



universität
wien

Magisterarbeit

Die Konsequenzen der persönlichen Darstellung im Boulevardfernsehen

Eine explorative Studie am Beispiel von TV-Magazinsendungen

Verfasserin

Judith Rocha, B.A.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin: Dr. Petra Herczeg

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Innerhalb der vorliegenden Magisterarbeit ist bei Begriffen, bei denen die männliche Form verwendet wurde, implizit auch die weibliche gemeint. Aus Übersichtsgründen wurde auf die explizite Nennung der weiblichen Form verzichtet.

Wien, im Juni 2012

Judith Rocha

Ich danke....

... meiner Familie, die mir das Studium ermöglicht und mich in meinen bisherigen Entscheidungen, Umzügen und weiteren Belangen unterstützt hat. Der besondere Dank gilt meinen Eltern.

... meinen Freunden, die mich bei meinem Studium in Wien unterstützt haben. Ganz besonders Stefan.

... allen Interviewpartnern, die sich bereit erklärt haben, ein wichtiger Teil dieser Arbeit zu werden.

Inhaltsverzeichnis

I Abkürzungsverzeichnis.....	4
II Abbildungsverzeichnis.....	5
III Anlagenverzeichnis.....	5
1. Einleitung und Erkenntnisinteresse	6
1.1. Forschungsfragen	9
1.2. Aufbau der Arbeit	10
THEORIE.....	11
2. Grundlagen der Boulevardmedien	11
2.1. Die Entstehung	11
2.2. Merkmale des Boulevardjournalismus.....	12
2.2.1. Definitionen & Kritik	12
2.2.2. Beliebte Themen	15
2.2.3. Journalistische Techniken & Recherchemethoden.....	17
2.2.4. Grafische und sprachliche Gestaltung.....	18
2.3. Sensationsjournalismus.....	19
2.4. Das TV-Boulevardmagazin.....	22
3. Die mediale Konstruktion von Ereignissen.....	25
3.1. Gatekeeper-Forschung.....	25
3.2. Nachrichtenwerttheorie und Nachrichtenfaktoren.....	26
3.1.1. Nachrichtenfaktoren im Boulevardfernsehen.....	30
4. Ethische Grundlagen.....	32
4.1. Journalistische Ethik.....	32
4.2. Publikumsethik.....	37
AKTUELLER FORSCHUNGSSTAND.....	40
5. Mediale Selbstdarstellung und Identität.....	40

5.1. „Selbst“ und „Identität“ als psychologische Konstrukte.....	40
5.2. Der mediale Akteur.....	44
5.3. Das Fernsehen und die Publikumsforschung.....	47
6. Reziproke Effekte.....	51
6.1. Die ersten Schritte zur Entdeckung reziproker Effekte	51
6.2. Dimensionen reziproker Effekte.....	53
6.2.1. Reziproke Effekte auf Führungskräfte in Politik, Wirtschaft & Justiz	57
6.2.2. Reziproke Effekte durch Sportberichterstattung	60
7. Das Medienopfersyndrom.....	62
7.1. Exkurs: Günter Wallraff und die Opfer der BILD- Berichterstattung.....	69
EMPIRIE.....	73
8. Annahmen im Vorfeld der Untersuchung	73
9. Gewählte Methode.....	74
9.1. Das fokussierte Leitfadeninterview.....	75
9.2. Der offene Fragebogen.....	76
9.3. Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring.....	76
9.4. Untersuchungsdesign und Auswahl der Befragten.....	78
9.4.1. Eigenschaften der Interviewpartner.....	79
10. Darstellung und Interpretation der Ergebnisse der Untersuchung	81
10.1. Gründe für die freiwillige Mitwirkung in TV-Magazinen.....	81
10.2. Die Konsequenzen freiwilliger Eigeninszenierung in TV- Boulevardmagazinen.....	86
10.3. Die Konsequenzen unfreiwilliger Darstellung in TV-Boulevardmagazinen	98
10.4. Die Möglichkeiten der Postproduktion.....	101
10.5. Der Umgang der Boulevardredakteure mit potentiellen Konsequenzen für Protagonisten.....	105
10.6. Weitere Ergebnisse.....	108
10.7. Zusammenfassung der Ergebnisse der Interview-Studie.....	110

10.8. Hypothesenbildung.....	116
11. Fazit und Ausblick.....	117
12. Literaturverzeichnis.....	120
13. Anlagen	126
13.1. Anlage A – Interpretationsregeln nach Mayring.....	126
13.2. Anlage B – Interview- und Fragebogenleitfaden.....	127
13.3. Anlage C – Interviewtranskripte.....	129
14. Lebenslauf der Autorin.....	155
15. Abstract.....	156

I Abkürzungsverzeichnis

vgl.	vergleichend
ebd.	ebenda
f.	folgende (Seiten)
ff.	fortfolgende (Seiten)
S.	Seite
Z.	Zeile
z.B.	zum Beispiel
u.	und
usw.	und so weiter
bzw.	beziehungsweise
etc.	et cetera (lat. „und im Übrigen“, steht für „usw.“)
d.h.	das heißt
u.a.	unter anderem
u.ä.	und ähnliches
TV	Television, Fernsehen
FF	Forschungsfragen
Bsp.	Beispiel
bspw.	beispielsweise
u.U.	unter Umständen
PP	Postproduktion
P	Proband/in

II Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einflüsse auf die Nachrichtenauswahl nach Kepplinger.....29

Abbildung 2: Modell reziproker Effekte nach Kepplinger.....57

III Anlagenverzeichnis

Anlage A: Interpretationsregeln nach Mayring.....126

Anlage B: Interview- und Fragebogenleitfaden für Redakteure und Protagonisten.....127

Anlage C: Interviewtranskripte.....129

1. Einleitung und Erkenntnisinteresse

RTL Explosiv sendete am 19.08.2011 einen Beitrag über die Games Convention und deren Besucher in Köln. Der Beitrag war voller Klischees und Verallgemeinerungen. Die Besucher der Messe und die gesamte Gamer Community wurden schon in der Anmoderation als „Freunde von Außerirdischen“ und als „komische Gestalten“ betitelt. Weiter werden die „Computer-Nerds“ im Beitrag als unhygienische Menschen dargestellt, die wenig Wert auf Körperpflege legen und wenig Chancen bei Frauen haben - um nur einiges zu nennen.¹

RTL Explosiv ist eines der erfolgreichsten europäischen Boulevardmagazine, doch die Ausstrahlung des Convention-Berichts schlug unerwartet hohe Wellen. Die Gamer-Szene wehrte sich, organisierte Anti-RTL-Flashmobs² vor der RTL-Zentrale in Köln und rief im Internet zum Boykott des Senders auf, da sie sich ungerecht präsentiert gefühlt haben. Die negative Resonanz war so stark, dass sich RTL in den folgenden Tagen öffentlich entschuldigte.³ Eine Entschuldigung, die der Gamer-Szene nicht genügte.

Es stellte sich für mich die Frage, wie das Umfeld der gezeigten Personen, die in den Zusammenhang mit eindeutig negativ behafteten Eigenschaften gebracht wurden, auf die Protagonisten nach der Ausstrahlung reagierte. Die Frage wurde zum Mittelpunkt dieser Arbeit. Auf der anderen Seite hat die Mitwirkung in Boulevardmagazinen nicht ausschließlich negative Folgen. Betrachtet man das Phänomen Daniela Katzenberger, so sieht man, dass eine unbekannte Person durch geschickte Medienplatzierung ihrer Marke, nämlich sie selbst, durchaus ihre Karrierechancen verbessern kann.

Die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ist eine Forschungsdisziplin, die sich mit der menschlichen Kommunikation und besonders mit der massenmedialen Kommunikation beschäftigt. Die vermittelten Aussagen der Massenkommunikation richten sich an eine Vielzahl von Menschen. Die Wirkungen massenmedialer Aussagen auf die Rezipienten wurden in der Vergangenheit vielfach betrachtet. Doch ist keine dieser Theorien allgemeingültig oder gibt eine eindeutige Antwort. Wie die Massenmedien auf den Rezipienten wirken, lässt sich durch alle Verhaltens- und Erlebensprozesse beschreiben, die durch den Konsum der Medien ausgelöst wurden.

1 Der Beitrag von RTL Explosiv zur Games Convention 2011 musste verstärkt aus dem Internet entfernt werden. Bei Veröffentlichung dieser Arbeit war er über folgenden Link einzusehen:

<http://www.youtube.com/watch?v=STCUUrij7S8>

2 <https://www.facebook.com/events/193355187397081/>

3 <http://www.youtube.com/watch?v=Ra3i3GV0Ehl>

Es lassen sich Wirkungen im Verhalten, im Wissen, in Meinungen bzw. Einstellungen, im emotionalen Bereich, in den Tiefensphären des Psychischen und im physischen Bereich unterscheiden⁴.

Ungenügend Erkenntnisse gibt es bis dato darüber, wie die Massenmedien auf die Menschen wirken, die in den Medien *mitwirken*⁵ z.B. „geschädigte Opfer sensationsjournalistischer Berichterstattung“⁶. Das Fehlen von Öffentlichkeit im eigenen Leben kann ein Gefühl von Leere und Einsamkeit zur Folge haben. Das In-der-Öffentlichkeit-Stehen kann hingegen ein Gefühl der Angst und des Ausgeliefertsein hervorrufen⁷. Stellt man sich im Fernsehen zur Schau oder wird unfreiwillig Mittelpunkt einer Sendung, besteht die Möglichkeit die Kontrolle über die eigene mediale Darstellung zu verlieren. Die Menschen, die sich dazu entscheiden im Fernsehen mitzuwirken, sind einerseits Rezipienten, kennen sie doch meist die Sendung, in der sie sich darstellen, zum anderen nehmen sie gleichzeitig eine ganz andere Rolle ein: Sie werden von den Zuschauern rezipiert und werden selbst zur Projektionsfläche für die Bildung von Urteilen oder sogar zu einer Angriffsfläche. Dies kann Folgen auf das weitere Leben der Protagonisten haben oder weitgehend folgenlos bleiben.

