.1. Frost / Nixon

Unter der Regie von Ron Howard, dreht sich *Frost/Nixon* um ein tatsächlich stattgefundenes TV-Interview aus dem Jahr 1977, welches legendäre Maße annahm. Hier ist das Interview nicht bloß ein filmischer Bestandteil, sondern das eigentliche Sujet des Films. Die originalen Nixon Interviews, weisen bis heute die höchsten Einschaltquoten unter politischen Interviews auf⁴⁸⁹ - und das in einer Zeit, in der ein Fernsehgerät noch mehr Luxusartikel als Alltagsgegenstand war. Die Nixon Interviews in einer Gegenüberstellung der originalen und den für den Spielfilm nachinszenierten Form, demonstrieren diverse audiovisuelle Inszenierungsmethoden.

3.5.1.1. Hintergründe: Die Watergate- Affäre

Am 17. Juni 1972 wurden fünf Männer verhaftet, die in das Hauptquartier des *Democratic Comittee* in Washington eingebrochen sind. Darunter auch zwei von Nixons Hauptunterstützern- Howard Hunt und Gordon Liddy. Außerdem stellte sich heraus, dass der Einbruch von Nixons Wiederwahlkomitee geplant wurde- darunter auch der Ex-Justizminister John Mitchell und sein Assistent Jeb Magruder. Nixon hielt sich währenddessen in Florida auf, zusammen mit dem Stabchef des Weißen

⁴⁸⁹ Vgl. David Frost im Interview auf: Bonus Disc: Das Original- Interview zur Watergate-Affäre. *Frost/Nixon*, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 00:13:00ff.

Hauses, Bob Haldeman. Zwei Tage nach dem Einbruch, kehrten sie ins Weiße Haus zurück, mehrere Treffen folgten. Am 20. Juni wurde über Watergate diskutiert- die Tonbandaufzeichnungen dazu wurden jedoch gelöscht- es wird von der 18,5-Minuten- Lücke gesprochen. Am 23. Juni überzeugt Haldeman den damaligen Präsidenten Nixon, dass die CIA auf dessen Bitte das FBI so weit bringen soll, alle weiteren Ermittlungen rund um den Watergate- Einbruch einzustellen.⁴⁹⁰

Die Watergate- Affäre war mitunter ein Auslöser, der zu Nixons frühzeitigem Rücktritt als Präsident führte und auch in den *Nixon Interviews* zum zentralen Thema wurde.

Die Definition „Watergate- Affäre“, wurde vom Kongress der Vereinigten Staaten beschlossen und bezeichnet nicht nur den Umgang mit dem Einbruch, sondern eine ganze Reihe korrupter Missbräuche von Regierungsvollmachten unter der Amtszeit Nixons. Die Korruptionsfälle wurden aufgedeckt, gleichzeitig forderte der Vietnamkrieg unnötige Opfer und unnötiges Kapital. Das daraus resultierende Misstrauen der amerikanischen Bevölkerung gegen die Regierungsmitglieder, erreichte schließlich einen Höhepunkt, der zu einem Verfassungskonflikt und schließlich am 9. August 1974 zum Rücktritt des republikanischen Präsidenten führte. Er war der erste amerikanische Präsident, der vor Ende seiner Amtszeit zurücktrat.⁴⁹¹ Nach seiner Resignation zog sich Nixon zunächst auf sein Anwesen zurück. Wegen seiner schlechten gesundheitlichen Verfassung, wurde er von seinem Nachfolger Gerald Ford begnadigt und eine Gerichtsverhandlung blieb ihm erspart. Die Wut der Bevölkerung wurde nicht weniger, Erklärungen und Geständnisse des ehemaligen Präsidenten wurden lautstark gefordert. Er solle - so der Tenor - wie jeder andere Bürger, der sich gesetzeswidrig verhält, zur Verantwortung gezogen werden. Die Aussage Richard Nixons „When the president does it, that means, that it is not illegal“, welche in der dritten Sendung der Interviewreihe gezeigt wurde, führte zu einer weltweiten Empörung und wird bis heute immer wieder in Verbindung mit politischen Korruptionsfällen zitiert. Schon die erste Sendung der Nixon Interview-Reihe, widmete sich ausschließlich der Watergate- Affäre. David Frost und sein Team bereiteten sich akribisch auf das verschleierte Thema vor- Mit einem hoch gesetzten Ziel, nämlich dem Expräsidenten, ein Geständnis zu entlocken. Die

⁴⁹⁰ Vgl. Ebd.; ab 00:04:22ff.

⁴⁹¹ de.wikipedia.org/wiki/Watergate-Affäre Zugriff: 15.10.2012

Interviews- speziell zum Thema Watergate – können als eine Art Gerichtsverfahren gedeutet werden. Auf der Anklagebank: Richard Nixon. Das amerikanische Volk wurde von David Frost vertreten. Als Richter fungierten in gewisser Weise, die Zuseher.

3.5.1.2. Die Original Nixon Interviews 1977

Der britische Fernsehmoderator David Frost erkannte eine einmalige Gelegenheit darin, Richard Nixon zu den Interviews zu bitten. Sie sollten Frost nicht nur in seiner Karriere als ernstzunehmenden Journalisten weiterhelfen, sondern der amerikanischen Bevölkerung auch ihre erhofften Antworten liefern. Der Zeitpunkt schien gelegen- Richard Nixon hatte mit finanziellen Problemen zu kämpfen⁴⁹² und wollte außerdem mit den Interviews seinen Ruf wieder aufbauen und sich eine mögliche Rückkehr in seine politische Tätigkeit garantieren. Nach seiner Zustimmung dauerte es jedoch zunächst noch mehrere Monate für Frost und sein Team, die nötigen finanziellen Mittel aufzustellen- sie hatten dem Präsidenten 600 000 Dollar für die Interviews und Exklusivrechte geboten. Die Finanzierung ließ sich nur schleppend aufstellen. David Frost konnte keinen Sender für die Ausstrahlung und Finanzierung der Interviews gewinnen und auch die Sponsorsuche erzielte kaum Erfolge. David Frost war als Entertainer und Talkshowhost von Mainstream- Formaten bekannt und konnte sein Umfeld nur mühsam von seinen journalistischen Qualitäten in Bezug auf die Nixon- Interviews überzeugen. Niemand wollte einem gescheiterten Präsidenten eine Plattform zur Imageverbesserung finanzieren. Doch Frost gab nicht nach und konnte mithilfe von geborgtem Geld, Eigenkapital und Firmensponsoren auf einem, eigens für die Interviewreihe eingerichteten Kanal, auf Sendung gehen. Was keiner zu dem Zeitpunkt wusste: Die Interviews schrieben Geschichte. Es wurde zum meistgesehenen politischen Interview aller Zeiten. Und es war das einzige Mal, dass „Watergate“ im Interview mit Nixon thematisiert wurde und er kein Mitspracherecht sowohl bei den Fragen, als auch bei der Postproduktion hatte.⁴⁹³

⁴⁹² en.wikipedia.org/wiki/The_Nixon_Interviews Zugriff: 15.10.2012.

⁴⁹³ David Frost: Intro zu dem Originalinterview. Bonus Disc: Das Original- Interview zur Watergate-Affäre. Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 00:13:04ff.

Am 23. März fand der erste von 12 Interviewtagen statt. In den jeweils zweistündigen Interviews, die Montags, Mittwochs und Freitags in einem angemieteten Haus in Monarch Bay, Kalifornien abgehalten wurden, gelang es Frost immer weiter in die thematische Materie vorzudringen und gegenüber seinem medial geschulten, hoch intellektuellen Partner postwendend doch noch die Oberhand zu gewinnen. Der kommunikative Wechsel an Dominanz, Sicherheit und Macht zwischen den beiden Interviewteilnehmern, lässt sich gut beobachten und wird auch im Film thematisiert.

Die Nixon Interviews wurden schließlich vierteilig zu je 90 Minuten pro Woche, ausgestrahlt. Der erste Teil wurde am 4. Mai 1977 zu dem Thema „Watergate“ gezeigt, Teil zwei zu „Nixon and the world“ und Teil drei zu „War at home and abroad“. Der vierte Teil widmete sich am 26. Mai „Nixon, the man“. Schon die erste Episode erreichte 45 Millionen Zuseher.⁴⁹⁴ Nixons öffentliche Entschuldigung war für alle eine Überraschung:

„I’m sorry. I just hope, I haven’t left... let you down. Well, when I just said- I just hope I haven’t let you down- that said it all... I had. I let down my friends, I let down [Pause] the country, I let down our system of government and the dreams of all those young people, that ought to get into government but’ll think it’s all too corrupt than the rest. Most of all, I let down an opportunity, that I would have had for two and a half more years to persuade umm... great projects and programs for buiding at last peace, which has been my dream, as you know from our first Interview in 1968, before I had thought, I might even win that year. I didn’t tell you, I think I might win, but I wasn’t sure. Yeah. I let the American people down and I have to carry that burden with me for the rest of my life.“⁴⁹⁵

3.5.1.3. Frost/Nixon- Das Theaterstück

Im August 2006 feierte die Theateradaption der Nixon Interviews unter dem Titel „Frost/ Nixon“ im *Donmar Warehouse Theatre* in London, Premiere. Der britische Drehbuchautor und Dramaturg Peter Morgan, wagte sich an das ungewöhnliche Projekt heran und lieferte dem Publikum die prägnantesten Ausschnitte aus den Nixon Interviews, eingebettet in den gründlich recherchierten Kontext der Interviews: Die Watergate-Affäre, die Grundstimmung der amerikanischen Bevölkerung, Nixons Rücktritt- vor allem aber die Hintergründe und Motive der

⁴⁹⁴ http://en.wikipedia.org/wiki/The_Nixon_Interviews Zugriff: 15.10.2012.

⁴⁹⁵ Bonus Disc: Das Original- Interview zur Watergate-Affäre. Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 01:16:53ff.

beiden Hauptcharaktere David Frost und Richard Nixon, sowie deren beiden Teams. Sowohl die Vorbereitungen zu den Interviews mit all seinen Hindernissen und seinen Stunden der Recherche waren Thema, als auch die Problemstellungen, die während den Interviewsitzungen aufkamen und auch Interviewtechniken, Verhaltensweisen und zwischenmenschliche Konflikte betrafen. David Frost wurde von Michael Sheen dargestellt, Frank Langella übernahm die Rolle von Richard Nixon. Das Stück erhielt ausgezeichnete Kritiken, 15 Auszeichnungen, und war auch im *Gielgud Theatre* in Londons *West End* und am New Yorker *Broadway*, lange Zeit am Spielplan. Neben David Frost und Richard Nixon, waren auch John Birt, Evonne Goolagong, Jack Brennan, James Reston Jr., Swifty Lazar, Mike Walacel, Manolo Sanchez, Bob Zelnick und Caroline Cushing, wichtige Figuren des Stücks. Allein im *Bernard B. Jacobs Theatre* spielten Michael Sheen und Frank Langella das Stück 137 Mal.⁴⁹⁶ Doch das Ende der Spielzeit, bedeutete nicht das Ende ihrer Figurenverkörperung. Denn der Hollywoodregisseur Ron Howard besetzte die beiden Hauptrollen zu der Filmadaption von Frost/ Nixon, mit eben diesen beiden Schauspielern. Die Tatsache, dass es sich bei den Nixon Interviews um Fernsehinterviews handelte, sollte auch bei der Theaterinszenierung nicht außer Acht gelassen werden. Bei den Aufführungen wurde daher mit Bildschirmen gearbeitet, die beispielsweise Bilder vom Vietnamkrieg zeigten und Nahaufnahmen von den realen Interviewteilnehmern David Frost und Richard Nixon, sowie den Darstellern Sheen und Langella. So wurden die Interviews in ihrer Medialität ausgestellt und erinnerten gleichzeitig daran, dass es sich hier um eine wahre Begebenheit handelte. Die Mimik der Interviewteilnehmer, war bei den Nixon Interviews, von hoher Bedeutung und wurde durch Nah- und Close- Aufnahmen deutlich sichtbar gemacht. Bei der Theatervorstellung halfen die Monitore mit den Interviewausschnitten über die Sichtmängel durch die distanzierte Platzierung im Theatersaal, hinweg. So ergab sich eine spannende Gegenüberstellung von Live- Geschehen und Original- Footage, wie es weder der Spielfilm, noch die televisuelle Übertragung der Originalinterviews erzeugen könnte. Im Off- Kommentar zum Film sagt Ron Howard: „And in the play, they use the close-up on all those banks of monitors, that were above the actors’ heads and it was both theatrical and it was also visual and cinematic.“⁴⁹⁷

⁴⁹⁶ en.wikipedia.org/wiki/Frost/Nixon_(play) Zugriff: 28.10.2012.

⁴⁹⁷ Bonus Disc: Making Of. Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 1:43:10ff.

