

Flanieren auf dem Boulevard

Themen und Präsentationsformen in Boulevard-Magazinen

Lothar Mikos

Neben den täglichen Talkshows, die inzwischen teilweise zu Unrecht als „Schmuddel-Talk“ ins Gerede gekommen sind, bedienen vor allem die Boulevard-Magazine am frühen Abend die Interessen und Bedürfnisse eines hauptsächlich weiblichen Publikums. Seit Mitte Mai hat SAT.1 mit *Blitzlicht* dem Reigen der Boulevard-Magazine eine weitere Promisendung hinzugefügt. Sobald sich Pfarrer Fliege und Hans Meiser mit ihren Talkshows vom Publikum verabschiedet haben, beginnt die große Boulevard-Zeit, in der die Zuschauer auf der Straße televisionärer Ereignisse flanieren und ihrer Schaulust freien Lauf lassen. Nachdem die ARD den Reigen mit dem 30minütigen *Brisant* eröffnet, folgt *Leute heute* im ZDF, anschließend karten die Privatsender nach: *Blitz* auf SAT.1 macht den Anfang, gefolgt von *Exklusiv* und *Explosiv* auf RTLplus, zwischen denen die geneigte Zuschauerin mittlerweile auf das *Blitzlicht* umschalten kann, bevor dann *taff* bei ProSieben die Boulevard-Schiene beendet und den Abend einläutet.

Mit den Boulevard-Magazinen hat die Regenbogenpresse Eingang in das Fernsehen gefunden. Im Gegensatz zu der klassischen Magazinform, in der Berichte von investigativen Journalisten über echte und vermeintliche politische oder ökologische Skandale im Mittelpunkt stehen, im Gegensatz auch zu den Kulturmagazinen, die an einem Begriff von Hochkultur orientiert über Stars der Kulturszene und kulturelle Großereignisse berichten, setzen sich die Boulevard-Magazine mit eher alltäglichen Begebenheiten wie Unfällen und Krankheiten, Naturkatastrophen und Kriminalfällen auseinander, kurz: mit allem, was das Herz der (nichtintellektuellen) Zuschauer bewegt. Dominierten bis Ende der 80er Jahre die klassischen Magazin-Formate, so sind sie in den 90er Jahren weitgehend von den Boulevard-Magazinen abgelöst worden – zumindest in der Gunst der Zuschauer.

Boulevard-Magazine sind dem sogenannten Tabloid-Journalismus zuzurechnen. Zu den beliebten Themen dieser journalistischen Form zählen „Kriminalität, Skandale, menschliche Tragödien und Leiden, Sex, Gewalt und Geld“

dem Boulevard zwischen Stars und Mordbuben

zwischen Stars Stars und Mordbuben

(Schilcher 1996, S. 20). Außerdem unterscheiden sie sich in der Art der Themenbehandlung von klassischen journalistischen Formen und Idealen. Nicht die möglichst objektive Berichterstattung über ein Thema ist das Ziel, sondern über Personalisierung und Emotionalisierung soll Betroffenheit und möglicherweise Identifikation bei den Zuschauern erzeugt werden. „Konventionelle Nachrichten trennen den Berichterstatteer oder Reporter in der Darstellung von den Inhalten, er wird in seiner distanziereten, berichtenden Funktion kenntlich gemacht. Tabloid-TV löst diese Rolle auf, der Reporter nimmt an der Story in einer Weise teil, die es dem Zuschauer leicht macht, sich mit dem Gezeigten zu identifizieren. Der Reporter spricht gewissermaßen als Wähler, Steuerzahler, Eltern, Konsument etc.“ (Winterhoff-Spurk u. a. 1994, S. 19). Außerdem gibt der Boulevard-Journalismus vor, für die Menschen und zu den Menschen zu sprechen. Der Mann und die Frau von der Straße, Otto Normalverbraucher und Karin Mustermann, sind die Zielgruppe der Boulevard-Sendungen. Deren Neugier und Voyeurismus sollen ebenso befriedigt werden, wie ihnen Hilfe bei alltäglichen Sorgen und Nöten via Information geboten werden soll, wenn sie beispielsweise von Behördenwillkür betroffen sind. Die Magazin-Berichte müssen das Geschehen, über das berichtet wird, dramatisieren. Und diese Dramatik muß sich den Zuschauern vermitteln. Eines der Mittel dazu ist die Personalisierung, die mit Emotionalisierung einhergeht. „Eine Geschichte muß durch die Erzählungen der Originalbeteiligten die Dramatik des Geschehens nachvollziehbar machen“ (Wegener 1994, S. 56). Aufgrund des Themenspektrums des Tabloid-Journalismus und der Art und Weise der Berichterstattung ist zu fragen, ob die Boulevard-Magazine nicht möglicherweise aus der Sicht des Jugend-