Der Duden definiert „Darstellung“ als „Gestaltung einer Rolle auf der Bühne, Verkörperung einer Bühnenfigur“⁸. In dem hier betrachteten Kontext scheint diese Definition zunächst suspekt, handelt es sich bei TV-Magazinen doch nicht um Spielfilme oder Theaterstücke, bei denen gespielte Rollen auftauchen. Inwiefern Menschen im Alltag Rollen einnehmen und diese auch in der Medienberichterstattung beibehalten, wird in der vorliegenden Arbeit geklärt. Dabei wird der Begriff „Inszenierung“ vereinzelt synonym für die Darstellung der alltäglichen und der medialen Rolle verwendet. Der „Inszenierung“ haftet in der medialen Berichterstattung ein negativer Beigeschmack an, da mit der Bezeichnung Unauthentizität verbunden wird, die im Journalismus verpönt zu sein scheint.

Die vorliegende explorative Studie soll einerseits den bisherigen Wissensstand über die Medienwirkung auf Protagonisten aufstocken, da diese Effekte in der Vergangenheit nur unzureichend betrachtet wurden. Auf der anderen Seite werden die Erfahrungen der Redakteure betrachtet, die oftmals für diese Konsequenzen zur Verantwortung gezogen werden.

4 Vgl. Burkart (2002), S. 187 ff.

5 Im Folgenden werden für Personen, die selbst Inhalt der Medienberichterstattung sind oder waren, synonym die Begriffe *Protagonist(en)* oder *Akteur(e)* benutzt

6 Vgl. Dulinski (2003), S.361

7 Vgl. Gmür (2007), S. 7

8 <http://www.duden.de/rechtschreibung/Darstellung>

Zwar richten sich Beschwerden über das Fernsehprogramm oft gegen Boulevardformate⁹, doch gibt es nur wenige Studien über die möglichen Konsequenzen der gewollten oder ungewollten Darstellung der eigenen Person, vor allem in TV-Magazinbeiträgen des Boulevardfernsehens.

„(...) die Anzahl der Boulevardmagazine im Fernsehen nähert sich allmählich der Grenze zur Unüberschaubarkeit. Und doch gehören Boulevard- und Sensationsjournalismus, eine Spielart des ersteren, nach wie vor zu den Stiefkindern der Kommunikations- und Medienwissenschaften. Die Anzahl der Arbeiten zu diesem Thema kann man im deutschen Sprachraum nach wie vor an einer Hand abzählen.“¹⁰

Diese kommunikationswissenschaftliche Problematik gehört nicht zur klassischen Medienwirkungsforschung, doch handelt es sich um die Betrachtung der Beziehung zwischen (medialer) Ursache und (individueller) Wirkung auf den Menschen¹¹.

Nicht zu vernachlässigen ist die Rolle der Boulevardjournalisten in dieser Betrachtung. Es gibt gewisse ethische Regeln im Journalismus, die sich für die Bewahrung der Menschenwürde aussprechen. Doch die Grenzen verschwimmen und der ökonomische Druck stellt die Quote des Öfteren vor den Menschen. Berufliche Erfahrungen der Autorin im audiovisuellen Boulevardjournalismus haben die praktische Relevanz dieses Themas verdeutlicht und lieferten den Anreiz, sich wissenschaftlich mit der Problematik auseinander zu setzen.

Wie weit gehen Boulevardjournalisten, um den Zuschauer zufrieden zu stellen und das Format am Leben zu erhalten? Welche Rolle spielt der Rezipient, der durch das Einschalten der Sendung die Maschinerie am Laufen hält? Nicht die Sendungsverantwortlichen allein sind für das Programm zuständig, viel mehr senden sie das, was das Publikum sehen will. Deshalb ist eine Betrachtung publikumsethischer Aspekte unumgänglich. Dieser Spiegeleffekt, der zeigt, dass sich die Einstellungen, Ansichten und Wünsche der Zuschauer im Fernsehprogramm „spiegeln“, ist verantwortlich für das derzeitige Fernsehprogramm und dessen Auswirkungen auf Protagonisten und auch auf den Rezipienten selbst.

9 Vgl. Beater;Habermeier (2005), S. 119

10 Martina Loch (2005), S. 30

11 Vgl. Dulinski (2003), S. 361

1.1. Forschungsfragen

All diese Überlegungen führten zu der Formulierung folgender Forschungsfragen:

FF1: Welches sind die Gründe dafür, dass Protagonisten freiwillig in TV-Boulevardmagazinbeiträgen mitwirken wollen?

FF2: Welche Folgen hat die persönliche Darstellung in TV-Boulevardmagazinbeiträgen für die Protagonisten?

2a. Welche Folgen lassen sich für freiwillig mitwirkende Protagonisten beschreiben?

2b. Welche Folgen lassen sich für unfreiwillig dargestellte Protagonisten beschreiben?

2c. Welche Möglichkeiten bietet die Postproduktion in der Gestaltung der Beiträge und sind den Protagonisten diese Möglichkeiten bewusst?

FF3: Wie gehen Boulevardjournalisten mit den möglichen Konsequenzen für die Protagonisten um?

Diese Fragen werden zum einen Teil durch die bereits vorhandene Literatur, zum anderen Teil durch die empirische Arbeit beantwortet.