Bereits die originalen Nixon Interviews, können als inszeniert betrachtet werden. Die filmische Gestaltungsweise mit den Kameraeinstellungen und der Montage, die inhaltliche mit den Fragen und der Themeneingrenzung, die verbale und nonverbale in den Reaktionen und Verhaltensweisen von Frost und Nixon, die optische in der gegenüberliegenden Platzierung der Interviewteilnehmer, die sich wie in einem Boxring dem Kampf stellen- all diese Elemente lassen sich als Inszenierungsmerkmale feststellen. Peter Morgan setzte die Interviews in einen narrativen Kontext, als er das Stück schrieb und baute neben Frost und Nixon weitere Charaktere ein, die aus ihrer Sicht über die berühmten Interviews berichteten und den Zusehern einen tieferen Einblick in die Gefühlswelt und die Lebenslage der beiden Hauptcharaktere, geben. Der Film gibt einen Einblick in die Entstehungszeit der Nixon Interviews und in die Räumlichkeiten, die naturgetreu und detailliert nachgestellt wurden. Angefangen bei den damals üblichen Frisuren und der Kleidung, bis hin zur Musik, dem Mobiliar, den damaligen Essgewohnheiten und vielen weiteren optischen Details, waren dutzende Mitarbeiter damit beschäftigt, den originalen Nixon Interviews mitsamt seinem Kontext gerecht zu werden. Der Set-Designer Michael Corenblith sagte dazu nachträglich in einem Interview:

“My feeling was that since we were inevitably going to be compared to the real Frost/Nixon interviews, I took deliberate pains to make anything that had been seen by an audience in 1977, which was primarily the interview corner... I wanted to make that as perfect as I knew how. Down to the smallest detail, down to the tiniest brick, the tiniest piece of set dressing, the shape of the leaf of the plants, the houseplants that were on the table.”⁴⁹⁸

Wie beim Theaterstück Frost/ Nixon, bedient sich auch der Film an realem Sound- und Filmfootage. Die Inszenierung der Nixon Interviews findet im Spielfilm, wie auch im Theaterstück, auf mehreren gestalterischen Ebenen statt und ist gleichsam das zentrale Thema der Handlung.

3.5.1.4. Frost/Nixon- Der Film

Die Wichtigkeit des Kontexts um die Nixon Interviews, zeigt sich bereits über den Aufbau des Films- beinahe die gesamte erste Hälfte ist eine Einführung in die Handlung und Hintergründe. Zunächst werden die beiden Hauptcharaktere David

⁴⁹⁸ Zit. Michael Corenblith In : Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; Bonus-Material: The real Interview: 00:05:11ff.

Frost und Richard Nixon in ihrer Situation im Jahr 1974, vorgestellt. David Frost moderierte zu der Zeit anspruchslose Entertainment- Shows in Australien und wurde auf Richard Nixon aufmerksam, als er erfährt, dass sich weltweit 400 Millionen Zuseher die Rücktrittsrede von Richard Nixon ansahen. Er muss seinen skeptischen Produzenten John Birt (Matthew Macfadyen) jedoch noch von seiner Idee überzeugen, Richard Nixon zu interviewen. Er wendet sich mit seinem ersten Angebot an den Agenten Irvin Paul „Swift“ Lazar (Toby Jones), welcher sich nach einigen Verhandlungen auf 600 000 Dollar für die Interviews samt Exklusivrechten einigt. Nixon wird auf seinem Anwesen *La Casa Pacifica* in San Clemente, Kalifornien gezeigt. Dort erholt er sich von der Krankheit Phlebitis und seiner politischen Niederlage. Der ehemalige Präsident wird von seinem Assistenten im Rollstuhl geschoben. Er zeigt sich mit seiner hilflosen Situation unzufrieden. Es scheint ihm eine gute Gelegenheit, die Interviews mit einem „harmlosen“ Talkshow-Moderator zu machen, um sein politisches Image wieder aufbauen zu können. Swift Lazar überzeugte ihn mit den Worten:

“Mr. President, it’s half a million dollars for a news interview. It’s unprecedented (...) It’ll be a big wet kiss. This guy’ll be so grateful to be getting it at all, he’ll pitch puffballs all night and play a half a million dollars for the privilege.”⁴⁹⁹

Nach der Zusage, erstellen David Frost und John Birt ein Team. Zusammen mit Bob Zelnick (Oliver Platt) und James Reston Jr. (Sam Rockwell), bereiten sie sich in wochenlanger Recherchearbeit auf die Interviews vor. Zu der Gruppe, gehört auch Frosts neue Freundin Caroline Cushing (Rebecca Hall). David Frost ist jedoch die meiste Zeit damit beschäftigt, Sponsoren zu lukrieren und sich einen Sendeplatz zu sichern. Doch die amerikanischen Sender lehnen ab. Frost finanziert die Interviews schließlich größtenteils über Sponsoren und geliehenem Geld.

3.5.1.5. Szenenanalyse

3.5.1.5.1. Die erste Frage

Die Wichtigkeit der „ersten Frage“ wird auch in Frost/Nixon zum Ausdruck gebracht. Das Frost Team eilt von der Hotellobby zum Auto, das sie zur ersten

⁴⁹⁹ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 00:16:04 ff.

Interviewsitzung im „Smith Haus“ nach Monarch Bay bringen wird. Nebenbei erwähnt Frost, welche Einstiegsfrage er plant. Bob Zelnicks Reaktion ist kritisch:

David Frost: For the record, I'm gonna be starting with John's idea. "Why didn't you burn the tapes?"
Bob Zelnick: No.
James Reston Jr.: Bob.
Bob Zelnick: Please, God, no! You can't! David, you can't do that. It would be a disaster. It would get us into Watergate way ahead of the agreed time. What is the point of having contractually set specific times to deal with certain subjects if you're just going to ignore it right off the bat?
John Birt: 'Cause it's war, isn't it? Gloves off.
David Frost: I like it. It's ballsy.
John Birt: Strategically, it'll give us the upper hand.
Bob Zelnick: It's insanely risky. He could walk right off the set, and there's nothing we could do about it. Worse, he could sue you!⁵⁰⁰

Die 38- sekündige Szene zeigt die angespannte Stimmung und die widersprüchlichen Meinungen innerhalb des Teams. Der Dialog demonstriert außerdem die knappen und spontanen Entscheidungen, kurz vor diesem wichtigen TV-Duell. Dadurch macht das Team einen unvorbereiteten Eindruck und lässt den Zuseher umso mehr mitfiebern. Die Filmmusik ist unruhig und spannungsgeladen und auch die Kameraführung ist dynamisch- schnelle Schwenks vom heranfahrenden Auto in eine Totale, die sowohl das Team, welches mit schnellem Schritt aus dem Hotel kommt, als auch das Auto zeigt. Die Kamera fährt an die Gruppe heran und holt David Frost mit einem *tracking shot* ab, während er mit Zelnick diskutiert und um das Auto herumgeht, um seine Aktentasche im Kofferraum zu platzieren. Rundherum gehen Leute vorbei und sorgen damit für eine zusätzliche Unruhe im Bild. Die Kamera ist durchgehend in Bewegung. Das Team steigt ins Auto, welches schließlich aus dem Bild fährt. Der aufgeregte Dialog, die Musik und die energische Kameraführung sorgen dafür, dass die Spannung weiterhin steigt, die Unruhe und Nervosität des Teams wird somit auch filmisch übermittelt. Es ist nach wie vor unklar, mit welcher Frage Frost nun tatsächlich einsteigen wird.

⁵⁰⁰ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 00:46:36ff.

3.5.1.5.2. Interviews zu den Interviews

Die nächste Sequenz zeigt John Birt in einer Interview- Situation. Klassisch für TV- Interviews, sitzt Birt frontal zur Kamera und richtet seine Antwort rechts an der Linse vorbei Richtung Interviewer. Er ist in Nahaufnahme scharf gestellt, sein Hintergrund verschwimmt in unscharfen blau und grau-Tönen. Birt informiert über die Hintergründe zur Location der Interviews.

Im Film tauchen diese Interviewsequenzen immer wieder zwischendurch auf, um Zusatzinformationen zu liefern und gleichzeitig die Situation aus den Perspektiven der unterschiedlichen Akteure zu erzählen. Neben John Birt, werden auch Bob Zelnick, Caroline Cushing, James Reston Jr. aus dem Frost- Team und Jack Brennan (Kevin Bacon) aus dem Nixon- Team zu diversen Themen gezeigt - Eine Idee des Regisseurs:

„Literally, as I was watching the play, I felt that we could use an interview format, and I mentioned it to Peter Morgan that we create the sense that somebody is making a kind of a documentary, or something about the event, five or six years later, and we can use the best of the narration that way.“⁵⁰¹

Der Einsatz von Interviews spielte auch bei der Entstehung des Stücks und Drehbuchs, eine prägnante Rolle. Peter Morgan und Ron Howard führten im Zuge der Recherche, Interviews und Gespräche mit möglichst vielen Persönlichkeiten, die mit den Nixon Interviews 1977 verlinkt waren:

„Peter Morgan discovered in his first wave of research when he was preparing to write the play, and I discovered as we went through and interviewed those individuals again, (...)everyone had a different perspective on these interviews. It was, in fact, ultimately liberating. You would talk to Bob Zelnick, you'd get one perspective , you'd talk to Caroline Cushing, you'd get another, you'd talk to David Frost, one thing, Ken Khachigian or Ray Price, Frank Gannon, their perspective from the Nixon side. And ultimately it allowed us to create a kind of menu of feelings, perspectives, details and select from that.“⁵⁰²

Über Interviews mit unterschiedlichen Personen zu den gleichen Themen und Fragen, bekamen Morgan und Howard, unterschiedliche Zugänge und neue Perspektiven, die in das Drehbuch eingearbeitet werden konnten. Im Film macht sich diese umfassende

⁵⁰¹ Ron Howard im Off-Kommentar: Frost/Nixon, Regie: Ron Howard; DVD, Universal Pictures 2008; 00:06:49ff.

⁵⁰² Ron Howard im Off-Kommentar: Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 01:00:22ff.

Recherchearbeit bezahlt, denn jeder einzelne Charakter, zeigt sich von seiner „menschlichen“ Seite, ihre Motive werden leichter verständlich und nachvollziehbar. Einen klassischen Bösewicht mit rein grausamen Absichten gibt es dadurch im Film nicht.

3.5.1.5.3. Die Grundstimmung

Die Szene, die auf die kurze Interviewsequenz mit John Birt folgt, beschreibt die Grundstimmung am ersten Interviewtag. Das kleine Team Frost kommt mit dem Taxi, der ehemalige Präsident und sein Team fahren in einer beeindruckenden Wagenkolonne unter Eskortebewachung auf. Hier werden gleich zu Beginn die unterschiedlichen Machtpositionen verdeutlicht. Ganze Menschenmassen protestieren mit Schildern gegen Nixon und repräsentieren die Wut der Bevölkerung. Ein Mann ruft: „Nixon, there’s blood on your hands!“ Eine Frau bezeichnet ihn als „Lügner“. Doch Nixon lässt sich nichts anmerken, scheinbar gut gelaunt, steigt er aus dem Auto, als handle es sich bei den Demonstranten um ein freundliches Begrüßungskomitee. James Reston Jr. will den Handschlag mit Nixon verweigern, doch als der Präsident dann vor ihm steht, sinkt er in sich zusammen und streckt ihm die Hand mit einem leisen „Mr. President,“ entgegen. Dem Zuseher wird schnell klar- David Frost hat einen starken Gegner.

3.5.1.5.4. Machtspiele

Ron Howard zeichnet die Figur Richard Nixon zu Beginn als erhaben und manipulativ. In freundlichem Small-Talk, verpackt die Figur Nixon, Methoden der Einschüchterung und schafft es fortlaufend mit überraschenden Fragen oder Aussagen David Frost immer wieder aus dem Konzept zu bringen. Bei der ersten Interviewsitzung, wenige Sekunden, bevor es losgeht, kritisiert Nixon höflich und doch mit verächtlichem Unterton, die modernen italienischen Schuhe Frosts: „You don’t find them too effeminate?“ Irritiert, verneint Frost. „Well, I guess somebody in your field can get away with them, you know,“⁵⁰³ sagt Nixon und die Aufnahme beginnt. Damit lenkt er Frost vom eigentlichen Thema ab und lenkt den Fokus auf ein irrelevantes Thema. David Frost kann also nicht mit voller Kraft und der nötigen

⁵⁰³ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 00:52:03ff.

Konzentration ins Interview einsteigen und Richard Nixon scheint vorerst, die Oberhand zu haben.

3.5.1.5.5. Die ersten Interviewsitzungen

David Frost bleibt wie geplant bei der ersten Frage: „Why didn’t you burn the tapes?“ Die folgenden Einstellungen, zeigen die unterschiedlichen Reaktionen auf die Frage. Nixon starrt Frost regungslos an. Daraufhin sind die Reaktionen von den beiden Teams, welche die Aufzeichnung des Interviews live über Monitore in jeweils anderen Räumen verfolgen können, zu sehen. Ein Nixon- Teammitglied murmelt: „Son of a bitch!“. Bob Zelnick schüttelt den Kopf. Nixon antwortet: „Well, Mr Frost, I’m surprised by your question since we have an agreement, a contractual agreement, I believe, that we would cover Watergate in our last taping session.“⁵⁰⁴ Die Spannung wird noch immer nicht aufgelöst. Ein Moment der Stille folgt. John Birt und Bob Zelnick starren gespannt auf den Bildschirm. Die nächste Einstellung zeigt zwei Monitore auf der jeweils Frost, als auch Nixon in frontaler Nahaufnahme zu sehen sind. Im anderen Raum setzt sich Jack Brennan nieder, ohne den Blick vom Bildschirm zu wenden. Schließlich fährt Frost fort: „But if your viewers really do have a major concern, then perhaps I should briefly respond to it now“⁵⁰⁵, und antwortet mit einer Anekdote aus seiner politischen Vergangenheit. Die Kamera fährt weg zu einem Monitor, der die schwarz-weiße Nahaufnahme von einem hilflos wirkenden Frost zeigt, im Hintergrund ist die unscharfe Silhouette Nixons zu vernehmen. Aus dem *Off* kommt die Stimme von Jack Brennan: „Well, in boxing, you know, there’s always that first moment, and you see it in the challenger’s face.“⁵⁰⁶ Das Bild zum *Off*-Ton wird in der nächsten Einstellung eingeblendet: Jack Brennan im Interview, an seinem Schreibtisch. „It’s that moment that he feels the impact from the champ’s first jab. It’s kind of a sickening moment, when he realises that all those months of pep talks and the hype, the psyching yourself up, had been delusional all along. You could see it in Frost’s face. If he didn’t know the calibre of the man that he was up against before the interview started, he certainly knew it halfway through the President’s first answer.“⁵⁰⁷ Tatsächlich erinnert die Interviewsituation an einen Kampf. Als würden sich zwei Boxer nach langer

⁵⁰⁴ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 00:52:58ff.