schutzes zur Desorientierung von Kindern und Jugendlichen beitragen können.

Dieser Frage wurde in einer Studie nachgegangen, in der die Themenstruktur und die Art der Berichterstattung in den Boulevard-Magazinen untersucht wurden. Dazu wurden in einer ersten Phase alle Sendungen der Boulevard-Magazine *Blitz*, *Brisant*, *Exklusiv*, *Explosiv*, *Leute heute* und *taff* im Zeitraum vom 1. bis 31. Juli 1997 auf Video dokumentiert (140 Sendungen). Da dieser Aufzeichnungszeitraum in die Urlaubszeit fiel, wurden die genannten Sendungen zur Kontrolle noch einmal im Zeitraum vom 1. bis 14. Dezember 1997 aufgenommen (65 Sendungen). Die Untersuchung umfaßt also 205 Sendungen mit insgesamt 1.593 Beiträgen.

Tabelle 1:

Anzahl der Sendungen und Beiträge

	Blitz	Brisant	Exklusiv	Explosiv	Leute heute	taff
Sendungen	39	37	31	37	28	33
Beiträge	360	566	179	227	155	106

Zur Untersuchung der Themenstruktur wurden die 205 Sendungen gesichtet und die Themen der einzelnen Beiträge aufgelistet. Dabei wurden sowohl Reporterbeiträge als auch auf Agenturmaterial beruhende kurze Nachrichtenfilme (NIFs) berücksichtigt. Die 1.593 Beiträge wurden dann einem Kategoriensystem zugeordnet. Es zeigte sich, daß die Kategorien aus Untersuchungen zu täglichen Talkshows (vgl. Bente/Fromm 1997, Mikos 1997), die ebenfalls dem Tabloid-Journalismus zugerechnet werden, nur bedingt verwendet werden konnten. Generell ist das Themenspektrum der Boulevard-Magazine breiter als das der Talkshows, und sie setzen andere thematische Schwerpunkte.

Insgesamt wurden folgende 30 Kategorien gebildet:

Kriminalität/Mord und Totschlag/Mißbrauch und Vergewaltigung/Geiselnahme und Flugzeugentführung/Raub und Überfall/Krankheiten, Therapien und medizinische Entdeckungen/Operationen/Esoterik und Außerirdische, UFOs/Unglücke (Flugzeug, Schiff, Zug)/Autounfälle/Brände und sonstige Unfälle/Hochwasser und andere Naturkatastrophen/Behördenstreit, Rechtsstreit/Vermißte/Tiere/Rekorde/Kurioses/Urlaub/Freizeit/Sport/Mode und Kosmetik/Erotik und Sex/Gewinnspiele/Zuschaueraktionen und Spendenaufrufe/Medien (Filmpremieren, Tourneen etc.)/Prominente/Adel/Wetter/Sonstiges.

Ein breites Themenspektrum

Die Boulevard-Magazine im Untersuchungszeitraum zeichneten sich allgemein durch eine

ren Magazinen spielten diese Themenbereiche zwar auch eine Rolle, nahmen aber nicht so einen breiten Raum ein (vgl. Tabelle 2). *taff* setzte mit insgesamt 27,4% der Beiträge aus den beiden Bereichen Kriminalität und Mord einen thematischen Schwerpunkt. Über Unglücke und Katastrophen wurde vor allem in *Brisant* (11,1%) und *Explosiv* (13,2%) berichtet. Abgesehen von den genannten thematischen Orientierungen ließen sich zwischen den einzelnen Magazinen keine sehr großen Unterschiede in der Themenstruktur feststellen.