Von Relevanz ist die Thematik besonders für angehende und etablierte Journalisten, die sich ein Bild über Verbesserungsmöglichkeiten ihrer Branche machen wollen. Sie bekommen einen Überblick über die potentiellen Auswirkungen ihrer Arbeit und die Möglichkeit diese zu hinterfragen. Interessant ist das Themengebiet zudem für Menschen, die in der Mitwirkung in Magazinbeiträgen aus verschiedenen Gründen eine attraktive Tätigkeit sehen, um sich über mögliche Nachwirkungen, positiver oder negativer Natur, zu informieren.

1.2. Aufbau der Arbeit

Die Arbeit gliedert sich in einen einleitenden Abschnitt, der die Grundlagen des Boulevardjournalismus erläutert, welcher mit der Konstruktion medialer Ereignisse und Nachrichtenfaktoren im Boulevardfernsehen endet. Es folgen ethische Grundlagen für Journalisten und auch das Publikum, das sich nicht aus dem journalistischen Prozess herausnehmen kann und darf.

Ab Kapitel 5 wird der aktuelle Forschungsstand dargelegt. Er bezieht sich auf Konstrukte der Selbstdarstellung und die Entwicklung reziproker Effekte in verschiedenen Dimensionen und der Erläuterung der wichtigsten Studien zum Thema.

Kapitel 7 setzt sich mit dem „Medienopfersyndrom“ nach Mario Gmür auseinander und zieht einen Exkurs zu Günter Wallraff, der die sich mit den Opfern der BILD-Berichterstattung beschäftigte.

Kapitel 8 und darauffolgende Abschnitte legen die vorgenommene empirische Untersuchung dar, die den Forschungsstand ergänzend bereichern kann. Es werden die gewählte Methode und die Untersuchungsteilnehmer vorgestellt, die Ergebnisse präsentiert und im Anschluss Hypothesen gebildet, die gegebenenfalls vertiefend überprüft werden können.

Den Abschluss der vorliegenden Arbeit bilden Fazit und Zusammenfassung.

THEORIE

2. Grundlagen der Boulevardmedien

2.1. Die Entstehung

Boulevardmedien sind aus unserer heutigen Medienlandschaft nicht mehr weg zu denken. In der Kommunikationswissenschaft wurde die Beschäftigung mit Boulevardmedien, ob in Print-, Online- oder in Funkmedien, jedoch erst in den letzten Jahren intensiviert. Man könnte denken, dass es daran liege, dass Boulevardformate recht neu sind und eine frühere Betrachtung nicht nötig war, doch gibt es boulevardähnliche Formate schon seit mehreren hundert Jahren.

Boulevardmedien existieren bereits seit dem 19. Jahrhundert. Die Industrielle Revolution ermöglichte durch Druckereien die massenhafte Produktion von Printprodukten und deren Verbreitung. Die Anfänge der Massenpresse liegen in den USA, in Großbritannien und in Frankreich. Die englischsprachige „penny press“ und die französische „petite presse“, kleinformatische, günstige Boulevardprodukte mit hohen Auflagen, gelten als Vorreiter der sogenannten „yellow press“ oder auch „Regenbogenpresse“, wie die bunten Blätter heute genannt werden.

In Deutschland wurde schon in Zeitungen (z.B. in den „Neuen Zeitungen“) des 16. und 17. Jahrhunderts regelmäßig über Unglücke, Morde und Verbrechen berichtet: Themen, die im Boulevard besonders häufig Beachtung finden. Boulevardblätter im eigentlichen Sinne erreichten Deutschland zur Wende des 20. Jahrhunderts. Als erste deutsche Boulevardzeitung erschien die „B.Z. am Mittag“ ab dem Jahre 1904¹². Die auflagenstärkste Zeitung Österreichs, die „Illustrierte Kronen Zeitung“ wurde bereits vier Jahre zuvor, 1900, auf den Markt gebracht und wollte die Leser mit Romanen und Spielen an sich binden¹³. Neu sind Boulevardmedien demnach ganz und gar nicht, doch fanden sie als kommunikationswissenschaftliches Phänomen erst weitaus später Beachtung.

Der französische Begriff „Boulevard“ steht übersetzt für eine große Straße, eine Prachtstraße.

¹² Vgl. Pürer (2003), S. 154

¹³ Vgl. Burda News Group Medialexikon, www.medialine.de

Ihren Namen bekamen Boulevardmedien, da sie zu Beginn im Straßenverkauf an Kiosken käuflich zu erwerben waren¹⁴. Bei Zeitungen ist dies auch heute noch der Fall. Der Name zieht sich bis ins 21. Jahrhundert, doch wegen des technischen Fortschritts werden heute auch bestimmte audiovisuelle Formate, wie Fernsehsendungen, Online-Auftritte und Radioformate, dem Boulevardjournalismus zugeordnet.

2.2. Merkmale des Boulevardjournalismus

2.2.1. Definitionen & Kritik

Charakteristika von Boulevardformaten wurden 1991 erstmals in systematischer Form von Bruck und Stocker erarbeitet. Boulevardformate weisen demnach ein bestimmtes *„materielles und formal-sprachliches Erscheinungsbild des massenkommunizierten Textes (auf), der wiederum nach einer bestimmten Produktionsorganisation, spezifischen journalistischen Routinen und Nachrichtenwertorientierungen verlange“*¹⁵. Die Formate sollen handlich und visuell auffällig sein; überdimensionale Headlines, große, farbige Fotos und eingefärbte Kästchen prägen die Erscheinung.