⁵⁰⁵ Ebd.; 00:53:19ff.

⁵⁰⁶ Ebd.; 00:54:03ff.

⁵⁰⁷ Ebd.; 00:54:02ff.

Vorbereitung im Ring wiederfinden, umringt von ihren Anhängern. Bei den beiden Hauptfiguren scheint es sich mehr um Interview*gegner*, als Interview*partner*, zu handeln.

Die filmische Umsetzung der ersten Interviewsitzung, wird im Laufe des Films auf ähnliche Weise fortgesetzt. Immer wieder werden die Reaktionen der beiden Teams aus den anderen Räumen gezeigt. Richard Nixon scheint die Situation unter Kontrolle zu haben. Er füllt die Zeit meistens mit abschweifenden Anekdoten, bis die vereinbarten zwei Stunden um sind. Nach der ersten Sitzung, muss Frost zu einem Termin mit möglichen Sponsoren, um den Restbetrag der Produktionskosten einzuholen. Frosts Team macht sich große Sorgen um ihre berufliche Reputation. Vor der zweiten Sitzung haben John Birt und David Frost eine kurze Besprechung, welche Einblicke in Interviewtechniken gibt.

John Birt:	So, I had a chance to review yesterdays' tapes.
David Frost:	And?
John Birt:	Honestly? Far too soft.
David Frost:	Go on. Beat me, John. Beat me with a stick.
John Birt:	Look. No, I'm serious. You have got to make it more uncomfortable for him. You can start by sitting forward. You've gotta attack more. If he starts tailing off, bang, jump in with another question. Don't trade generalisations. Be specific. And above all, don't let him give these self- serving, 23- minute homilies.
David Frost:	That's right.
John Birt:	And keep your distance before the tape starts running. He was toying with you yesterday. All that shit about Ben- Hur and struggling to raise the money. Those are mind games. Don't engage. Never forget, you are in there with a major operator.
David Frost:	Got it. ⁵⁰⁸

Doch zu Beginn der zweiten Interviewsitzung schafft Richard Nixon mit seiner Frage „Did you do any fornicating?“, erneut eine ablenkende Situation für Frost- wieder einige Sekunden vor Aufnahme. Frost setzt den Ratschlag seines Produzenten trotzdem gekonnt um. Die nächsten Fragen beinhalten Vorwürfe, die gegen den Präsidenten herrschen- vor allem rund um den Vietnamkrieg. Noch bevor Nixon antworten kann, werden grausame Bilder von Kriegsoffern und zerbombten Dörfern eingeblendet. In dem Moment, als Frost und sein Team dachten, sie hätten Nixon so weit, emotional oder geständig zu werden, entgegnet er schlagfertig und stark. Das

⁵⁰⁸ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 01:02:26ff.

begeisterte Team Nixon wird eingeblendet, daraufhin folgt die Einstellung vom frustrierten Team Frost. James Reston Jr. wird in einem nachträglichen Interview eingeblendet: „It was horrifying. It was horrifying. And he was so confident.“⁵⁰⁹ Auch am dritten Interviewtag sitzt Frost einem überzeugend starken Gegner gegenüber. James Reston Jr. wirft Frost vor: „You’re making him look presidential for Christ’s sake!“⁵¹⁰ Im Team Frost herrscht weiterhin angespannte Stimmung. Während Nixon im engeren Rahmen die erfolgreichen Interviewsitzungen feiert, verliert David Frost seine Show in Australien und muss auch um seine anderen Sendungen bangen. Mitten in der Nacht bekommt er in seinem Hotelzimmer einen Anruf von Nixon: „I guess the way you handle Watergate’s gonna determine whether these interviews are a success or a failure,“ sagt der leicht betrunkene Expräsident und droht: „I shall be your fiercest adversary. I shall come at you with everything I got, because the limelight can only shine on one of us.“⁵¹¹ Nach diesem Anruf verschwendet Frost keine Zeit mehr, um sich für die letzte Sitzung vorzubereiten.

3.5.1.5.6. Die letzte Interviewsitzung – „Watergate“

Angespannt und ernst erscheint Nixon am Set. In der letzten Interviewsitzung, findet eine plötzliche Wende statt. Diesmal hat David Frost das letzte Wort, bevor das Interview startet. Ahnungslos spricht er Nixon auf das Telefonat an. Dieser kann sich jedoch nicht erinnern und wirkt verblüfft. In dem Moment startet die Aufnahme. David Frost hat sich diesmal besonders gut vorbereitet und überrascht seinen Interviewpartner mit einem bisher unveröffentlichten Auszug aus Gesprächen, die Nixon mit Charles Colson zum Thema Schweigegeld führte. David Frost liest ihm die prägnantesten Aussagen des Dialoges vor. Nixon reagiert wütend:

„Look, let me just stop you now right there, because you’re doing something here which I am not doing, and I will not do throughout these entire broadcasts. You’re quoting me out of context, out of order. And I might add, I have participated in all these interviews without a single note in front of me.“⁵¹²

Die Interviews enden mit einem emotionalen Geständnis Nixons. David Frost und sein Team feiern ihren Triumph. In der letzten Szene besuchen David Frost und

⁵⁰⁹ Ebd.:13ff.

⁵¹⁰ Ebd.; 01:10:11ff.

⁵¹¹ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 01:21:02ff.

⁵¹² Ebd.; 01:31:57ff.

Caroline Cushing, Nixon ein letztes Mal auf seinem Grundstück. David Frost schenkt ihm das gleiche Paar Schuhe, das Nixon bei der ersten Interviewsitzung kritisiert hatte. Nach der Unterhaltung verabschiedet sich Frost von Nixon und geht zurück zu Caroline Cushing, die im Abseits auf ihn gewartet hatte. In einer Nahaufnahme ist Nixon zu sehen, der ihm nachdenklich nachblickt. Unscharf im Hintergrund, ist das Meer zu sehen. Die nächsten Einstellungen zeigen Frost und Cushing beim Weggehen und dann im warmen Licht des Sonnenuntergangs im Cabrio fahrend. Dann wird wieder Nixon in einer Totale beim Meer gezeigt. Im *Off* ist ähnlich einer Erzählerstimme, die Stimme James Reston Juniors zu hören. Er wird kurz eingeblendet- wieder in einer Interviewsituation wie zu Beginn des Films. Während er im *Off* noch weiter spricht, ist das Profil von Nixon in einem Close- Up zu sehen. Er blickt hinunter. Die nächste Einstellung zeigt die Schuhe in seinen Händen. Er stellt sie am Steingelände ab. Wieder ist Nixons Profil zu sehen, er blickt langsam auf. Die nächste Einstellung zeigt Nixon in der Totale wie er mit dem Rücken zum Betrachter zugewandt auf das Meer und den Sonnenuntergang hinausblickt. Es folgt eine Schwarzblende, auf dem schwarzen Hintergrund erscheinen jeweils die abschließenden Sätze, die häufig in Filmen mit wahren Begebenheiten vor dem Abspann folgen:

“David Frost continues to work as a TV-presenter and news interviewer.“
„Today his annual summer party is a firm mixture on the British social calendar.“
„The Nixon interviews remain the most successful program of his career.“
„Richard Nixon published his 1,000 page memoirs in 1978,“
„but never escaped controversy.“
„He travelled again to China and Russia, though only as a private citizen.“
„He remained largely absent from official state functions until his death,“
„of a stroke, in 1994.“

3.5.1.6. Das Original- Interview versus dem Fiktionalen Interview

Der Film beruht auf wahren Begebenheiten, dabei darf jedoch nicht außer Acht gelassen werden, dass es sich dabei um ein fiktionales Format handelt, welches nach einer bestimmten Dramaturgie aufgebaut wurde. Die insgesamt 28 Stunden Interviewmaterial, wurden bereits 1977 auf weniger als acht Stunden zusammengekürzt und auf vier Sendungen zusammen geschnitten. Peter Morgan griff Schlüsselmomente der Interviews heraus und stückelte sie beliebig zusammen. So änderte er die Reihenfolge von ganzen Sätzen und Wörtern, ersetzte sie teilweise

durch neue Ausdrucksformen und ließ ganze Teile weg. Trotzdem achtete er darauf, dass Essenz und Aussagewert der Interviews dieselben bleiben würden. Doch Morgans kreative Entscheidungen, wurden von der Presse kritisiert. 2008 schrieb David Edelstein in einem *New York Times*- Artikel, Morgan hätte Nixon durch die selektive Gestaltung der Interviews, weitaus geständiger dargestellt, als er sich real gegeben hatte.⁵¹³

Auch bei Michael Sheens und Frank Langellas Darstellung von Frost und Nixon, handelte es sich weniger um eine exakte Imitation, als um eine Verkörperung. Ron Howard sagt im Off- Kommentar: “It’s not a re-enactment, that would take 12 hours, you know... it’s a reflection but in what’s been created, I think that a kind of overall truth has been achieved. And I think that’s a great credit to Peter and his writing.” Das Drehbuch ist kulminierend aufgebaut. Morgan dehnte teilweise sogar kleine Momente aus den originalen Interviews im Film, zu ganzen Szenen aus. Der Satz: “When the president does it, that means, that it is not illegal” kam im Original in einer anderen Interviewsitzung vor. Morgan setzte den Satz bei der letzten Interviewsitzung ein und kreierte daraus einen Schlüsselmoment.

This is one of the editorial choices that Peter Morgan did, that was extremely artful, a kind of creative license, although it comes from the transcripts. (...) I remember talking to people from his staff who just winced when he said that. It had been an important moment in the interviews. Peter Morgan felt like it was so rich and so significant that it had to be used somewhere, but you couldn’t build an entire scene around it. So then he had the idea, when he was writing the play, to actually use it and build it into this climactic Watergate conversation. Well, it worked beautifully. Not a hundred per cent accurate, but yet it continues to, I think reflect important ideas of the interviews in a very dramatic way.⁵¹⁴

Die Klimax des Films, ist Richard Nixons “Entschuldigung” an das amerikanische Volk. Sowohl in der ersten Folge der originalen Nixon Interviews, als auch im Film, enden die Interviews mit Nixons berühmten Sätzen, die einer Entschuldigung zumindest nahe kommen. Im Original ist Frosts Einstiegsfrage lange und ausgiebig. Für das Drehbuch änderte Morgan die Frage im Vergleich zu anderen Passagen, nur minimal.

⁵¹³ David Edelstein: Unholy Alliance Frost/Nixon’s iconic moment seems quaint after Couric/Palin, *New York Magazine*, November 30, 2008.

⁵¹⁴ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; Director’s commentary: 01:34:05ff.

ORIGINAL David Frost: Would you go further than mistakes? That you've explained how you got caught up in this thing. You have explained your motives. I don't want to cripple that or any of that, but just coming to the sheer substance... Would you go further than mistakes, the word that seems not enough for people to understand. Richard Nixon: What word would you express? David Frost: [Pause] My goodness... that's... I think, that there are three things, since you asked me, I would like to hear you say, I think the American people would like to hear you say. One is: There was probably more than mistakes, there was wrongdoing, whether it was a crime or not...yes it may have been a crime too. Secondly: I did, and I'm saying this without questioning your motives, right? I did abuse the power I had as president or not fulfill the detaility of the oval office, that is the second thing and thirdly, I put the American people through two years of needless agony and I apologize for that. And I say that, you have explained your motives, I think those are the calibres. And I know how difficult that is and most of all you. But I think that people need to hear it and I think, unless you say it, you're gonna be haunted for the rest of your life.	FILM David Frost: And I was wondering, would you go further than "mistakes"? The word that seems not enough for people to understand. Richard Nixon: Well, what word would you express? David Frost: [Pause] My goodness [Pause] All right. [legt seine Notizen ab] Since you've asked me, I think there are three things that people would like to hear you say. One, that there was probably more than mistakes. There was wrongdoing. And, yes, it might have been a crime, too. Secondly, that "I did abuse power I had as President." And thirdly, "I put the American people through two years of needless agony, "and I apologise for that." And I know how difficult it is for anyone, especially you, but I think the people need to hear it. And I think that unless you say it, you're going to be haunted for the rest of your life.
---	---

Nixons Antwort ist in den realen Interviews tatsächlich viel länger. Erst nach einigen Minuten kommt er zu der Stelle, die im Film auf Frosts Frage sofort folgt.