Die – wenn auch nur geringen – Unterschiede in der Themenverteilung zwischen den beiden Aufzeichnungsphasen im Juli und Dezember zeigen, daß die Boulevard-Magazine mit ihrer Themenwahl stark von äußeren Umständen abhängig sind. So hing die große Anzahl von Katastrophenberichten im Juli mit dem Hochwasser im brandenburgischen Odergebiet zu-

Tabelle 2:

Themenzuordnung der einzelnen Magazine in Hauptbereichen (in %)

	Blitz	Brisant	Exklusiv	Explosiv	Leute heute	taff
Kriminalität	3,9	6,0	1,1	5,7	1,3	13,2
Mord	11,7	10,4	1,7	12,3	–	14,2
Mißbrauch	1,4	3,9	–	3,1	–	1,9
Sex/Erotik	6,1	0,9	1,7	–	0,6	–
Medien	9,4	4,6	25,1	1,3	23,2	4,7
Prominente	23,9	15,0	35,8	9,7	40,6	6,6
Adel	5,6	4,9	8,9	2,6	7,7	2,8
Unglücke/ Unfälle/ Brände/ Katastrophen	6,7	11,1	0,6	13,2	0,6	5,7
Tiere	3,6	6,4	–	5,3	–	2,8
Kurioses	3,1	5,5	3,9	10,6	1,3	8,5

große Themenvielfalt aus. Dabei bedienen die Beiträge bei *Blitz*, *Brisant* und *Explosiv* fast alle der 30 genannten Themenbereiche, bei *taff* immerhin 20, bei *Leute heute* 17 und bei *Exklusiv* 14 der 30 Bereiche. Bei *Exklusiv* und *Leute heute* kamen mehr als zwei Drittel der Beiträge aus den Bereichen Prominenz, Adel und Medien. Die beiden Sendungen sind somit gewissermaßen monothematische Magazine, denn in den ande-

samen. Ebenso war jahreszeitlich bedingt Urlaub im Juli ein Thema, im Dezember dagegen nicht. So gab es z.B. im Juli bei *Explosiv* eine Zuschauer-Aktion „Urlaubsärger“, bei der Zuschauer Videos mit ärgerlichen Urlaubsvorkommnissen einschicken konnten. Die beiden Magazine *Blitz* und *Leute heute* waren im gleichen Monat eine Woche auf Mallorca zu Gast.

Agenturen liefern das Bildmaterial

Der Themenvergleich der einzelnen Magazine zeigte sehr deutlich, daß die Mehrheit der Beiträge nicht selbst recherchierte Berichte waren, sondern auf dem Bildmaterial internationaler und nationaler Agenturen beruhten. Das führte dann dazu, daß in mehreren Boulevard-Magazinen an einem Tag die gleichen Bilder zu sehen waren. Vor allem bei Flugzeugunglücken, Katastrophen und Unfällen, Mordfällen, aber auch bei Filmpremieren, Konzerten oder Aktivitäten prominenter Zeitgenossen wiederholten sich die Bilder in den Sendungen eines Tages. Das traf im Untersuchungszeitraum Juli zum Beispiel auf die Berichterstattung über den Mord an dem Modedesigner Gianni Versace sowie die Suche nach dem Täter und dessen Selbstmord auf einem Hausboot zu. Für Dezember mögen hier als Beispiel die Berichte über die Premiere des neuen Bond-Filmes *Der Morgen stirbt nie* dienen. Eine Ausnahme bildete die Hochwasserkatastrophe im brandenburgischen Odergebiet, in das die Redaktionen eigene Reporter geschickt hatten. Möglich war das, weil sich die Katastrophe quasi „vor der eigenen Haustür“ ereignet hatte. Außerdem war dies bei Mord- und Mißbrauchsprozessen, die in Deutschland stattfanden, der Fall. Auch hier berichteten Reporter vom Ort des Geschehens. Die Redaktionen der Boulevard-Magazine scheinen dankbar zu sein für Ereignisse, über die fortlaufend berichtet werden kann. Die Berichterstattung über Gerichtsprozesse zog sich fast immer über mehrere Prozeßtage hin, danach ließ das Interesse etwas nach, erst die Urteilsverkündung war wieder ein Thema. Eine thematische Serienberichterstattung ist für alle Boulevard-Magazine typisch, die sich nicht nur auf die Berichte über Prominente, Adel und Medien beschränken. Dieser Themenbereich war in beiden Untersuchungszeiträumen derjenige, von dem es täglich Neues zu berichten gab.