Die Kulturjournalistin Sigrid Löffler ist der Ansicht, dass Boulevardmedien keine Werkzeuge seien, die ernst gemeinte Informationen weiter geben, sondern als „Vehikel der Unterhaltung“ dienen. Sie prägte den Begriff „Journalismus light“.¹⁶ Dieser Begriff lässt vermuten, dass sie den Boulevardjournalismus gegenüber anderen journalistischen Formen als weniger bedeutsam einstuft - vergleichbar mit dem Unterschied zwischen einem ernsthaften Gespräch und leichtem Small Talk.

Löffler versteht im Boulevardjournalismus einen U-Journalismus¹⁷ und bezeichnet ihn als den Marktschreier und Entertainer des Journalismus. Der U-Journalismus fungiere rein als Mittler zwischen Konsum und Konsument und nicht mehr als Transporteur von Meldungen. Sie stellt zudem den Wahrheitsgehalt in Frage, in dem sie behauptet, Boulevardjournalismus kopiere und simuliere die öffentliche Meinung und berichte „was gefällt – nicht, was geschah“.¹⁸

14 Vgl. Hans-Bredow-Institut (Hrsg.) (2006), S.60

15 Dulinski (2003), S. 92

16 Vgl. Löffler (1997), S. 21

17 U steht hier für Unterhaltung

18 Vgl. Löffler (1997), S. 22f.

Die Verfasser des „Berichtes zur Lage des Journalismus in Österreich“ aus dem Jahr 1997 sind ähnlicher Meinung. Ihrer Ansicht nach präsentiere Boulevard- und Infotainment-Journalismus das Showbusiness, in dem es Kritik und Kontrolle regierender und mächtiger Personen in den Hintergrund stellt und durch Entertainment und Fiktion ersetzt¹⁹. Diese Entwicklung wird von Siegfried Weischenberg, einem Hamburger Journalistik-Professor, als „Schreinemakerisierung“ bezeichnet. Dieser Begriff ist eine Anspielung auf die TV-Moderatorin Margarethe Schreinemakers und ihre von 1992 bis 1996 im Privatsender Sat.1 gesendete Talk- und Infotainment-Show „Schreinemakers Live“.²⁰

Laut Bruck und Stocker sind zentrale Strategien des Boulevardjournalismus übersichtliche Weltbilder zu konstruieren und komplexe, unpersönliche, gesellschaftliche Vorgänge auf einzelne Personen zu reduzieren, die dann der moralischen Bewertung unterliegen²¹

Der österreichische Kommunikationswissenschaftler Rudi Renger bezeichnet den Boulevardjournalismus als einen nach unten abfallenden Prozess. Er sieht diese journalistische Form als anbietenden, minderwertigen Sensationsjournalismus, der sich an den Begierden des Publikums und dessen Wunsch nach Unterhaltung richte. Diese Richtwerte begründen einen Niedergang der Qualitätsnormen der Objektivität und des Wahrheitsgehalts, welche im Informationsjournalismus zu finden sein sollten. Boulevardeske Medienprodukte seien laut Renger an Kommerz und Vermarktung ausgerichtet und reduzieren Nachrichten zu bloßen Reizeffekten. Boulevardjournalismus in Zeitungen und Hörfunkprogrammen vermittele Information, „die nur interessant ist, wenn sie unterhaltsam ist“.²²

19 Vgl. Bericht zu Lage des Journalismus in Österreich (1997), S. 29

20 Vgl. Weischenberg (1997), S. 11

21 Vgl. Bruck/Stocker (1996), S. 25

22 Vgl. Renger (1998), In: Pürer (2003), S.154f.

Im angloamerikanischen Raum trägt der Boulevardjournalismus die wertfreie Bezeichnung „Populärer Journalismus“, welchem sich Rudi Renger aus Sicht der Cultural Studies widmet. Renger sieht im Populären Journalismus:

„ (...) journalistische Spielarten, die in den Boulevardzeitungen, den bunten Illustrierten, den Life-Style- und Special Interest-Magazinen oder im sogenannten Tabloid-TV den Großteil der Bevölkerung mit Orientierungswissen, Service-Informationen oder vergnüglichen Geschichten versorgen und dabei eine dramatisierte, sensationalisierte und fiktionale Weltsicht vermitteln, die, in das Gewand der scheinbar objektiven Berichterstattung gekleidet, entweder für wahr gehalten oder aus – durchaus legitimen – Entspannungs- und Unterhaltungsgründen konsumiert wird.“²³

Der Populäre Journalismus tendiert zu dramatischer Darstellung, bis hin zum Skandalösen. Diese Form der journalistischen Berichterstattung scheint trotz aller Kritik einen großen Anklang zu finden, so dass immer mehr Mainstream- und Newsformate die boulevardesken Methoden übernehmen (Stichtwort Boulevardisierung). So können laut Renger durch den Populären Journalismus, mit vergleichsweise geringen journalistischen Mitteln, hohe Auflagenzahlen, große Reichweiten und maximaler unternehmerischer Profit erlangt werden²⁴.