ORIGINAL Richard Nixon: When I resigned, people didn't think it was enough to admit mistakes, fine, if they want me to get down and grovel on the floor: No. Never. Because I don't think I should. (...) I brought myself down. I gave them a sword and they stuck it in and they twisted it with relish. And I guess if I'd	FILM Richard Nixon: Well, it's true. I made mistakes, horrendous ones, ones that were not worthy of a president, ones that did not meet the standards of excellence that I always dreamed of as a young boy. But, if you remember, it was a difficult time. I was caught up in a five-front war against a partisan media, a partisan House of
--	--

have been in their position, I'd have done the same thing. (...). I had a lot of difficult meetings those last days before I resigned and the most difficult and the only one where I broke into tears (...) I met with all of my key supporters, just a half hour before going on television. For 25 minutes we all sat around in the Oval Office. Men that I've come to congress with, democrats and republicans half and half...wonderful men. And at the very end after saying: "Well, thank you for all your support during these tough years. (...) Thank you for your friendship,(...) and suddenly you haven't got much more to say and half the people around the table are crying. (...)I must say I sort of cracked up, started to cry, pushed my chair back and then I blurted it out and I said: "I'm sorry, I just hope I haven't let you down. Well, when I just said I'm sorry,. I just hope, I haven't left... let you down, that said it all... I had. I let down my friends, I let down [Pause] the country, I let down our system of government and the dreams of all those young people, that ought to get into government but'll think it's all too corrupt than the rest. Most of all, I let down an opportunity, that I would have had for two and a half more years to persude umm... great projects and programs for building at last peace, which has been my dream, as you know from our first Interview in 1968, before I had any thought, I might even win that year. I didn't tell you, I think I might win, but I wasn't sure. Yeah. I let the American people down and I have to carry that burden with me for the rest of my life. My political life is over."	Congress, a partisan Ervin Committee. But yes, I will admit there were times I did not fully meet that responsibility and I was involved in a cover-up, as you call it. And for all those mistakes I have a very deep regret. No one can know what it's like to resign the presidency. Now, if you want me to get down on the floor and grovel... No! Never! I still insist they were mistakes of the heart. They were not mistakes of the head. But they were my mistakes. I don't blame anybody. I brought myself down. I gave them a sword, and they stuck it in, and they twisted it with relish. And I guess if I'd been in their place, I'd have done the same thing. David Frost: And the American people? Richard Nixon: [lange Pause] I let them down. I let down my friends. I let down the country. And worst of all, I let down our system of government. And the dreams of all those young people that ought to get into government, but now they think, "It's all too corrupt," and the rest. Yeah. [seufzt] I let the American people down, and I'm gonna have to carry that burden with me for the rest of my life. [Pause] My political life is over.
---	---

Für eine übersichtliche Gegenüberstellung beider Antwortvarianten, war es hier notwendig, minutenlange Passagen heraus zu nehmen. Daher ist es ist wenig überraschend, dass Peter Morgan für das Drehbuch ebenso vorgegangen ist. Auffällig ist jedoch, dass die „Entschuldigung“ Nixons, in der originalen Antwort ursprünglich an sein Team im Weißen Haus, gerichtet war und er seine *damaligen* Worte eigentlich bloß wiederholte. Doch innerhalb des Satzes ist plötzlich nicht mehr klar, ob diese Entschuldigung nun doch an die Zuseher- an das amerikanische Volk- gerichtet war. Peter Morgan lässt David Frost also zwischendurch fragen: „And the american people?“. Damit wird klar, wer in den wichtigen Sätzen, die daraufhin folgen, gemeint ist. Die Filmaussage Nixons „I was part of a cover-up“, wurde von Elizabeth Drew in einem Artikel für die *Huffington Post* stark kritisiert, denn die ursprüngliche Aussage hatte einen anderen Sinnesinhalt, denn tatsächlich sagte Nixon: „You’re wanting me to say that I was in an illegal cover-up. No!“⁵¹⁵ Im originalen Interview spricht Nixon nach dem Satz „My political life is over“, noch weiter, im Film ist es der Satzsatz. Langella spielt Nixon dabei weitaus emotionaler, als dieser 1977, tatsächlich rüber kam. In den originalen Interviews spricht Nixon außerdem weiter. So endet die erste Folge der vierteiligen Reihe real mit diesen Sätzen:

“I will never yet and never again, have an opportunity to serve in any official position. Maybe I can give a little advice from time to time. And so I can only say that in answer to your question, that while, technically, I did not commit a crime, an impeachable offence...these are legalisms. As far as the handling of this matter is concerned, it was so botched up. I made so many bad judgments. The worst ones mistakes of the heart, rather than the head, as I pointed out... But let me say- a man in that top judge... top job, is gotta have a heart. But his head, must always rule his heart.”⁵¹⁶

In den originalen Interviews, wäre der Schnitt nach “My political life is over”, zu abrupt gewesen, eben *weil* Nixon ohne Pause noch weiter sprach. Im Film betont Frank Langella den Satz jedoch, wissentlich, dass es der letzte im Skript ist und setzt dem eine emotionale “Schweigeminute” nach, die es im originalen Interview an dieser Stelle nicht gab. Die schauspielerische Umsetzung, musste also an die geänderte Version angepasst werden- eine naturgetreue Imitation wäre für den

⁵¹⁵ Frost/Nixon: A Dishonorable Distortion of History“. *Huffington Post*. 14.12.2008.

⁵¹⁶ Bonus Disc: Das Original- Interview zur Watergate-Affäre. Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 01:18:22ff.

filmischen und emotionalen Höhepunkt wahrscheinlich nicht stimmig gewesen. Eine gekürzte und abgeänderte Version der Interviews, macht es Michael Sheen und Frank Langella schlicht unmöglich, David Frost und Richard Nixon *ident* nachzuahmen. Schon allein wegen der Tatsache, dass es sich bei den beiden Schauspielern um andere Menschen mit unterschiedlichen Gesichtern und Lebensgeschichten handelt, lassen sich die fiktionalen mit den originalen Interviews auf der Ebene des *Intraviews*, grundsätzlich voneinander differenzieren.

3.5.1.6.1. Filmische Umsetzung

Der Film Frost/Nixon dreht sich zwar um die Nixon Interviews, trotzdem handelt es sich dabei nicht - wie schon erwähnt - um eine idente Reproduktion. Sowohl was die schauspielerische Leistung der Akteure angeht, als auch den Inhalt der Interviews, welcher zwar sinngemäß, aber nicht wortgleich wiedergegeben wird. Und auch die filmische Gestaltung der Interviews ist weniger Nachahmung, als ein Aufzeigen der generellen Interviewsituation.

Im Vergleich zum Spielfilm, sind die Originalinterviews einfach gehalten- derjenige der spricht ist bis auf wenige Ausnahmen, im Bild zu sehen. Nachdem Nixon länger antwortet als Frost fragt, ist er auch öfters zu sehen, womit der Fokus eher auf ihm, als auf Frost liegt. Einstellungswechsel und Zooms werden sehr spärlich eingesetzt. Die Haupteinstellung ist im Medium Close- Up, einige Male wird eine Totale von den beiden Interviewteilnehmern in *profile-two-shots* in ihren Fauteuils sitzend, eingeblendet und auch *over-the-shoulder-shots*, kommen selten, aber doch, vor. Die Kameraperspektive bleibt stets auf Augenhöhe mit David Frost und Richard Nixon.

Die filmische Umsetzung der Interviews im Spielfilm, unterscheidet sich nicht nur in seiner Dynamik aus Kamerafahrten, Zooms, Schwenks und Montage oder in der Variation der Kameraeinstellungen von den originalen TV-Interviews, sondern auch im Einsatz der Kameraperspektiven. All diese Elemente unterstützen die narrative Ebene. Im Laufe der Interviews hat entweder Nixon oder Frost die Oberhand und so sind sie auch im Bild zu sehen. Wenn Nixon „führt“ wird er im *low-angle shot* geschossen und Frost im *high-angle shot* und so verhält es sich vice versa. So wirken die Charaktere entweder mächtiger oder schwächer- je nach ihrer Position im Interview.

Auch Zwischenschnitte wie Close- Ups auf Frosts Notizen, sind ausschließlich in Frost/Nixon zu sehen.



Film⁵¹⁷

Im Unterschied zu den Originalinterviews, wird das Setting mitsamt den Anwesenden, bestehend unter anderen aus Kameramännern, Tontechnikern, Maskenbildnern, Assistenten, Beratern und Zuschauern, immer wieder eingeblendet. Der Film erzählt also viel mehr, was sich rund um die beiden Interviewteilnehmer abspielt. Das Interview selbst wird zwar als *Hauptsujet*, gleichzeitig jedoch als *Nebensache* behandelt- das setzt Ron Howard auch gestalterisch mit den vielen Aufnahmen, welche die unmittelbare Umgebung zeigen, um. Denn obwohl der Film um das Thema der Nixon Interviews kreist, geht es vielmehr um die Charaktere selbst- Frost, der Karriere machen will und endlich als ernstzunehmender Journalist wahrgenommen werden möchte und Nixon, dessen Amt als Präsident der Vereinigten Staaten gescheitert ist, denn er hat das Vertrauen seines Volkes missbraucht und verloren, war aber noch nicht bereit dazu, die Konsequenzen zu tragen und von seinen politischen Tätigkeiten vollständig zurückzutreten. Beide durchleben eine Wandlung. Frost erkennt welches Kaliber ihm gegenüber sitzt und bekommt im Laufe der Drehtage, die nötigen Durchsetzungskraft, die Interviews gezielt durchzuführen. Nixon resigniert zuletzt und zeigt sich von seiner verletzlischen und menschlichen Seite. Diese Prozesse werden auch filmisch immer wieder übermittelt, wenn Nixon in Nahaufnahmen nachdenklich erscheint, oder wenn Frost im frontalen Medium- Close- Up beim Zuhören gezeigt wird, während Nixon spricht und sein Gesichtsausdruck sein inneres Entsetzen offenbart, als er in der ersten Sitzung erkennt, wie geschickt Nixon unangenehmen Fragen auszuweichen weiß. Auch die Totale im *profile-two-shot*, welche die Interviewteilnehmer auf ihren Sesseln zeigt, macht die Körpersprache der beiden Interviewteilnehmer sichtbar. Wenn sich Frost

⁵¹⁷ Ebd.; 01:28:09ff.

vorbeugt, Nixon aber abweichend zurückgelehnt dasitzt, wird auch auf der nonverbalen Ebene deutlich, was sich zwischen den beiden abspielt.



Original⁵¹⁸



Original⁵¹⁹

Der Film bietet zwar ähnliche Einstellungen, jedoch nie ident:



Film⁵²⁰



Film⁵²¹

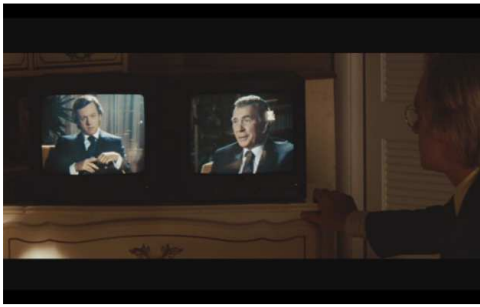
Die Originaleinstellungen, in der Form wie sie in den ursprünglichen TV- Interviews ausgestrahlt wurden, werden lediglich auf Monitoren gezeigt, die auf dem Set aufgestellt sind. Alle anderen Kameraeinstellungen und - Perspektiven während den Interviewsitzungen, dienen speziell der narrativen Ebene des Films. So werden die Reaktionen der Anwesenden am Set gezeigt. Alle Mitwirkenden, die um die Interviewteilnehmer herumstehen oder aus den Nebenräumen über Monitore zusehen, werden laufend gezeigt und spiegeln in ihren Reaktionen oder in der angespannten Stimmung, auch die Gefühle des Zusehers wieder.

⁵¹⁸ Bonus Disc: Das Original- Interview zur Watergate-Affäre. Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 01:01:15ff.

⁵¹⁹ Ebd.; 01:01:22ff.

⁵²⁰ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 00:54:34ff.

⁵²¹ Ebd.; 00:58:47ff.



Die Monitore mit den „Originaleinstellungen“- wie sie im Fernsehen übertragen werden- aus Sicht des Team Frost (links)⁵²² und Nixons Team (rechts)⁵²³. Letzteres macht anhand der Monitorgröße deutlich, auf wen das Team besonders fixiert ist.

Ähnlich wie in einem Boxring findet der Kampf da statt, wo das Licht hinfällt. Beide Gegenspieler sind von ihren Teams (wie Fans) umringt, die jeweils mit ihnen mitfiebern. Frost und Nixon holen argumentativ mit verbalen Schlägen aus, um den Gegner ins Knockout zu schlagen und sich damit das Weiterbestehen ihrer Karriere zu sichern. Wenn die Aufnahme der Interviews endet, wird die Pause eingeläutet, wo sich die Gegner neue Ratschläge und Kraft holen können, bis es wieder weitergeht und am Ende des Kampfes- in dem Fall am Ende der vereinbarten Drehtage- der Sieger feststeht. Zu Beginn des Films hat Nixon die Führung, doch Frost „trainiert“ nachts weiter und kann sich schließlich bis zum Sieg durchringen. Über die filmische Herangehensweise dieser Boxring- Situation, sagte Ron Howard:

„It really caged in, you know, our protagonist and our antagonist here and I decided directorially, to be very selective about when you could see the cameras in the background of the angles of the actors and when you couldn't. In this instance, the camera is positioned so that when you see Richard Nixon, or you see David Frost, you also see a television camera behind them.“⁵²⁴

Der Regisseur betont seine Intention, dass die Zuseher über diese Form der filmischen Gestaltung, zu jeder Zeit an das Medium Fernsehen erinnert werden sollten:

„As the interviews begin to evolve, I would move the camera to the other side and we would begin to experience them the way television audiences did or the way one might have if they'd been standing in the room. And it was important to me to use the television monitors and the cameras as a way of reminding the

⁵²² Ebd.; 00:54:50ff.