Die bisherige Analyse des Themenspektrums zeigt, daß Sensationen aller Art im Mittelpunkt der Berichterstattung in Boulevard-Magazinen stehen. Sogenannte Human-Touch-Stories spielen eine große Rolle. Themen, die den Zuschauern mit Lebenshilfe, Rat und Tips zur Seite stehen, machten noch nicht einmal 3% der Berichte aus. Daraus läßt sich schließen, daß die Magazine eher eine Unterhaltungs-

denn eine Ratgeberfunktion haben. Trotz der Konzentration auf die klassischen Themen des Tabloid-Journalismus zeigt sich eine große Themenvielfalt. Für das Publikum ergibt sich so der Eindruck von „bunten“ Magazinen. Am deutlichsten spiegelt sich dies in den Beiträgen wieder, die dem Bereich „Kurioses“ zugeordnet wurden, wie die Berichte über einen Fußball spielenden Wellensittich, „Schlamm-Laufen“ in Holland oder einen Schönheitschirurgen, der mit einem halben Fuß operiert. Mit solchen Themen wird der Unterhaltungscharakter der Sendungen noch betont. Insgesamt zeigt sich, daß die Boulevard-Magazine im wesentlichen davon abhängig sind, daß draußen in der Welt nicht nur Kriminalfälle, Katastrophen und Kurioses passieren, sondern auch die prominenten Menschen dieser Welt weiterhin aktiv bleiben, sowohl beruflich als auch privat. Der investigative Journalismus der politischen Magazine ist den Boulevard-Magazinen fremd. Statt dessen dominieren Sensationsberichte, Klatsch und eine Kulturberichterstattung, die sich im Gegensatz zu den klassischen Kultur-Magazinen nicht an sogenannten hochkulturellen Ereignissen orientiert, sondern sich im weiten Feld der Populärkultur bewegt.