In der Printvariante haben Stories über Prominente, Ratgeberrubriken, Fortsetzungsromane, Witze oder Rätsel das Ziel den Leser anzulocken und zu halten. Der Populäre Journalismus im Fernsehen kam in den 1970er Jahren aus den USA in das deutschsprachige Fernsehprogramm. Einen besonderen Aufschwung erfuhr er in den 80er Jahren mit der Einführung des Privatfernsehens. Augenzeugenberichte und actionreiche Nachrichten sind ein Kennzeichen von z.B. TV-Magazinen oder Talkshows.

Daraus ergeben sich laut Langer vier Erzähltypen im Populären Journalismus des Fernsehens:

- a) besonders bemerkenswerte Ereignisse (vorwiegend aus der Prominentenwelt)
- b) tragische Opfer des Alltagslebens
- c) die bedrohte Sozialgemeinschaft
- d) Traditionen bzw. große Taten der Vergangenheit²⁵

²³ Vgl. Renger (2000), S.13

²⁴ Vgl. Pürer (2003), S.158

²⁵ Vgl. Langer (1998), S. 34, In: Pürer (2003), S. 159

Uwe Zimmer, ehemaliger Chefredakteur des bayrischen Boulevardblattes „Abendzeitung“, prophezeite im Jahr 1999, dass sich nur mit „Sensationen, Emotionen, mit Manipulation und Erektion“ keine Zeitung der Zukunft machen lasse. Informationen als Aufklärung, Unterhaltung als „positives, lebensbejahendes Element“ und vor allem Serviceartikel seien Bestandteile einer guten Zeitung²⁶.

Berichterstattung im Boulevard zieht sich meist entlang traditioneller Geschlechterrollen und gängigen Stereotypen, sodass Sachverhalte oft polarisierend dargestellt werden. Kritiker unterstellen dem Boulevardjournalismus daher eine stark manipulierende Wirkung auf das Publikum und stellen ihn als eine Gefahr für die Gesellschaft dar. Alles in allem wird jedoch die gesamte, tendenziell zunehmende „Boulevardisierung“ der Medien beklagt, da auch so genannte Qualitätsmedien immer häufiger zu Elementen der Boulevardberichterstattung greifen. In den Printmedien steht nicht selten die BILD im Zentrum der Kritik. Der Zeitung wird vorgeworfen, bewusste politische und gesellschaftliche Meinungsmache zu betreiben und über Agenda-Setting besorgniserregende Konstruktionen der Realität erzeugen. Zudem werden boulevardjournalistische Methoden, der Wahrheitsgehalt der Inhalte und der Umgang mit Persönlichkeitsrechten bemängelt. Befürworter der Boulevardmedien sehen die gute Verständlichkeit und den hohen Unterhaltungswert als Möglichkeit zur Erfüllung komplexer Funktionen und nehmen an, dass das Publikum die Medienprodukte durchaus kritisch rezipiert²⁷.

2.2.2. Beliebte Themen

Charakteristisch für den Boulevardjournalismus ist die Darstellung von Sexualität, moralisch Verwerflichem, Skurrilitäten und Außergewöhnlichem.²⁸

Im Boulevardjournalismus wird der Faktor des Publikumsinteresses vor die Faktoren Relevanz und nachrichtliche Bedeutung gestellt. An erster Stelle stehen Themen aus dem Bereich „Sex and Crime“. Die Sparte „Sex and Crime“ beinhaltet vor allem Kurioses, verschiedene Vergehen von Menschen, Skandale, Katastrophen und „Klatsch und Tratsch“. Bei Letzterem spielen besonders oft Prominente eine Rolle.

26 Vgl. Zimmer (1999), S. 61, In: Pürer (2003), S. 159

27 Vgl. Hans-Bredow-Institut (Hrsg.) (2006), S.61f.

28 Vgl. edb.

Politische Themen sind im Boulevardjournalismus weniger von Bedeutung. Sie finden nur Beachtung, wenn eine politische Person etwas Skandalöses getan hat, die rein politische Berichterstattung ist uninteressant.

„Ich denke, dass jedes Thema per se erst einmal ein Thema für ein Boulevardmagazin sein kann, wenn es sich nicht um Politik handelt, denn Politik hat meiner Meinung nach in einem Boulevardmagazin nichts zu suchen, also eine Diskussion zwischen Herrn Schröder und Herrn Kohl ist für mich uninteressant. Für mich ist sicherlich interessant, wenn sich Frau Schröder von Herrn Schröder trennt, ich mache Boulevard und nicht Politik oder Nachrichten.“²⁹

Da trotzdem vereinzelt über Politik und politische Personen berichtet wird, vermittelt der Boulevardjournalismus ein Informationsgefühl. Der Rezipient fühlt sich zumindest grundlegend über die scheinbar wichtigsten Nachrichten unterrichtet.

Unterhaltsamer ist der Sport. Der Kampf um den Sieg und das Abwenden einer Niederlage dient schon seit Jahrtausenden dem Zeitvertreib, dem Vergnügen und der Ablenkung der Menschen. Doch auch hier stehen sportliche Ergebnisse unter dem persönlichen Leben der bekannten Sportler, ihren Eskapaden und ihrer Intimsphäre.