⁵²³ Ebd.; 00:57:34ff.

⁵²⁴ Zit. Ron Howard im Off-Kommentar: Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 00:51:48ff.

audience of the artifice of this and the arena that, for each of these guys, it was also something personal and real and crucial.”⁵²⁵

So wird mal das Umfeld gezeigt, mal die Teams der beiden Interviewteilnehmer in ihren Reaktionen abseits des Wohnzimmers, in dem die Interviews stattfinden.



Das Interview aus der Totale.⁵²⁶

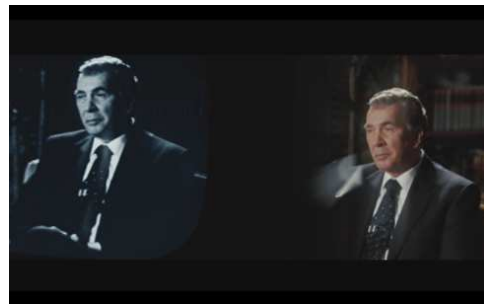


Kamera im Bild⁵²⁷

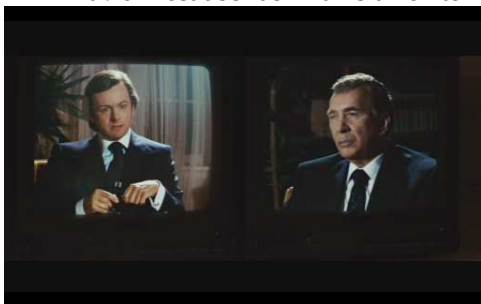
Die Reaktionen der Interviewteilnehmer ließ der Rhetor nicht nur in Close- und Nahaufnahmen der Akteure aufzeigen, sondern beispielsweise über die Kamera oder die Monitore, so dass eine Sicht auf das Interview- Setting und gleichzeitig auf die Mimik des Interviewteilnehmers möglich wird.



Film- David Frost über den Kameramonitor⁵²⁸



Film- Nixon über einen Monitor⁵²⁹



Film- Sichtungsmonitore des Team Frost⁵³⁰



Film- Reaktion von Frost über Monitor⁵³¹

⁵²⁵ Zit. Ron Howard im Off-Kommentar: Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 00:52:11ff.

⁵²⁶ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 00:52:36ff.

⁵²⁷ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 00:57:04ff.

⁵²⁸ Ebd.; 01:04:32ff.

⁵²⁹ Ebd.; 00:52:58ff.

⁵³⁰ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 00:53:14ff.

⁵³¹ Ebd.; 00:54:03ff.

Die direkten Reaktionen *aufeinander*, welche für ein audiovisuelles Interview von maßgeblicher Bedeutung sind, werden häufig ebenfalls über Monitore gezeigt. Der Zuseher wird damit immer wieder erneut daran erinnert, dass aufgezeichnet wird, gleichzeitig aber auch, dass es sich bei dem Interview um Interaktion handelt. Über die Monitore, ist es möglich beide Gesprächsteilnehmer gleichzeitig zu beobachten. Nicht nur Nixons Antworten, auch Frosts Fragen und die jeweiligen Reaktionen der beiden Akteure aufeinander, sind von Bedeutung um die Interviewsituation von einer menschlichen und narrativen Ebene zu beleuchten.

Vor allem in den ersten drei Interviewsitzungen, wird häufig auf das Umfeld hingewiesen. Die Reaktionen des Umfelds stehen noch stärker im Vordergrund. Der Zuseher bekommt die Interviews aus unterschiedlichen Perspektiven, Räumen und Kameraeinstellungen präsentiert. Der Kamerablick und damit Zuseherblick, ist die meiste Zeit in Bewegung, mal mitten im „Boxring“, dann als Beobachter aus dem Abseits. Mit Kamerafahrten, Reißschwenks, schnell abfolgenden *reaction pans* und Zooms, wird auch filmisch, Dynamik in die Interviewsituation gebracht. Der Wortwechsel wird stetig hitziger, ein *circular pan* kreist um die beiden „Interviewgegner“, die Handlung scheint immer mehr auf einen Höhepunkt zuzutreiben.

3.5.1.6.2. Die letzte Interviewsitzung

In der letzten Interviewsitzung liegt der Fokus auf den beiden Charakteren und deren Konfrontation. Die meisten Aufnahmen sind von Frost und Nixon in *Medium-Close Ups* und *Close-Ups* - und vielen Perspektivenwechsel mit *high-angle shots* und *low-angle shots*. Während Nixons „Geständnis“, wird ähnlich wie bei den Originalinterviews, langsam in sein Gesicht gezoomt. Die Kamera bleibt in langen Naheinstellungen auf den Gesichtern der Interviewteilnehmer. Der Kampf ist vorbei, der Sieger steht fest. Und trotzdem kann beim Zuseher Mitgefühl für Nixon hochkommen. In einer langen Naheinstellung wird sein Gesicht gezeigt, seine Augen sind noch unruhig, er wirkt erschöpft und emotional.

Ron Howard beschreibt seine Entscheidung, den Fokus des Zusehers für diesen Schlüsselmoment, ausschließlich auf die beiden Hauptfiguren zu lenken:

„I tried to keep the camera moving a lot during the course of the movie and do a lot of inter-cutting to try to sort of create a pulse, a tempo, a range of perspectives and a sort of a visual energy. But when we came to the close-ups, that's when I decided to allow the camera to just move in ever so gradually, be as still as it could be and stay there without inter-cuts as long as the moment could hold and just observe Nixon's face. That moment, that close-up had been very important to me back in 1977 when I saw what I thought was an indication of the truth, the truth that Nixon had abused power, Nixon had known and had covered up.“⁵³²

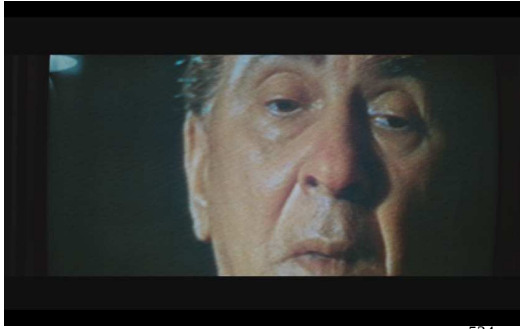
Das Close- Up zeigt Nixon von einer anderen Seite. Da war das Gesicht von einem viel kritisierten Machtmenschen, den man zumindest aus den Medien kannte, aus Zeitschriften und den Nachrichten, aus einer neuen Perspektive präsentiert. Das Gesicht hat hier eine neue Funktion bekommen- nicht die des Präsidenten, sondern des gescheiterten Präsidenten, vor allem aber zeigte sich über das Close- Up der Mensch *hinter* dieser Rolle.

3.5.1.6.3. Das Close- Up

Bei den Originalaufnahmen aus 1977, lässt sich die Rhetor- Position des Kameramanns, gut beobachten. So zoomt er immer dann vorsichtig an Nixon heran, wenn dieser Anzeichen emotionaler Aussagen macht. Bei dem wichtigen Moment des Interviews, in dem Nixon darüber spricht, dass er das amerikanische Volk enttäuscht hat, nähert sich die Kamera langsam an und bleibt in einem Close-Up stehen. Die Standbilder dieser berühmten Close- Aufnahmen von Nixons Gesicht wurden schließlich in den Presseberichten tausendfach abgedruckt und verbreitet. Peter Morgan erkannte ebenfalls die Kraft dieser Einstellungsgröße und macht sie zu einem wichtigen Sujet des Films. “This, of course, is the close-up that the story is really built around. And in 1977, when these interviews were aired, this was the moment that was advertised. These were the images of Nixon hat were seen in the newspapers“⁵³³, erklärt Ron Howard im Off- Kommentar zum Film. Während das “Geständnis” im Film in Nahaufnahme gezeigt wird, ist das Close-Up, angelehnt an die Originalaufnahmen aus 1977, wieder nur über einen Monitor zu sehen. Jedoch nicht ganz realitätsgetreu, denn die originale Einstellung, ist nicht ganz so nah:

⁵³² Ebd.; Ron Howard im Off-Kommentar; 01:44:16ff.

⁵³³ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; Ron Howard im Off-Kommentar; 01:43:10ff.

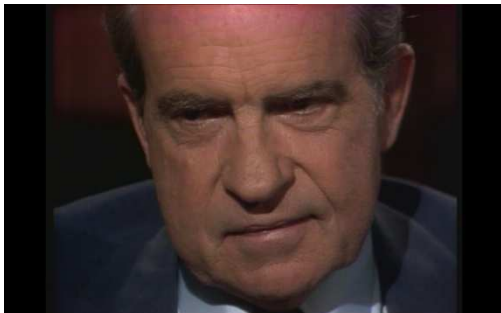
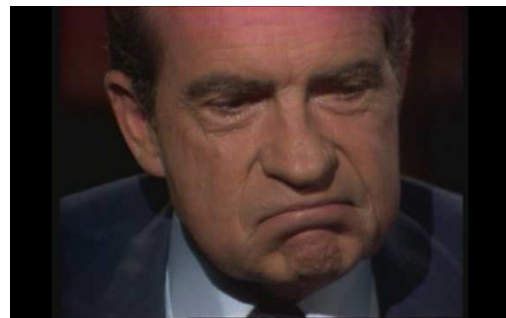


Das Close- Up von Frank Langella im Film⁵³⁴



Das reale Close- Up von Richard Nixon⁵³⁵

Im Sinne des *Intraviews* zeigt auch das Gesicht Nixons, welches im audiovisuellen Interview übertragen, zu einem eigenen Medium, also einer eigens vermittelnden Instanz wird, eine Fläche auf, welche weitere Informationen zum verbal überlieferten Inhalt gibt. So kann beispielsweise die Mimik des ehemaligen Präsidenten, als eine weitere narrative Ebene betrachtet werden:



⁵³⁴ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 01:44:47ff.

⁵³⁵ Bonus Disc: Das Original- Interview zur Watergate-Affäre. Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 01:16:56ff.



Ausschnitte aus den originalen Interviews zu Watergate.⁵³⁶

Es sind die „unmittelbare(n) ästhetische(n) Qualitäten des Gesichts“ schreibt Georg Simmel, die „seine Bedeutung für das Kunstwerk tragen“.⁵³⁷ Peter Morgan meinte aus Nixons Gesicht, bestimmte Rückschlüsse ziehen zu können, aus denen er ein ganzes Stück und einen Film formte. Es scheint als hätte Morgan all jene Ebenen der Vermittlung angewandt, die in dieser Arbeit beachtet wurden, um die Geschichte Frost/Nixon zu erzählen: So erscheint Richard Nixons „Interviewgesicht“ als eine vermittelnde Instanz- als das Phänomen welches der Begriff *Intraview* zusammenfassen soll. Die zwischenmenschliche Begegnung von Frost und Nixon, innerhalb der Situation *Interview*, ergibt eine weitere Ebene der Geschichte. Und auch der Kontext- die Interviewaufnahme als die *inszenatorische* Komponente, welche jegliche gestalterischen Aspekte beinhaltet, wird zum Thema des Films gemacht.

Frost/Nixon lässt die Macht des audiovisuellen Interviews, auf seinen vielen Ebenen zumindest *erahnen* - Die einzigartige Fähigkeit sein Subjekt „groß“ machen zu können, und damit sinngemäß wie auch filmisch gesehen, ein Image zu kreieren, und dieses gleichzeitig zerstören und in die Unkenntlichkeit entzerren zu können. So weit, bis nichts übrig bleibt, als eine *humorous facial expression*.

Diese Arbeit lässt sich wohl am besten mit einem Filmzitat beenden. Die Worte entstammen Peter Morgan, doch gesprochen werden sie von seiner Filmfigur James Reston Jr.

Übrigens: In einem Interview.

⁵³⁶ Bonus Disc: Das Original- Interview zur Watergate-Affäre. Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; ab 01:16:50ff.

⁵³⁷ Georg Simmel: Die ästhetische Bedeutung des Gesichts. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. S. 251.

“You know, the first and greatest sin or deception of television is that it simplifies, it diminishes great, complex ideas, tranches of time. Whole careers become reduced to a single snapshot. At first, I couldn’t understand why Bob Zelnick was quite as euphoric as he was after the interviews, or why John Birt felt moved to strip naked and rush into the ocean to celebrate. But that was before I really understood the reductive power of the close-up. Because David had succeeded on that final day in getting, for a fleeting moment, what no investigative journalist, no state prosecutor, no judiciary committee or political enemy had managed to get. Richard Nixon’s face, swollen and ravaged by loneliness, self-loathing and defeat.”⁵³⁸

⁵³⁸ Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008; 01:34:45ff.

Conclusio

Das wohl Außergewöhnlichste am audiovisuellen Interview - mit seinen mehrschichtigen rhetorischen Ebenen und breiten Umsetzungsmöglichkeiten, mit seiner Vielfalt, seiner hohen medialen Präsenz und seinem Mehrwert –, ist seine *Unterschätzung*.

Im Zuge meiner Rechercharbeiten, fiel mir auf, dass es durchaus Literatur zum Interview gibt - jedoch handelt es sich dabei meistens um einen Leitfaden zur richtigen journalistischen Befragung. Zum Ursprung des Interviews, gibt es einige, wenn auch wenige Untersuchungen. Doch die Frage nach dem Ursprung des *audiovisuellen* Interviews, scheint eine Lücke zu bilden. Das audiovisuelle Interview wird, so schließe ich daraus, im Allgemeinen als journalistisches Hilfsmittel abgetan und weniger als ein eigenständiges, filmisches Produkt angesehen.