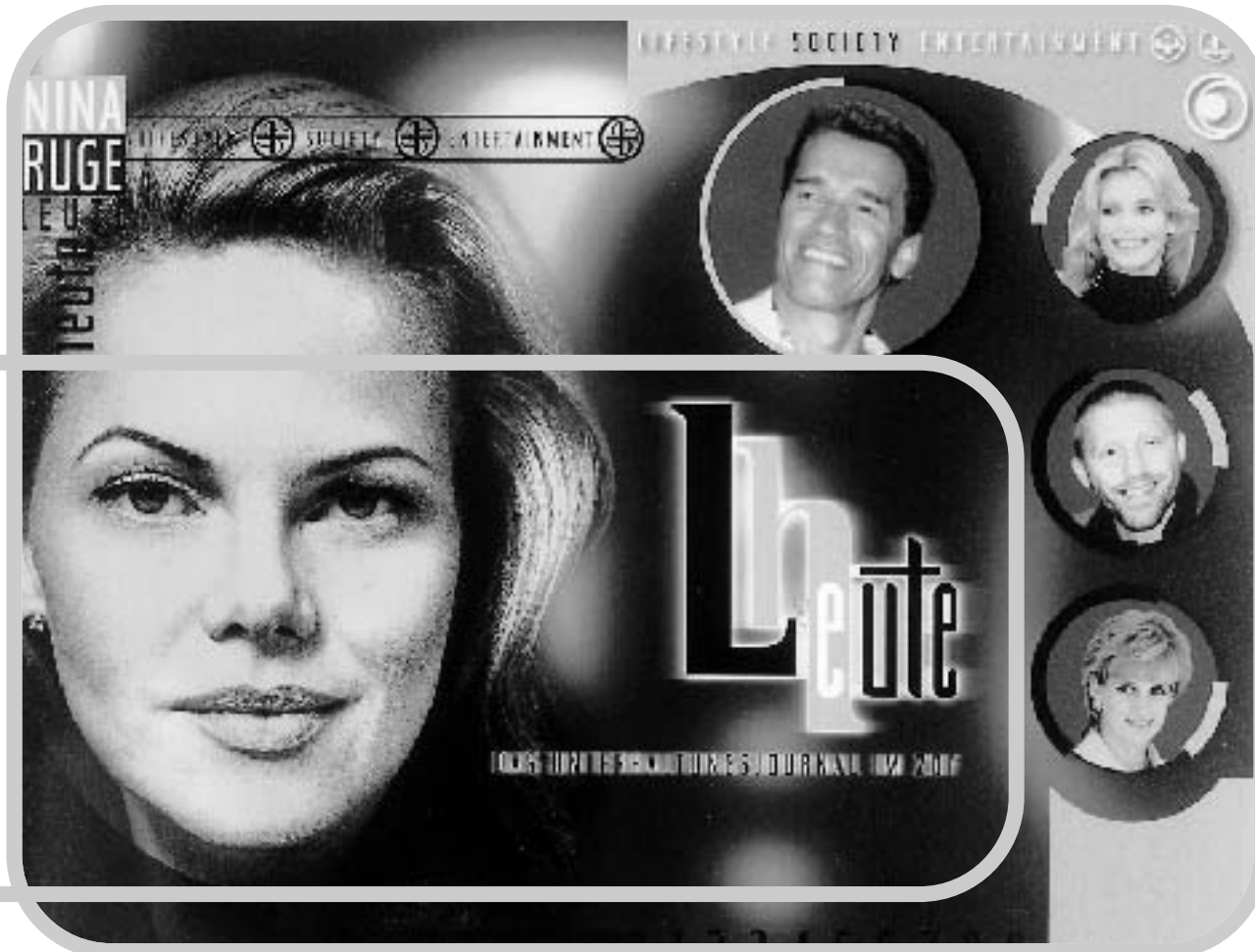
Sind Boulevard-Magazine jugendgefährdend?

Aus dem Themenspektrum der Boulevard-Magazine ergibt sich nicht, daß die Sendungen im Sinne des Jugendschutzes problematisch sein könnten. Allein aus der Tatsache, daß in einigen Magazinen die Berichte über Kriminalität, Morde, Mißbrauch und Sexualität/Erotik etwa ein Viertel der Beiträge ausmachen (*taff* 29,3 %, *Blitz* 22,6 %, *Brisant* 21,2 %, *Explosiv* 21,1 %), läßt sich noch nicht auf eine sittliche Gefährdung von Kindern und Jugendlichen schließen. Die Analyse der einzelnen Magazine und ihrer Beiträge mag hier eher Aufschluß geben.

Auf die beiden gewissermaßen monothematischen Magazine *Leute heute* und *Exklusiv*, die sich hauptsächlich dem Leben, Lieben und Leiden von prominenten Zeitgenossen aus den Bereichen Sport, Film, Fernsehen, Mode und Adel widmen, gehe ich hier nicht weiter ein. Es sei nur angemerkt, daß sich die Berichte mit Klatsch und Tratsch aus der Prominentenwelt beschäftigten oder neue Bücher, Platten, Filme, Sendungen, Kollektionen etc. „promoteten“.