„Human Interests“ genießen die größte Priorität. Das veranlasst Redakteure Wirtschaftsthemen zu vernachlässigen. Es wird sich mehr auf Individuen als auf Institutionen konzentriert.

„Serious journalism scores high on the 'public' axis and high on the 'politics, economics, and society' axis. Tabloid journalism³⁰ scores high on the 'private' axis and high on the 'scandal, sports and entertainment' axis.“³¹

Um mehr Rezipienten anzusprechen, wird auf Brisanz und zeitliche Unmittelbarkeit geachtet. Alltagsthemen und Service-Themen haben das Ziel möglichst viele Zielgruppen zu erreichen.³²

29 H.W.Friede (1998), In: Die Tyrannei der öffentlichen Intimität und Tabubrüche im Fernsehen, Dokumentation der NLM-Tagung (1998), S. 88

30 Kleine Boulevardblätter oder Gossip-Magazine; der Yellow Press zugehörig

31 Sparks (2000), In: Dulinksi (2003), S. 93

32 Vgl. Pürer (2003), S.155ff.

Bruck und Stocker ermittelten 1996 vier stilistische Komponenten des Boulevardjournalismus', die bis heute gelten:

1. Familiarisierung/ Personalisierung (durch die Schilderung persönlicher Ereignisse durch Prominente oder nicht-prominente Personen wird eine Nähe zur Erfahrungswelt der Rezipienten erzeugt, was durch Umgangssprache und Spitznamen verstärkt werden kann)
2. Simplifizierung (es werden übersichtliche Weltbilder konstruiert und komplexe gesellschaftliche Vorgänge aus Personen und Einzelfakten reduziert)
3. Melodramatisierung (die Zuspitzung persönlicher Tragödien verstärkt die Angstlust beim Rezipienten)
4. Visualisierung (detaillierte Beschreibung eines [Tat-]Ortes mit z.B. plakativen Metaphern; bestimmte Bildauswahl, die Unmittelbarkeit u. Authentizität suggeriert)³³

2.2.3. Journalistische Techniken & Recherchemethoden

Boulevardberichterstattung hat nicht den Anspruch auf Seriosität und vermeidet schwere Kost. Um die Rezipienten kognitiv nicht zu überlasten, werden Geschichten in einer vertrauten und emotionalen Art dargestellt. Diese Emotionalität dient der Provokation und gesteigerten Gefühlsbildern beim Leser bzw. Zuschauer. Jubel, Angst und Empörung sollen beim Rezipienten hervorgerufen werden.

Der Mediennutzer fühlt sich scheinbar machtvoll, da das Boulevardmedium für ihn die Mächtigen bestraft. Der soziale Abstand zu Personen mit höherem Status, z.B. Prominenten, wird verringert. Boulevardmedien haben das Ziel ein „Wir-Gefühl“ herzustellen. Die Rezipienten-Medium-Bindung wird verstärkt, in dem sich der Nutzer in die große Rezipientengruppe der Boulevardmedien eingegliedert fühlt. Er bekommt ein Gefühl von Nähe, da an seine eigenen Erfahrung appelliert wird. Laut Pürer solle „emotionale Adäquanz“ hergestellt werden, d.h. der Rezipient solle keinen Konflikt zwischen sich und dem Medium spüren, sondern sich ein eindeutiges Urteil bilden können. Um vor allem den Normalbürger anzusprechen, werde mit Augenzeugenberichten gearbeitet.³⁴

³³ Bruck und Stocker (1996), In: Dulinski (2003), S. 93

³⁴ Vgl. Pürer (2003), S. 157

Meinungen der Bevölkerung werden durch sogenannte „Vox Pops“ auf der Straße eingefangen. Der Begriff „Vox Pops“ leitet sich vom lateinischen „vox populi“ ab und heißt zu deutsch „die Stimme des Volkes“.³⁵

Um die Bindung zum Publikum weitergehend zu intensivieren, werden Beiträge häufig als „Geschichten“ inszeniert³⁶. Diese „Geschichten“ halten die Leserschaft oder Zuschauer/Zuhörer bei Laune. Im Folgenden werden Boulevardprodukte u.a. als Beiträge oder Geschichten bezeichnet, da diese Begriffe in der journalistischen Praxis durchaus gebräuchlich sind.

2.2.4. Grafische und sprachliche Gestaltung

Boulevardmedien präsentieren ihre Inhalte auf eine bestimmte Art. Dieser Stil kann sich auf ein gesamtes Medium beziehen (z.B. Zeitung), auf einzelne Teile eines Mediums (z.B. ein Ressort einer Zeitung oder eine Sendung im Fernsehen) oder nur auf einzelne Berichte eines Mediums (z.B. ein Beitrag einer Zeitung oder einer Fernsehsendung).³⁷

Die optische Gestaltung dieses Mediums hat eine verständliche Aufmachung, die oft reißerische und schnelle Elemente beinhaltet. Bei Zeitungen macht sich dies durch das Layout mit großflächig eingesetzter Typografie, viel Farbe und umfangreich eingesetzten Bildern bemerkbar. Ausdrucksvolle Fotos erreichen die Aufmerksamkeit des Lesers. Die prägnanten Überschriften und der übersichtliche Seitenaufbau ermöglichen ein schnelles Überfliegen der Artikel.

