

Christian Hißnauer

Jens Ruchatz: Die Individualität der Celebrity: Eine Mediengeschichte des Interviews

2015

<https://doi.org/10.17192/ep2015.4.4044>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hißnauer, Christian: Jens Ruchatz: Die Individualität der Celebrity: Eine Mediengeschichte des Interviews. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 32 (2015), Nr. 4. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2015.4.4044>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Jens Ruchatz: Die Individualität der Celebrity: Eine Mediengeschichte des Interviews

Konstanz: UVK 2014, 589 S., ISBN 9783867645102, EUR 79,-

(Zugl. Habilitationsschrift an der Universität Erlangen-Nürnberg, 2012)

In Jens Ruchatz' nun in Buchform erschienener Habilitationsschrift verbergen sich drei Bücher: eines zur Gattungs- und Mediengeschichte des Interviews (Kap. I & II; S.31-362), eines zur (Medien-)Geschichte der Celebritykultur (Kap. III; S.363-476) und eines zur (Rolle des Stars in der) systemtheoretischen Individualisierungsforschung (Kap. IV; S.477-532). Das letzte Kapitel – „Vom Interview zur Individualisierung“ (S.533-546) – dient der Synthese, denn Ruchatz will mit seiner Arbeit das Verhältnis von Interview, Celebrities und individueller Lebensführung bestimmen. Dabei geht er von der These aus, dass Celebrities „[a]ls diejenigen, in deren Kopf es einzudringen gilt, [...] das Bindeglied zwischen der journalistischen Form und der Lebensführung der Individuen“ (S.12) bilden. Hier wird bereits deutlich, dass *Die Individualität der Celebrity* weit

mehr ist als *Eine Mediengeschichte des Interviews*: „Die Geschichte von Stars und Interview sollen [...] am Ende als medienwissenschaftlicher Beitrag zur Geschichte der Individualität lesbar werden“ (S.480f).

Gleichwohl bildet die gattungs- und mediengeschichtliche Rekonstruktion des Interviews den – alleine schon verdienstvollen – Kern der Arbeit (wobei die Rekonstruktion vor allem diskurshistorisch ausgelegt ist). Auffällig ist, dass Ruchatz in erster Linie das Prominenteninterview fokussiert, welches er als idealtypisch für das Interview im Allgemeinen aufzufassen scheint. Andere Interviewformen (Interview zur Sache, Rechercheinterview) werden entsprechend nur am Rande erwähnt.

Während die Ursprünge des Interviews in den Printmedien anhand viel aussagekräftigen Quellenmaterials nachgezeichnet werden, gilt dies bei der

Aufarbeitung der Entwicklungslinien in anderen Medien nur in Ansätzen. Dies betrifft insbesondere die Bereiche Film und Fernsehen. So steht bei Ruchatz der *cinéma vérité*-Film *Chronique d'un été* (1960) nahezu prototypisch für das Interview im Dokumentarfilm. Dagegen seien Ruchatz zufolge die Filme des zeitgleich entstandenen *direct cinema* dadurch ausgezeichnet, dass sie auf Interviews verzichteten. Das (Nicht-)Vorhandensein von Interviews stellt für Ruchatz ein „trennscharfes Kriterium“ (S.285) dar. Dem widersprechen aber beispielsweise die Filme von Klaus Wildenhahn, in denen es oftmals situative Interviews gibt (wobei die Interviewform dabei in der Regel nicht gewahrt bleibt). Auch wird der sich vom *cinéma vérité* stark unterscheidende Interviewdokumentarismus nicht einmal erwähnt; Namen wie Eberhard Fechner, Hans-Dieter Grabe oder Claude Lanzmann fehlen, ebenso Georg Stefan Troller, dessen Reihe *Personenbeschreibung* (1971-1993) als fernsehgerechte Version des erzählenden Interviews begriffen werden könnte.

Ruchatz arbeitet sich kritisch an den relevanten Forschungspositionen ab. Die Arbeit liefert daher einen sehr guten Überblick über den derzeitigen Stand in den entsprechenden Forschungsfeldern und geht oftmals darüber hinaus. So spricht sich Ruchatz dafür aus, Stars beziehungsweise Celebrities nicht – wie bisher – über bestimmte Kriterien zu definieren, sondern anhand ihrer Funktion, die Ruchatz homolog zur binären Codierung des Interviews als zwischen authentisch und nicht-authentisch chargierend auffasst:

„Die Starfunktion zeichnet demnach bestimmte Personen als ‚Stars‘ aus, wenn sie durch massenmediale Thematisierung entlang der Differenz privat/öffentlich bekannt geworden ist“ (S.390). Dies führe zu einer Entdifferenzierung des Phänomens, da die Starfunktion in einer Vielzahl gesellschaftlicher Teilbereiche/-systeme beobachtbar werde. Zudem kann durch die Annahme einer solchen Starfunktion (kulturpessimistischen) Debatten über die Wertigkeit von Celebrities entgangen werden.

Celebrities haben im Rahmen von Ruchatz' systemtheoretischen Überlegungen zur Individualisierung eine wichtige Funktion: „In Stars stellen die gesellschaftlichen Funktionssysteme mithin diversifizierte und für jeden zugängliche semantische Muster bereit, anhand derer man sich als Individuum fassen und zugleich in Relation zur Gesellschaft setzen kann“ (S.509). So wie der Star sein öffentliches und sein privates Bild als ‚ganze Person‘ in Einklang bringen müsse, so müsse auch das Individuum verschiedene Rollenerwartungen in der eigenen Person integrieren. Stars dienen dabei insbesondere über das Interview als Vorbild: „Interviews unterrichten, wie man sich zu einem gegebenen Zeitpunkt in einem bestimmten gesellschaftlichen Umfeld als Individuum darzustellen hat, um als glaubwürdig angenommen zu werden“ (S.543).

Das Buch bietet vielfältige Einsichten in das Verhältnis von Interview, Celebrities und Individualisierung. Allerdings wäre vor allem die Fokussierung auf eine Form/Funktion des

journalistischen Interviews zu hinterfragen, auch wenn Ruchatz betont: „Die drei Felder determinieren einander nicht: Die Individualität hat nicht die Celebrity hervorgebracht, die Celebrity nicht das Interview, doch wäre die Celebrity ohne Individualität, das Interview ohne die Celebrity schwerlich denkbar“ (S.536). Er verweist zudem darauf, dass die Celebritykultur sich nicht nur im Interview ausdrückt, und dass das Interview auch in anderen Zusammenhängen (z.B. *oral history*, *daily talk*) zu finden ist. Derlei Beobachtungen verstärkter zu nutzen, um die eigenen Befunde kritisch zu hinterfragen oder zu relativieren, wäre wünschenswert gewesen. Trotz der konzisen Analysen

und theoretischen Fundierung des Verhältnisses von Interview, Celebrity und Individualisierung kommt der Verdacht einer zu starken Verallgemeinerung wiederholt auf. Möglicherweise ließen sich die benannten Zusammenhänge nicht nur über das Interview, sondern auch über das Porträt oder die Mediengeschichte anderer Darstellungsformen herstellen. So fordert *Die Individualität der Celebrity* aber nicht nur zum Widerspruch, sondern vielfach hervorragend zum Nach-, Mit- und Weiterdenken auf und eröffnet eine Vielzahl von neu anschließenden Forschungsfragen.

Christian Hißnauer (Göttingen)