Die Berichterstattung in den Boulevard-Magazinen kann in diesem Sinne als Teil der umfassenderen Marketing- und Media-Strategie der entsprechenden Künstler, Filmverleiher oder Modefirmen gesehen werden. Zu einem großen Teil feiert sich das Fernsehen in diesen Berich-

gedeckt. Die vier Sendungen unterscheiden sich weniger in der generellen Themenstruktur als vielmehr in der Anzahl der pro Sendung behandelten Themen. Während *Explosiv* und *taff* auf längere Berichte setzten (*taff* i. d. R. drei, *Explosiv* vier bis fünf), hatten *Brisant* und *Blitz*



Nina Ruge moderiert
Leute heute im ZDF.

Das Moderatoren-Team von
Brisant im MDR (von li. n. re.):
Ines Krüger, Axel Bulthaupt
und Griseldis Wenner.



ten selbst, ist also selbstreferentiell, und macht damit Eigenwerbung. Damit wird die gesellschaftliche Relevanz dieser Art von Berichten begründet, denn nicht nur die Prominenten werden so aufgewertet, sondern das Fernsehen wertet sich selbst mit auf, da es sich mit den Prominenten auf eine Ebene der scheinbaren gesellschaftlichen Relevanz stellt. Eine Desorientierung von Kindern und Jugendlichen ist durch Klatsch und Tratsch über sowie Promotion für prominente Zeitgenossen nicht anzunehmen.

In den vier anderen Magazinen *Blitz*, *Brisant*, *Explosiv* und *taff* wird mit den Berichten das gesamte Themenspektrum der Boulevard-Magazine ab-

eine größere Anzahl kürzerer Berichte (bei *Brisant* schwankte die Zahl der Beiträge zwischen elf und dreizehn, bei *Blitz* zwischen sieben und neun). Die Anzahl der Themen war noch höher, da die Blöcke mit Nachrichtenfildern hier als ein Bericht gewertet wurden. *Brisant* und *Blitz* boten im Untersuchungszeitraum das breiteste Themenspektrum pro Sendung an. Die 65minütigen Wochenendausgaben von *Explosiv* kamen auf sieben bis neun Berichte pro Sendung, erreichten also trotz doppelter Sendelänge nicht die Anzahl der Berichte in den beiden anderen Magazinen. Auf den hohen Anteil von Berichten aus den Themenbereichen Kriminalität, Mord, Mißbrauch, Sexualität und Erotik in den vier Magazinen wurde bereits hingewiesen. In allen vier Sendungen betrug er über 20 %, wobei *taff* mit

29,3 % deutlich an der Spitze lag. Da die Gesamtanzahl der Berichte bei diesem Magazin pro Sendung sehr gering war, erweckte dies den Eindruck eines thematischen Schwerpunktes. In den anderen Magazinen stachen die Berichte aus diesen Themenbereichen im Verhältnis zu mehreren Berichten aus anderen Themenbereichen nicht so hervor.

Die Berichterstattung in den vier Boulevard-Magazinen *Blitz*, *Brisant*, *Explosiv* und *taff* war weitgehend ähnlich. Allerdings verzichteten *taff* und *Explosiv* (hier bildeten die Samstagsausgaben eine Ausnahme) auf einen Block mit Nachrichtenfilmen, während *Blitz* und *Brisant* in der Regel in jeder Sendung einen NIF-Block mit jeweils drei Nachrichtenfilmen hatten. Die einzelnen Berichte waren stark personalisiert und an Einzelfällen orientiert. Damit wird eine emotionale Nähe zu den Zuschauern geschaffen, da über Personalisierung und Emotionalisierung Möglichkeiten zur Identifikation und Anteilnahme geboten werden. Am deutlichsten war diese Tendenz bei *taff* ausgeprägt, wo die Beiträge bis auf wenige Ausnahmen alle aus der Sicht persönlich Betroffener gemacht wurden. Am wenigsten war diese Tendenz bei *Brisant* ausgeprägt. Besonders hervorzuheben ist, daß bei Berichten über Gewalttaten und Mißbrauch immer die Perspektive der Opfer eingenommen wurde. Zugleich versuchten die Magazine vor allem bei Berichten über Mißbrauchs- und Mordprozesse durch zusätzliche Live-Schaltungen zu den Reportern vor Ort den Anschein von Objektivität zu erwecken, wie ihn auch „seriöse“ Nachrichten vermitteln. In der *Blitz*-Ausgabe vom 2. 12. 1997 folgte auf die Berichterstattung vom Prozeß und der Live-Schaltung zum Reporter vor Ort noch ein Exklusiv-Interview mit den Eltern eines ermordeten und mißbrauchten Kindes. Nach einem ähnlichen Muster lief die Berichterstattung über die Hochwasserkatastrophe im Oderbruch ab, die im Untersuchungszeitraum Juli in insgesamt 29 Beiträgen Thema der Boulevard-Magazine war.