Anders verhält es sich mit den Beschäftigungen um das Gesicht, die bis in die Antike zurückreichen und mittlerweile einen breiten, wissenschaftlichen Kanon aufweisen, der von der ursprünglichen Physiognomik, über Mathematik, Philosophie, Psychologie, Soziologie bis zur Kunst- und Medienwissenschaft- kaum einen wissenschaftlichen Bereich auslässt. Das Interesse am menschlichen Gesicht, welches den optischen Mittelpunkt des audiovisuellen Interviews ausmacht, scheint vorhanden zu sein. An dieser Erkenntnis habe ich angeknüpft, um der Frage nach dem menschlichen Bedarf am audiovisuellen Interview - welches seine mediale Dominanz vermuten lässt - nachzugehen.

Ich habe das Gesicht im audiovisuellen Interview mit dem Filmgesicht gleichgesetzt und dessen Ursprünge zu Beginn des bewegten Bildes, untersucht. Dabei bin ich auf Georges Dumenil gestoßen, der noch vor dem Einzug des Filmgesichts ins Kino Anfang der 1890er Jahre, mit seinem *Phonoscope*, erste bewegte Bildaufnahmen eines Gesichts im *Medium-Close-Up* machte und „das lebendige Portrait“ nannte. Seine chronomatographische Serie, könnte als die ersten *visuellen* Interviews bezeichnet werden.

In der Beschäftigung mit dem Filmgesicht, ist die Großaufnahme nicht zu ignorieren, die dem Gesicht zu seiner medialen Existenz verholfen hat und in seinem ersten

Vorführen, bevor das Filmgesicht eine narrative Funktion erfüllen sollte, eine wahre Faszination beim Kinopublikum auslöste. Das Phänomen der *Humorous- Facial- Expressions*, die Frank Kessler summierend als „das Attraktionsgesicht“ bezeichnet, sollten das Kinopublikum an das vom- Körper- abgeschnittene, in Großaufnahme überdimensional groß auf die Leinwand projizierte Gesicht, gewöhnen. Dabei handelte es sich jedoch zunächst um ein Mienenspiel der Entartung, die in Grimassen verzogenen „Fratzen“, bezeichnen Gilles Deleuze und Félix Guattari als „monströse Entität“. Zu Beginn des Films war das Filmgesicht noch mehr *Ungesicht* als *Angesicht*, doch der „Hype“ um das vergrößerte Gesicht im Frühen Film zeigt die ursprüngliche Neugier auf das Filmgesicht und die große Anziehungskraft, die es seit seinem Beginn auf den Zuseher hat. Große Zusehermengen gingen schließlich ins Kino, nur um ein Gesicht in seiner Vergrößerung zu betrachten.

Wenige Jahre später sollte es das „schöne“ Gesicht in Großaufnahme sein, welches den Zuseher faszinierte. Den narrativierenden Eigenschaften, die das Filmgesicht ab dem Frühen Film rein über die Mimik ausstellte, spricht der ungarische Filmtheoretiker Béla Balázs in seinem 1923

verfassten Text *Der sichtbare Mensch* großes Potential zu, dem Zuseher „die vielfach verlernte Sprache der Mienen und Gebärden wieder zu erlernen.“⁵³⁹

Ich nahm die Theorie Balázs', dass die Mimik lesbar sein muss, um eine Geschichte zu verstehen und vermittelbar machen zu können, her, um meine These, dass der Interviewte zunächst über seine Physiognomie erzählt, sein Filmgesicht also die erste rhetorische Instanz im Interview bezeichnet, zu bekräftigen. Dafür setzte ich mich auch mit Balázs' Lehrer Georg Simmel auseinander, der vom Gesicht als unmittelbaren „Ort der Seele“ ausgeht und G.W.F. Hegel, welcher ebenfalls das Innerliche mit dem Äußerlichen, über das Gesicht, in Beziehung setzt. Die kritischen Äußerungen Georg Lichtenbergs, G.E. Lessings und Jean-Paul Sartres, das Gesicht dechiffrierbar zu machen und damit zu verallgemeinern und meine Auseinandersetzung mit den von Gunnar Schmidt, als „äußere – Zeichen - am Leib“ bezeichneten „Zusatzinformationen“, wie Schmuck und Kleidung, die mitunter täuschen können, ließen mich zu dem Schluss kommen, dass der Interviewte seine Geschichte nicht alleine über seine Facis vermitteln kann. Im Versuch, meine These an Andy Warhols *Screen Tests*, von Personen, die im drei- minütigen *One-Shot* im

⁵³⁹ Béla Balázs: *Der sichtbare Mensch*. S. 227.

Medium-Close-Up stumm in die Kamera blicken, anzuwenden, erkannte ich die Schwierigkeit, meine Theorie an der Praxis deutlich erkennbar zu machen. Was sich über die Kurzfilme, in Form von stummen Interviews, jedoch sagen lässt, ist, dass die von Petra Löffler als faciale Schemata wie „Mann/Frau oder weiß/schwarz“ zusammengefassten Zeichen, Informationen zur Person liefern und auch der Gesichtsausdruck über eventuelle Befindlichkeiten mitteilt. Um diese Befindlichkeiten deutlich nach außen zu transportieren, ist eine zu bezeichnende, dechiffrierbare Mimik, ähnlich der des Stummfilmdarstellers also von Nöten, die für das audiovisuelle Interview, unüblich scheint. Die Mimik tritt dort meist in Kombination mit dem verbalen Inhalt auf, um das Verständnis der Zuseher zu sichern. Die Theorie, angelehnt an Simmel, dass das Gesicht alleine über seine Physiognomie erzähle, müsste darauf relativiert werden, dass die Physiognomie eine Teilebene der facialen Vermittlung darstellt, die nicht für sich alleine stehen kann.

Harry Pross unterscheidet die unterschiedlichen Kommunikationsmittel in primäre, sekundäre und tertiäre Medien und teilt die menschliche Kommunikation dem primären Medium- speziell dem Sender zu. Im audiovisuellen Interview, wäre das der Interviewte, welcher die Mimik und Gestik beherrschen muss, um überhaupt vermitteln zu können. Denn erst dann, könne das sekundäre Medium, welches die unmittelbare Vermittlung zwischen Sender und Empfänger bedeutet, funktionieren. In weiterer Instanz, kann erst dann das tertiäre Medium, das ein (elektronisches) Gerät voraussetzt, eingesetzt werden, welches ein audiovisuelles Interview der Öffentlichkeit auch aus weiterer Distanz zugänglich macht. Laut Pross' Theorie, lässt sich also folgern, dass ein audiovisuelles Interview erst dann funktioniert, wenn alle Ebenen, die ich in *Intraview*, *Interview* und *Inszenierung* beschrieben habe und die sich in primäre, sekundäre und tertiäre Medien zusammenfassen lassen, miteinander übereinstimmen und beginnend ab der kleinsten Einheit- der Körpersprache – gelingen müssen.

Um die hohe Nachfrage nach dem audiovisuellen Interview zu ergründen, betrachtete ich die Anfänge der Moderne. Aus dieser Zeit wurzelt nicht nur die Entstehung des Films, sondern auch die Entstehung der Großstädte, deren Bewohner einerseits Individuum, andererseits Teil eines vergrößerten sozialen Systems waren. Über Passagierschiffe und Verkehrsflugzeuge, wurde die Welt unter anderem, mehr

und mehr globalisiert. Der Film – und er war zuerst dokumentarisch- tat sein Übriges und nährte das Interesse der Zuseher *an* und *mit* exotischen Orten und Gesichtern. Die Verdichtung der Gesichter, nicht nur räumlich, sondern auch in Form von Bildern, die mittels Fotografie und Film reproduzierbar wurden, führte schließlich zu einer „Gesichter- Übersättigung“ die Thomas Macho anhand der *facialen Gesellschaft* beschreibt, die „ununterbrochen Gesichter produziert“⁵⁴⁰. Das Menschengesicht erweise sich als Maß aller Dinge, nichts wäre alltäglicher geworden, als ein Gesicht. Das Fernsehen hätte das Gesicht schließlich, so Jacques Aumont, „banal“ gemacht, denn es hätte uns zur Gewohnheit gemacht „eine unglaubliche Menge ständig in Bewegung befindlicher, ständig ausdrucksvoller Gesichter zu sehen“⁵⁴¹. Das audiovisuelle Interview - so meine Behauptung - steuert dieser zeitgeistlichen Bewegung bei und gleichzeitig dagegen. Einerseits liefert es nur weitere „ausdrucksvolle“ Gesichter, andererseits nimmt es einzelne aus der unübersichtlichen Masse vorbeiziehender, „banaler“ TV- Gesichter heraus und individualisiert sie. Doch auch das Gesicht des audiovisuellen Interviews, lässt sich in Typage- Gruppen teilen. Im Kapitel *Interview*, habe ich den Versuch angestellt, nicht nur die Interviewformen an sich (Interview zur Sache und Interview zur Person), sondern auch die Funktionen der Interviewteilnehmer herauszuarbeiten. Die beiden Formen lassen sich innerhalb weiter differenzieren, aber oberflächlich in die zwei Gruppen von Interviews mit „*Menschen- von- der Straße*“, die ich als Jedermann bezeichnete, und mit *Prominenten* zusammenfassen. Das Gesicht des alltäglichen Menschen, das Aumont als das „wahre Gesicht“ bezeichnet, fand auch in den Filmen des italienischen Neorealismus, eine Bühne. Die Geschichte eines ganzen Volkes, wurde darin anhand weniger Protagonisten erzählt. Hier zog ich einen Konnex zum audiovisuellen Interview, das über die Erzählung eines Einzelnen, ebenfalls einen subjektiven Einblick auf Themen, die ein ganzes Volk betreffen, geben kann.

Der Begriff *Interview* deutet inhaltlich auf seine Denotation an, denn *Inter* bedeutet aus dem Lateinischen übersetzt „zwischen“. Damit wird folglich Pluralität impliziert- auf ein Gegenüber hingewiesen, selbst wenn dieses im audiovisuellen Interview nicht im Bild zu sehen ist. In meinem Versuch darzustellen, dass auch das Nicht- Im-

⁵⁴⁰ Thomas Macho: *Medium Gesicht*, S.25.

⁵⁴¹ Jacques Aumont: *Bild, Gesicht, Passage*. In: *Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes*. S. 104.

Bild- Sichtbare des audiovisuellen Interviews auf den Zuseher wirkt, resultiert in folgenden Punkten: Auf das „Gesicht des Intraviews“, legt sich das Gesicht des Kommunizierenden, welches sein Gegenüber – den Interviewenden - reflektiert, spiegelt und gleichzeitig auf ihn reagiert und Signale setzt. Die Anwesenheit und räumliche Lage des Gegenübers lässt sich über den Blick des Interviewten nachvollziehen. Doch auch der Blick der Kamera, spielt für den Interviewten eine Rolle, denn was die Kamera sieht, ist in weiterer Folge, was der Zuseher sieht. Das Wissen um die Öffentlichkeit beeinflusst den Interviewenden, die Fragen des Interviewers und folglich das Interview. Das audiovisuelle Interview kann dem Rezipienten, trotz räumlicher Distanz, ein Gefühl der Intimität und Vertrautheit vermitteln und eine einseitige Begegnung simulieren. Dem wird umso stärker entgegen gesteuert, wenn der Interviewte in einer Naheinstellung direkt in die Linse antwortet, wie bei den beiden vorgestellten Podcasts *Fifty People One Question* und Lynn Hirschbergs *NY Times Screentests*. Über die Beschäftigung mit diesem Spannungsverhältnis aus Nähe und Distanz, Anonymität und Intimität, begegnete ich dem Thema *Voyeurismus* und setzte eine ursprüngliche Neugier des Menschen „durch das Schlüsselloch zu blicken“ voraus. Den *künstlichen* Begegnungen, rein über das audiovisuelle Interview, messe ich außerdem einen pädagogischen Mehrwert zu. Nicht nur kann der Zuseher durch sie geistig stimuliert werden und dazulernen, auch die Fähigkeiten als *homo photographicus*- als moderner Bildermensch- Informationen über das *Zuhören* zu konsumieren und die Bilder dazu wie beim Lesen im Kopf entstehen zu lassen, werden dabei geschult. Einen weiteren Mehrwert des audiovisuellen Interviews, sehe ich in der wertvollen Möglichkeit, dass die interviewten Menschen, die meistens in der Rolle ihres Selbst auftreten, gespeichert, archiviert und in Bild und Ton, dadurch in ihrer illusionären Gegenwärtigkeit, abgerufen werden können.

Der letzte Teil der Arbeit, beleuchtet die dritte Ebene der Inszenierung, jene *um* das audiovisuelle Interview, welche den äußeren Kontext und seine filmische Umsetzung betrifft. Die gestalterischen Möglichkeiten, schöpfte ich aus dem breiten Pool an TV- Gestaltungsvariationen (u.a. Formen der TV- Formate, Setting: Studio oder Outdoor, Publikum oder intime Zweier- Situation) und der Filmgestaltung, wie ausgewählte kinematographische Codes und Bild- Sprache, die ich anhand eines TV- Porträts,

zwei Internet- Podcasts und im Vergleich eines fiktionalen Interviewformates mit einem Originalinterview, analysierte.

