

**Diplomarbeit im Studiengang Journalistik
an der Universität Dortmund**

Das Interview in Psychologie und Journalismus

Ein interdisziplinärer Vergleich

vorgelegt von Isabell Aillaud
am 17.09 2008

Isabell Aillaud
Harnackstr. 25a
44139 Dortmund
Matrikel-Nr. 91866

Zweifach:
Psychologie

Erstgutachter:
Prof. Holger Wormer
Zweitgutachter:
Prof. Bernd Gasch

Kurzzusammenfassung

In der vorliegenden Arbeit wird untersucht, ob eine nicht-direktive Interviewtechnik aus der Psychologie für den Journalismus sinnvoll einsetzbar ist. Anhand eines Interviewexperimentes mit Gesprächspartnern unterschiedlicher Provenienzen, die jeweils von einem journalistischen und einem psychologischen Interviewer befragt werden, wird vergleichend analysiert, welche Techniken zu welchen Ergebnissen führen. Hierfür werden die in den Interviews gewonnenen Statements auf Themen- und Faktenvielfalt und Emotionalität bewertet. Zusätzlich wird der Interviewrapport in die Betrachtungen miteinbezogen. In der Nachrichtenwertforschung wird Personalisierung übereinstimmend als einer der wesentlichen Nachrichtenfaktoren deklariert. Der Rezipient hat die Möglichkeit zur Identifikation und fühlt sich somit stärker in die Ereignisse involviert. Doch wie erhält man persönliche, intime und emotionale Aussagen? Der Journalist André Müller, der durch seine enthüllenden und intimen Interviews mit bekannten Persönlichkeiten berühmt wurde, vergleicht seine Gespräche mit einer psychoanalytischen Sitzung. Was Interviewer wie Herlinde Koebel und Müller offensichtlich intuitiv praktizieren, wurde von der Forschung bisher kaum beachtet. Das Ziel dieser Arbeit ist es deshalb, die Wirkung journalistischer Interviewtechniken und der nicht-direktiven Technik nach Toman/Gasch explorativ und vergleichend zu erforschen. Im Fokus stehen Interviews mit Wissenschaftlern und Politikern. Während Wissenschaftler unter Journalisten als schwierige Interviewpartner gelten, die ihr allgemeines Misstrauen im Umgang mit den Massenmedien durch ihre komplexe Wissenschaftssprache kompensieren, nutzen Politiker die Medien und insbesondere Interviewsituationen dazu, sich selbst und ihre Themen darzustellen und Politik zu personalisieren. Die transkribierten Interviews wurden auf Themenvielfalt überprüft und anhand von Ratingverfahren, Manifestationsregeln und Emotionswörter-Tabellen auf Emotionalität untersucht. Mit standardisierten Fragebögen wurden außerdem Aussagen über Interviewrapport und Resonanz der Interviewpartner auf die Techniken geprüft. Die Untersuchung zeigt, dass die nicht-direktive Technik nicht unbedingt zu mehr Themen führt, aber zu emotionaleren und persönlicheren. Dabei erschließt sich aber auch, dass die Reputation des Interviewers bei der Verwendung der für Medienprofis unkonventionellen Technik leidet, insbesondere was die Einschätzung seiner Kompetenz anbelangt. Zuletzt zeigt sich, dass vor allem die Medienerfahrung des Gesprächspartners und weniger dessen Profession Einfluss auf seine Selbstkontrolle und den Erfolg der psychologischen Technik hat.