Auf diese Weise wurde trotz formalen Anscheins der Objektivität die Perspektive der Opfer eingenommen und die Zuschauer damit zur emotionalen Anteilnahme aufgefordert. Es steht zu vermuten, daß gerade die auf Betroffenheit abzielende Berichterstattung in diesen Magazinen erheblich zum Spendeneifer der Bundesbürger für die Opfer der Katastrophe beigetragen hat.

Die Personalisierung und Subjektivierung von Ereignissen führt zu Betroffenheit.

„Die Meldung eines Flugzeugabsturzes, bei dem zweihundert Personen ums Leben gekommen sind, wird als Nachricht wahrgenommen, vielleicht mit einem Anflug von Entsetzen und schnell wieder vergessen. Wird dasselbe Ereignis hingegen aus der Sicht eines Betroffenen geschildert, einer Mutter, deren Kind beim Flugzeugabsturz ums Leben kam, eines Mannes, der aus den brennenden Wrackteilen gerettet wurde und überlebte, so wird die Grausamkeit des Unglücks dem Zuschauer deutlich. Die medial veröffentlichte Intimität persönlicher Emotionen läßt das Publikum an dem Schicksal des einzelnen teilhaben“ (Wegener 1994, S.54). Damit wird das besondere Ereignis, ein Mord, der Mißbrauch, die Katastrophe und der Unfall auf die Ebene des Alltagslebens und der emotionalen Betroffenheit gebracht und für die Zuschauer im Rahmen alltäglicher Gefühlsstrukturen be- und verarbeitbar. Allerdings wird dabei die moralische Seite überbetont, während die Einordnung und Bewertung einzelner Ereignisse in ihrer gesellschaftlichen Relevanz häufig unterbleibt. Subjektive Sichtweisen, z. B. der Eltern von Mißbrauchsopfern,



Monica Lierhaus moderiert

Barbara Eligmann ist bei *Explosiv* (RTLplus).





Frauke Ludowig moderiert
Exclusiv (RTLplus).

bleiben stehen, ohne relativiert und in einen sozio-politischen Zusammenhang eingeordnet zu werden. Das traf im Untersuchungszeitraum auf alle Boulevard-Magazine zu. Dieser Personalisierung und Emotionalisierung von Ereignissen entsprach bei den Berichten über Prominente und Adel die „Privatisierung“ dieser Personen, der Versuch hinter das öffentliche Gesicht zu gucken und den Star privat zu zeigen, um ihn so dem Alltag des Publikums näherzubringen. Dabei spielen Krankheiten und Unfälle von Prominenten eine wichtige Rolle, zeigt sich doch in ihnen, daß die Prominenten ebenso „menschlich“ sind wie die Zuschauer –, und so durften sich denn die Zuschauer von *Blitz* am 2. 12. 1997 mit Johnny Cash freuen, daß der Krankenhausaufenthalt des Sängers endlich ein Ende gefunden hatte. In die gleiche Richtung geht der Bericht in derselben Ausgabe des Magazins über den Sänger Joe Cocker, der seinen Konzertmanager im Gefängnis besuchte.

Im Untersuchungszeitraum spielten Berichte über Themen aus dem Bereich Sex und Erotik in allen Magazinen eine untergeordnete Rolle und kamen bei *Explosiv* und *taff* überhaupt

nicht vor. Lediglich bei *Blitz* machen Sexthemen mit 6,1 % einen vergleichsweise hohen Anteil aller Beiträge aus. Die Art der Präsentation ließ eine sittliche Gefährdung von Kindern und Jugendlichen jedoch nicht erkennen.