Ich wählte Gesche Joosts Bezeichnung „Rhetor“, um den kreativen Gestalter zu benennen, da dieser Begriff die Möglichkeit offen lässt, dass mehr als eine Person am filmischen und televisuellen Produkt beteiligt sind. Bevor ich mit den Sendungsanalysen begann, stellte ich Roland Barthes’ Idee der *Strumpfmaschine* und Gesche Joosts weitere Entwicklung der *rhetorischen Maschine* vor, dessen Materialien, die jeweiligen, gestalterischen Möglichkeiten bedeuten, die der Rhetor einspeist, um den „Strumpf“ - das fertige audiovisuelle Produkt-, zu erzeugen.

In meiner Untersuchung des TV- Formats *Gero von Boehm begegnet...*, fand ich nahezu viele Gestaltungsmittel wie bei einem Spielfilm wieder und konnte feststellen, dass es trotzdem journalistisch noch vertretbar ist, da die filmische Umsetzung zu einer Dynamik verhilft und als rhetorische Ebene das Produkt zwar verfeinert, jedoch nicht zu sehr einfärbt. Die Bild-Sprache ist oft konform mit dem Interviewinhalt. Die transparente Gestaltung, wie die Anwesenheit der Tontechniker und dem zweiten Kameramann im Bild, liefert eine weitere rhetorische Ebene, die über das Entstehen des Interviews und seiner Umsetzung erzählt.

In der Gegenüberstellung der Interviews im Spielfilm *Frost/Nixon* mit den Original Nixon Interviews aus 1977, fiel mir die Kraft der kinematographischen Codes als rhetorische Ebene, besonders stark auf. Die Originalinterviews sind weitaus schlichter gestaltet, was den verbalen Inhalt des Interviews als stärkste rhetorische Ebene, voraussetzt. Die filmische Adaption in *Frost/Nixon*, liefert ein dichteres Spektrum an filmischen Gestaltungsmöglichkeiten mit unterschiedlichen, an die Dynamik des Interviews angepassten, Kameraeinstellungen, – Perspektiven und – Bewegungen aus Schwenks und Kamerafahrten. Dadurch werden die zwischenmenschliche Begegnung, mitsamt ihren Konflikten und die emotionalen Befindlichkeiten der Interviewpartner, in diesem Fall Interviewgegner, auf visueller Ebene besonders deutlich transportiert und liefern neben der inhaltlichen, rein verbalen oder textlichen Ebene des Interviews eine weitere rhetorische Ebene, welche die Interviewsituation in ihrer Komplexität gründlicher beleuchtet. Denn,

Erzählen ist in den audiovisuellen Medien zumeist verbunden mit dem Darstellen. Darin liegt die Besonderheit des Audiovisuellen, dass es durch die inzwischen schon scheinbar selbstverständliche technische Verbindung von Bild und Ton die Bilder erzählbar macht und damit zugleich das Erzählen visualisiert.⁵⁴²

⁵⁴² Knut Hickethier: Film- und Fernsehanalyse, S. 24.

Literaturverzeichnis

Adam, Meike: Symbol oder Symptom? Lesbarmachung des Gesichts. In: Petra Löffler und Leander Scholz: Das Gesicht ist eine starke Organisation. Köln: DuMont Literatur und Kunst Verlag, 2004. S.121- 139.

Albersmeier, Franz Josef [Hg.]: Texte zur Theorie des Films, Stuttgart: Reclam 1979.

Agamben, Giorgio: Das Antlitz. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002. S. 219- 225.

Angell, Callie: Andy Warhol Screen Tests. The films of Andy Warhol Catalogue Raisonné. Vol. 1. New York: Harry N. Abrams, 2006.

Arnheim, Rudolf: Urheber- Wer ist der Autor eines Films? In: ders: Die Seele in der Silberschicht. Frankfurt/ M., 2004. S. 196- 207.

Aumon, Jacques: Bild, Gesicht, Passage. In: In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002. S. 97- 114.

Aumont, Jacques: Du Visage au Cinéma. Paris: Éds. De l'Étoile, 1992.

Balázs, Béla: Der sichtbare Mensch oder die Kultur des Films. Frankfurt/ M.: Suhrkamp, 2001. S. 44.

Banes, Sally: Greenwich Village 1963. Avant-Garde Performance and the Effervescent Body. Durham/ London: Duke University Press, 1993.

Barck, Joanna und Petra Löffler [Hg.]: Die Gesichter des Films. Bielefeld: transcript Verlag, 2005.

Barck, Joanna und Wolfgang Beilenhoff [Hg.]: Das Gesicht und seine sekundären Inszenierungen. Eine Einleitung der Gastherausgeber zum Themenschwerpunkt Das Gesicht im Film. In: Montage AV. Zeitschrift für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation 13/1/04. Marburg: Schüren, 2004.

Barnewell, Jane: Grundlagen der Filmgestaltung. München: Stiebner Verlag, 2009.

Bauer, Joachim [Hg.]: Warum ich fühle, was du fühlst. Hamburg/ München: Wilhelm Heyne Verlag, 2006.

Barthes, Roland: Die alte Rhetorik. In: ders.: Das semiologische Abenteuer. Frankfurt/M.: 1988. S. 15- 101.

Beckmann, Angelika: Das Gesicht im Film. Blick. Ausdruck. Bildpolitik. Wien: Universität Wien, 2006.

Bellour, Rymond: Gesichter von Innen. In: In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002. S. 185- 198.

Benjamin, Walter: Gesammelte Schriften. Das Passagenwerk. Band II. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 1982. S.

Blümlinger, Christa und Karl Sierek [Hg.]: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002.

Boehm, Gero: Begegnungen. Menschenbilder aus drei Jahrzehnten. München: Heyne Verlag GmbH, 2012.

Bordwell, David und Kristin Thompson: Film Art. An introduction. 8. Auflage. Boston: McGraw- Hill, 2008.

Brenez, Nicole: Der figurative Unterschied. In: In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002. S. 115- 132.

Breuer, Ascan: Der Dokumentarfilm. Die authentische Macht. Wien: Universität Wien, 2005.

Brunetta, Gian Piero [Hg.]: Cent'anni di cinema italiano. Roma: Laterza, 1995.

Buci-Glucksmann, Christine: Das Verschwinden des Gesichts in der Kunst. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002. S. 199- 209.

Campe, Rüdiger und Manfred Schneider [Hg.]: Geschichten der Physiognomik: Text, Bild, Wissen. Freiburg i. Br.: Rombach, 1996.

Charnley, Mitchell: Reporting. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1966. S. 211

Damasio, Antonio R.: Ich fühle, also bin ich. Die Entschlüsselung des Bewusstseins. München: List, 2000.

Deleuze, Gilles und Félix Guattari: Tausend Plateaux: Kapitalismus und Schizophrenie. Berlin: Merve, 1992.

Diderot, Denis: Versuch über die Malerei. In: ders. Diderot- Lesebuch. Berlin: Weimar 1998.

Dyer, Richard [Hg.]: Stars. In: Heavenly Bodies. Film Stars and Society. London: British Film Institute: 1998.

Ekman, Paul / Wallace V. Firesen und Phoebe Ellsworth: Gesichtssprache. Wege zur Objektivierung menschlicher Emotionen. Wien: Böhlau, 1974.

Elsaesser, Thomas: "Un train peut en cacher un autre". Geschichte, Gedächtnis und Medienöffentlichkeit. In: montage/ av, Zeitschrift für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation: Erinnern, Vergessen. 11/1/2002. S. 11- 25.

Epstein, Jean: Photogénie des Unwägbaren. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002. S. 263- 270.

Feichter, Benjamin: Aufbruch in die Moderne. Die Überwindung des Neorealismus bei Antonioni und Fellini, Wien: Universität Wien, 2008.

Friedrichs, Jürgen und Ulrich Schwinges: Das journalistische Interview. 2. Überarbeitete Auflage, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, 2005.

Gläser, Helga / Bernhard Groß und Hermann Kappelhoff: Blick-Macht-Gesicht. Berlin: Vorwerk 8, 2001.

Groth, Otto: Die unerkannte Kulturmacht. Grundlegung der Zeitungswissenschaft. Bd.4. das Werden des Werkes 2. Berlin: Verlag Walter de Gruyter & Co, 1962.

Groth, Otto: Die Zeitung. Ein System der Zeitungskunde. Band 1. Mannheim: Bensheimer, 1928.

Gunning, Tom: In deinem Antlitz: Dir zum Bilde. In: In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002. S. 22-66.

Haller, Michael: Das Interview. Ein Handbuch für Journalisten. Praktischer Journalismus. Bd. 6. München: Ölschlager, 1991.

Hattendorf, Manfred: Dokumentation und Authentizität. Ästhetik und Pragmatik einer Gattung. Konstanz: Ölschlager, 1994.

Hegel, Georg Wilhelm Friedrich: Phänomenologie des Geistes. Frankfurt/M. 1970.

Hegel, Georg Wilhelm Friedrich: System der Philosophie. Dritter Teil. Die Philosophie des Geistes (1845). Stuttgart: Frommann- Holzboog, 1965.

Heller, Heinz Bernd [Hg.]: Der Körper im Bild. Schauspielen- Darstellen- Erscheinen. Hg. V. Heinz B. Heller. Marburg: Schüren, 1999.

Hickethier, Knut: Film- und Fernsehanalyse. 4. Auflage. Stuttgart: Verlag J.B. Metzler, 2007.

Hohenberger, Eva: Die Wirklichkeit des Films. Dokumentarfilm, Ethnographischer Film, Jean Rouch. Hildesheim: Olms Verlag, 1988.

Joost, Gesche: Bild- Sprache. Die audio-visuelle Rhetorik des Films. Bielefeld: transcript Verlag, 2008.

Kaes, Anton: Kino- Debatte. München: Taschenbuch Verlag, 1978.

Kamp, Werner: AV- Mediengestaltung. Grundwissen. Haan- Gruiten: Verlag Europa- Lehrmittel, 2008.

Kamper, Dietmar: Das Schwinden der Sinne. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 1984.

Karndorfer, Pierre: Lehrbuch der Filmgestaltung. Theoretisch- technische Grundlagen der Filmkunde. Gau- Heppenheim: Mediaeabook Verlag, 2003.

- Kawin, Bruce: How movies work. 5. Auflage. Berkeley: University of California Press, 2000.
- Keller, Harald: Die Geschichte der Talkshow in Deutschland. Frankfurt/M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 2009. S. 129.
- Kessler, Frank: Das Attraktionsgesicht. In: In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002. S. 67-76.
- Koch, Gertrud: Nähe und Distanz. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002. S. 229- 250.
- Konigsberg, Ira: The complete film dictionary. 2. Ausgabe. New York: Penguin Reference, 1998.
- Kraus, Manfred: Pathos. In: Gert Ueding (Hg.): Historisches Wörterbuch der Rhetorik. Bd. 6. Tübingen: HWR, 2003. S. 689- 701.
- Lersch, Philipp: Gesicht und Seele. Grundlinien einer mimischen Diagnostik. München/Basel: Reinhardt, 1955.
- Lessing, Gotthold Ephraim: Laokoon oder über die Grenzen der Malerei und Poesie(1766). Stuttgart: Reclam,1998.
- Lévinas, Emmanuel: Ethik und Unendliches. Gespräche mit Philippe Nemo. Wien: Passagen Verlag,1986.
- Lichtenberg, Georg: Über die Physiognomie wider die Physiognomen. Zu Beförderung der Menschenliebe und Menschenkenntnis(1778), Waldshut-Tiengen: Carl-Huter-Verlag, 1996.
- Löffler, Petra und Leander Scholz (Hg.): Das Gesicht ist eine starke Organisation. Köln: DuMont Literatur und Kunst Verlag, 2004.
- Löffler, Petra und Leander Scholz: Das Gesicht ist eine starke Organisation. Vorbemerkung der Herausgeber. Köln: DuMont Literatur und Kunst Verlag, 2004. S. 7– 11.
- Löffler, Petra: Krisen der facialen Semantik. In: Das Gesicht ist eine starke Organisation. S. 243- 247.
- Lüdemann, Susanne: Défaire le visage. In: Medium Gesicht. Die faciale Gesellschaft. In: Ästhetik & Kommunikation 94/95. Berlin: Elefanten Press, 1996.
- McLuhan, Herbert Marshall: Die magischen Kanäle. Understanding Media. Düsseldorf/ Wien: ECON – Verlag GmbH, 1968.
- Michelangelo, Antonio: Scrutti sul cinema. Venedig: Marsilio: 1994.
- Mikunda, Christian: Kino spüren. Strategien der emotionalen Filmgestaltung. Wien: WUV Univeristätsverlag, 2002.

Monaco, James: Film verstehen. Kunst. Technik. Sprache. Geschichte und Theorie des Films und der neuen Medien. Hg. v. Ludwig Moos. 6. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 2005.

Morsch, Thomas: We all want something beautiful. Das schöne Gesicht als "Sensation" und Erfahrung im Film. In: Petra Löffler und Leander Scholz: Das Gesicht ist eine starke Organisation. S. 225- 242.

Mulvey, Laura: Fetishism and Curiosity, London: Indiana University Press, 1996.

Nichols, Bill: Representing Reality. Issues and Concepts in Documentary. Indiana University Press, 1991.

Pross, Harry: Medienforschung. Film, Funk, Presse, Fernsehen. Darmstadt: Carl Hobel Verlagsbuchhandlung, 1972.

Sartre, Jean-Paul: Das Sein und das Nichts. Versuch einer phänomenologischen Ontologie. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt, 1993.

Sartre, Jean-Paul: Gesichter. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002. S. 257- 262.

Schmidt, Gunnar: Das Gesicht. Eine Mediengeschichte. München: Wilhelm Fink Verlag, 2003.

Gunnar Schmidt: Patho- Logiken. In: Das Gesicht ist eine starke Organisation. Köln: DuMont Literatur und Kunst Verlag, 2004. S. 140- 159.

Simmel, Georg: Die ästhetische Bedeutung des Gesichts. In: In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002. S. 251- 256.

Simmel, Georg: Gesamtausgabe. Aufsätze und Abhandlungen 1901- 1908, Band 1. Berlin: Suhrkamp Verlag, 1997.

Sierek, Karl und Christa Blümlinger: Gesichtsverlust, ein Vorwort. In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002. S. 7-16.

Tarkowski, Andrej: Die versiegelte Zeit. Gedanken zur Kunst, zur Ästhetik und Kunsttheorie. Von der Antike bis zum 19. Jahrhundert. Köln: DuMont, 1988.

Waldenfels, Bernhard: Sinnesschwellen. Studien zur Phänomenologie des Fremden. Frankfurt/ M.: Suhrkamp, 1999.

Watzlawick, Paul: Wie gefährlich ist die Wirklichkeit? Wahn, Täuschung, Verstehen. München: Piper: 1987.

Wollen, Peter: Signs and Meaning in the Cinema. Indiana: Indiana University Press, 1980.

Zeitschriften:

Aumont, Jacques: Der portraitierte Mensch. In: montage/ av: Das Gesicht im Film. Filmologie und Psychoanalyse. Hg. v. Joanna Barck und Wolfgang Beilenhoff. 13/1/04. Marburg: Schüren Verlag GmbH, 2004. S.12- 49.

Aumont, Jacques: Schönheit, verhängnisvolle Sorge. In: Astrid Ofner: Jean-Luc Godard. Retrospektive der Viennale 1998 in Zusammenarbeit mit dem Österreichischen Filmmuseum, 1.. bis 31. Oktober 1998, Wien: Viennale, Vienna International Film Festival, S.:38- 43. S. 40.

Barck, Joanna und Wolfgang Beilenhoff [Hg.]: Das Gesicht und seine sekundären Inszenierungen. Eine Einleitung der Gastherausgeber zum Themenschwerpunkt Das Gesicht im Film. In: montage/ av. Zeitschrift für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation 13/1/04. Marburg: Schüren, 2004.

Batkin, Leonid: Andrej Tarkowskijs Film DER SPIEGEL. In: Literatur und Kritik 37. S. 649- 664.

Di Carlo, Carlo : “Il cinema di Michelangelo Antonioni“. Biennale di Venezia. Venedig: Editrice Il Castoro, 2002.

Edelstein, David: Unholy Alliance Frost/Nixon’s iconic moment seems quaint after Couric/Palin, New York Magazine, November 30, 2008.

Elsaesser, Thomas: “Un train peut en cacher un autre“. Geschichte, Gedächtnis und Medienöffentlichkeit. In: montage/ av, Zeitschrift für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation 13/1/04. Marburg: Schüren, 2004.

Gansera, Rainer: Rossellini, Outsider in V’ 97 Roberto Rossellini. Eine Retrospektive der Viennale in Zusammenarbeit mit dem österreichischen Filmmuseum, Wien: 1997, S. 5.

Gunning, Tom: Vor dem Dokumentarfilm. Frühe non- fiction Filme und die Ästhetik der “Ansicht“. In: KINtop. Jahrbuch zur Erforschung des frühen Films. Nr. 5. S. 117.

Iványi, Nathalie: Alltagsmenschen als inszenatorische Ressource von Fernsehshows. Eine Skizze produktionstheoretischer Erklärungsansätze. montage/ av: Fernsehproduktion 10/1/2001. Marburg: Schüren, 2001. S. 55- 70.

Langen, Albert: Zur Geschichte des Spiegelsymbols in der deutschen Dichtung. In: Germanisch- romanische Monatshefte 28, 1940. S. 269- 280.

Kappelhoff, Hermann : Unerreichbar, unberührbar, zu spät. Das Gesicht als kinematografische Form der Erfahrung. In: montage /av: Juri Lotman. Das Gesicht im Film. Hg. v. Joanna Barck und Wolfgang Beilenhoff. 13/2/04. Marburg: Schüren Verlag GmbH, 2004. S. 28- 53.

Macho, Thomas: Gesichtsverluste. Faciale Bilderfluten und postindustrieller Animismus. In: Medium Gesicht. Die faciale Gesellschaft. In: Ästhetik & Kommunikation 25, 94/95, S. 25- 31.

Macho, Thomas: Medium Gesicht. Die faciale Gesellschaft. In: Ästhetik & Kommunikation. 94/ 95, S. 25.

Macho, Thomas: Medium Gesicht. Die faciale Gesellschaft. In: Ästhetik & Kommunikation 25/94+95. Berlin: Elefanten Press, 1996. S.25-28.

McCarty, Anna: Regieren per Fernsehen? TV- Filme im Dienste der Öffentlichkeit und die Archive der Frühzeit des US-amerikanischen Fernsehens. montage/ av: Fernsehhistoriographie. 14/1/2005. Marburg: Schüren, 2005. S. 115- 135.

Müller, Eggo: Globalisierung und Medien. Bericht eines ortsgebundenen Lesers. In: montage/ av: Fernsehproduktion. Hg. v. Udo Göttlich. 10/1/2001. Marburg: Schüren, 2004. S. 9- 21.

Müller, Eggo: Television goes reality. Familienserien, Individualisierung und "Fernsehen des Verhaltens". In: montage/ av: Neorealismus/ Fernsehen (1). 4/1/1995, S. 86.

Pauser, Wolfgang: Soll ich mich operieren lassen? Ä&K stellte 25 Fragen an Schönheitsberater Dr. Pauser. In: Ästhetik & Kommunikation, 1996. S.117-123.

Schmitz, Norbert: Der Spiegel als Symbol. Überlegungen zur modernen Formensprache in Andrej Tarkowkij's SERKALO. In: montage/ av: Fernsehen (2). 4/2/1995. S. 123- 146.

Wulff, Hans: Reality-TV. Von Geschichten über Risiken und Tugenden. In: montage /av: Neorealismus/ Fernsehen (1). 4/1/1995, S. 107-123.

Zischler, Hanns: Der Wimpernschlag: In: In: Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes. Wien: Sonderzahl, 2002. S. 19- 21.

Online- Quellen: Ausdrücke der zitierten Internetseiten sind bei der Autorin einsehbar.

www.paulwatzlawick.de/axiome.html Zugriff: 05.08.2012

video.nytimes.com/video/playlist/t-magazine-screen-tests/1231547258502/index.html Zugriff: 02.08.2012.

www.wikipedia.org/Dokumentarfilm Zugriff: 17.8.2012.

www.lern-psychologie.de/kognitiv/konstruktivismus.html Zugriff: 19.8.2012.

www.wikipedia.org/Inszenierung Zugriff: 01.09.2012

www.duden.de/Rhetorik Zugriff: 05.09.2012

[http://www.youtube.com/watch?v=Eczz4PXfyfs:](http://www.youtube.com/watch?v=Eczz4PXfyfs) Zugriff: 15.09.2012.

www.planet-interview.de/gero-von-boehm-07092005.html Zugriff: 15.09.2012

ec.europa.eu/research/news-centre/de/soc/02-09-special-soc03.html
Zugriff: 15.09.2012

ec.europa.eu/research/news-centre/de/soc/02-09-special-soc03.html
Zugriff: 15.09.2012

www.fiftypeopleonequestion.com/about Zugriff: 29.09.2012

http://en.wikipedia.org/wiki/The_Nixon_Interviews Zugriff: 15.10.2012

[en.wikipedia.org/wiki/Frost/Nixon_\(play\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Frost/Nixon_(play)) Zugriff: 28.10.2012

www.faz.net/aktuell/feuilleton/ein-marchen-ist-s-erzaehlt-von-einem-irren-11079591.html
Zugriff: 20.09.2012

en.wikipedia.org/wiki/The_Nixon_Interviews Zugriff: 15.10.2012

de.wikipedia.org/wiki/Watergate-Affäre Zugriff: 15.10.2012

DVDs:

Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures, 2008.

Bonus Disc: Das Original- Interview zur Watergate-Affäre. Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures, 2008.

Foto- und Bildernachweis - Bücher:

Joost, Gesche: Bild- Sprache. Die audio-visuelle Rhetorik des Films. Bielefeld: transcript Verlag, 2008.

Angell, Callie: Andy Warhol Screen Tests. The films of Andy Warhol Catalogue Raisonné. Vol. 1. New York: Harry N. Abrams, 2006.

Foto- und Bildernachweis - Standbilder Filme:

Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008.

Bonus Disc: Das Original- Interview zur Watergate-Affäre. Frost/Nixon, Regie: Ron Howard, DVD, Universal Pictures 2008.

Standbilder - Internet:

<http://www.youtube.com/watch?v=Aary2Ec3xmc> Zugriff: 17.09.2012.

<http://www.youtube.com/watch?v=TdknqVPx-bA> Zugriff: 17.09.2012

http://www.youtube.com/watch?v=Eczz4PXfyfs	Zugriff: 18.09.2012.
http://www.fiftypeopleonequestion.com/films/5-post-secret	Zugriff: 29.09.2012
http://www.youtube.com/watch?v=rQEiOoMyvos	Zugriff: 01.10.2012
http://www.youtube.com/watch?v=hLW_sXv44Uc	Zugriff: 01.10.2012
http://www.youtube.com/watch?v=n8X-MhY8LmI	Zugriff: 01.10.2012
http://www.youtube.com/watch?v=WHq9OEj4SvQ	Zugriff: 01.10.2012
http://www.youtube.com/watch?v=_riYAlUp4V4	Zugriff: 01.10.2012
http://www.youtube.com/watch?v=ecDKIB55vOI	Zugriff: 04.10.2012
http://www.youtube.com/watch?v=_riYAlUp4V4	Zugriff: 01.10.2012
http://www.youtube.com/watch?v=ecDKIB55vOI	Zugriff 05.10.2012

Abstract

Die vorliegende Arbeit, untersucht das audiovisuelle Interview nach seinen rhetorischen Metaebenen, die angefangen beim (Film-)Gesicht des Interviewten, in der Interaktion mit seinem Gegenüber, bis zu den unterschiedlichen Gestaltungsweisen, anhand audiovisueller Zeichenregister, aufgezeigt werden sollen. Aufgebaut in die drei Ebenen *Intraview*, *Interview* und *Inszenierung*, wird dem gesellschaftlichen Bedarf nach dem Interview nachgegangen und nachgezeichnet, wieso das audiovisuelle Interview, nicht nur als ein journalistisches Hilfsmittel, sondern auch als ein eigenständiges filmisches Produkt betrachtet werden kann, das mitunter ebenso viele rhetorische Ebenen und gestalterische Variationen aufweist, wie ein Spielfilm. Dafür werden das TV- Format *Gero von Boehm begegnet...*, die Internet- Podcasts *Fifty People One Question* und Lynn Hirschberg's *New York Times Screentests*, sowie Andy Warhols Kunstfilm- Serie *Screen Tests*, vorgestellt. Im letzten Teil der Arbeit, werden die fiktionalen Interviews im Spielfilm *FROST/NIXON* mit den Original Nixon Interviews aus 1977 gegenübergestellt, um die Wirkungskraft rhetorischer Metaebenen und audiovisueller Zeichenregister, innerhalb eines audiovisuellen Interviews, noch einmal zu verdeutlichen.

Lebenslauf

KATALIN HANAPPI

Geboren am 24. Juli 1985 in Wien

Ausbildung:

1991 – 1995	Evangelische Volksschule am Karlsplatz
1995 – 1996	Junior Middle School, Billingshurst, Großbritannien
1996 – 1997	Haydn- Realgymnasium, Wien
1997 – 1998	New Roads Middle School, Santa Monica, U.S.A.
1998 – 2002	Haydn- Realgymnasium, Wien
2002 – 2003	Varndean College, Brighton, Großbritannien
2003 – 2004	Haydn- Realgymnasium, Wien
2004	Matura
2004 – 2013	Studium der Theater- Film und Medienwissenschaften Wien
2005- 2006	Schauspielhaus Academy unter der Leitung von David Maayan
2010- 2011	Fernseh- Journalismus an der Donau Universität Krems
2011- 2013	Sprechausbildung bei der ORF – Sprecherin Susanne Rossouw-McGuiness

Sprachen: deutsch (Muttersprache), englisch (perfekt: bilingual erzogen),
Französisch (fließend), grundlegende Kenntnisse in Schwedisch und Italienisch

Berufliche Tätigkeiten:

1999 – 2002	Wöchentliche Moderation der <i>ORF</i> Kinder- Nachrichtensendung <i>Confetti News</i> , sowie Tätigkeiten als Auslandsreporterin u.a. aus Bukarest, Sofia und Brighton. Sprecherstimme für Werbung und Film.
2005- 2007	Regieshospitantz, Regie- und Produktionsassistentz in den Theatern <i>Gruppe80</i> , <i>teatro caprile</i> , am <i>Österreichischen Theater</i> und <i>Schauspielhaus Wien</i> .
2010	Redaktion und Moderation für den Websender <i>schrammel.tv</i>
2012	Berufspraktikum Redaktion bei <i>Radio NÖ</i>
seit 2011	Redaktion bei <i>knuthwien</i> im Auftrag der Wirtschaftsuniversität Wien
seit 2013	Redaktionelle Mitarbeit in der Wissenschaftsredaktion <i>Servus TV</i>