In den Moderationen zeigten sich keine großen Unterschiede. Das gilt auch für Moderatoren und Moderatorinnen, die bei den Magazinen *Brisant*, *Blitz*, *Explosiv* und *taff* jeweils wechselweise durch die Sendung führen. Natürlich hat jede Moderatorin und jeder Moderator persönliche Eigenheiten. Doch machten sich diese lediglich an wiederkehrenden Floskeln und wenigen sprachlichen Besonderheiten fest. Insgesamt zielten alle Moderationen darauf ab, die Besonderheit der Ereignisse, über die in den folgenden Beiträgen berichtet wurde, hervorzuheben. Die gesellschaftliche Relevanz spielte dabei keine Rolle. Statt dessen wurde in den Moderationen der moralisierende Aspekt der Beiträge noch verstärkt. Die Zuschauer wurden dadurch auf die Emotionalisierung und Personalisierung der Beiträge eingestimmt und auf ihre eigene anteilnehmende Betroffenheit vorbereitet.



Britta Sander moderiert *taff* (ProSieben).



Fazit

In den Beiträgen der Boulevard-Magazine kam es nicht zur Darstellung von Gewalt, auch wenn Themen aus den Bereichen Kriminalität, Mord und Mißbrauch häufig vorkamen. In den Berichten wurde nicht von den Taten selbst berichtet, sondern von den Folgen für Opfer und Angehörige der Opfer. Vor allem Prozeßberichte und die Gefühle der Opfer und der Angehörigen standen im Mittelpunkt der Berichte. Dabei wurde in den Boulevard-Magazinen großer Wert auf die moralische Verurteilung der Täter gelegt. Eine Ausnahme bildete in dieser Hinsicht der Mord am Mode-Designer Gianni Versace. In der Berichterstattung war die Prominenz des Opfers fast wichtiger als die Tat selbst. Insgesamt wurde die Perspektive der Opfer insbesondere in den Eigenberichten der Magazine hervorgehoben. Bei den Nachrichtenfildern, bei denen auf internationales Agenturmaterial zurückgegriffen werden mußte, war dieses Bemühen lediglich in den kommentierenden Texten zu erkennen. Die Einnahme der Perspektive von Opfern und deren Angehörigen sowie die Tatsache, daß vorwiegend über die Folgen von Gewalttaten berichtet wurde, führt dazu, daß sich auch in der Art und Weise der Berichterstattung der Boulevard-Magazine keine generelle sittliche Gefährdung von jungen Zuschauern im Sinne des Jugendschutzes feststellen läßt.

Lothar Mikos ist Diplomsoziologe und z. Zt. Professor an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF), Potsdam – Babelsberg.



Moderiert bei *blitz*: Uwe Grasse (SAT.1).

Literatur:

Bente, Gary/Fromm, Bettina:

Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. Opladen 1997.

Daschmann, Gregor/Brosius, Hans-Bernd:

Ist das Stilmittel die Botschaft? Fallbeispiele in deutschen Fernsehmagazinen. In: Rundfunk und Fernsehen, 45, 4, 1997, S.486 – 504.

Mikos, Lothar:

Gepflegte Langeweile mit exotischen Einlagen. Themenstruktur der täglichen Talkshows und ihre Nutzung durch Kinder. In: tv diskurs, Heft 1, 1997, S.14 – 19.

Schilcher, Jutta:

Seelenstriptease für Voyeure oder Lebenshilfe für jedermann? Vier Tages-Talkshows im Vergleich. In: Dorothee von Bose/Jutta Schilcher: Sprechstunden des Fernsehens. Talkshows als Programmform. Eichstätt 1996, S.8 – 49.

Wegener, Claudia:

Reality TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information. Opladen 1994.

Winterhoff-Spurk, Peter/Heidinger, Veronika/Schwab, Frank:

Reality TV. Formate und Inhalte eines neuen Programmgenres. Saarbrücken 1994.