Boulevardmedien möchten den Rezipienten über das Auge und nicht über den Verstand erreichen.³⁸ In der sprachlichen Gestaltung ihrer Beiträge bemühen sich Boulevardjournalisten abermals um ein Maximum an Verständlichkeit. Umgangssprache und simple kurze Sätze stellen Alltagsnähe dar. Das Vokabular wird mit emotionalen Aussagen versehen und spricht die Reize des Rezipienten an.³⁹ Es werden ausdrucksstarke Ausrufe und Fragen verwendet und neue Wortzusammensetzungen kreiert (z.B. „Euro-Angst“). Das „Wir-Gefühl“ wird in der sprachlichen Gestaltung durch die Verwendung der Wörter „wir“ und „uns“ und die direkte Anrede des Publikums geschaffen.

35 Vgl. http://www.dw-world.de/popups/popup_pdf/0.,1468774.00.pdf

36 Vgl. Hans-Bredow-Institut (Hrsg.) (2006), S.61

37 Vgl. Hans-Bredow-Institut (Hrsg.) (2006), S.59

38 Vgl. Pürer (2003), S.156

39 Vgl. ebd.

2.3. Sensationsjournalismus

Der Begriff „Sensation“ hat sich im Laufe der Sprachgeschichte in eine andere Richtung entwickelt. Bedeutete das Wort Ende des 17. Jahrhunderts aus dem Englischen und Französischen „sensation“ kommend noch „Sinneseindruck“ oder „Empfindung“, so wurde es im Laufe der Zeit verdeutscht und von einer einfachen Sinneswahrnehmung zu einer besonders beeindruckenden, Aufmerksamkeit und Aufsehen erregenden Wahrnehmung. Im 19. Jahrhundert, dem Zeitalter der Massenmedien, wurden Zusammensetzungen des Begriffes entwickelt, wie „Sensationspresse“, „Sensationsheischerei“ oder die Redewendung „etwas als Sensation aufbauschen“, welche eher negativ behaftet sind.

Einer Sensation wird heute eine bestimmte Ereignisqualität zugeschrieben und besteht durch die Wechselbeziehung zwischen dem Ereignis und des Publikums⁴⁰.

Ohne Außenreize kann es beim Menschen zu Störungen des psychophysischen Gleichgewichts kommen. Neuigkeiten zu sehen oder zu hören und der Wunsch Nachrichten mündlich oder schriftlich auszutauschen, liegt weit in der Menschheitsgeschichte begründet. Grundtypische Merkmale sensationsjournalistischer Produkte sind Superlative, Extreme, sie sind „brandneu und topaktuell“. Aktualität ist ein Faktor, welcher schnell verfliegt. Schon am nächsten Tag ist die Nachricht verflacht, sodass beim Rezipienten kaum etwas von der Sensation zurück bleibt. In der Sensationspresse steht die Sensation über der Kontinuität. Diese ständige Sensationsflut birgt jedoch die Gefahr der Abstumpfung und Informationsüberflutung⁴¹.

Die Sensationsnachricht behandelt zudem das Nichtalltägliche, Ungewöhnliche, von der Norm Abweichende. Ein sensationelles Ereignis ist ein Ereignis, das *„in Ablauf oder Resultat eine absolute Neuheit oder einen absoluten Höhepunkt bereits bekannter Ereignisse“*⁴² darstellt und die Sensationsgier der Menschen befriedigt.

Sensationsgier ist eine „speziell affektive Erlebnisneugier“⁴³, die möglichst starke Gefühlsbewegungen ermöglicht. Diese emotionserregende Wirkung findet man besonders bei Themen, die die „dunkle“ Seite der Menschen betreffen, d.h. vor allem bei „sex, crime & tragedy“⁴⁴.

40 Vgl. Dulinski (2003), S. 64f.

41 Vgl. ebd., S. 66f.

42 Dulinski (2003), S. 68

43 Groth (1961), In: Dulinski (2003), S. 71

44 Dulinski (2003), S. 71

Schon 1927 verwies der amerikanische Medien-Tycoon William Randolph Hearst in einer Reporteranweisung darauf:

„Der Leser ist vor allem an Ereignissen interessiert, die Elemente seiner eigenen primitiven Natur enthalten.“⁴⁵

Sensationelles Nachrichtenmaterial ist vor allem in folgende Punkte zu gliedern:

1. Selbsterhaltung (Selbstmord, Unfälle, Verbrechen, Medizin)
2. Liebe und Fortpflanzung (Sexualskandale, Scheidungen, Eifersucht)
3. Weltereignisse (Krieg, religiöse Wunder, Unerklärliches, Naturkatastrophen)

„Many definitions discuss the 'emotion arousing' aspects of sensationalism. It provides thrills. It is fascinating in a morbid way. It is shocking to our moral or aesthetic sensibilities. It creates suspense. It arouses 'unwholesome emotional response'. It appeals to man's 'insatiable appetite' to hear of horrors, crimes, disasters, sex scandals, etc.“⁴⁶

Diese Themen dominieren auch die Boulevardmagazine der heutigen Zeit. Gangloff bemerkt: *„In Explosiv und Taff aber regieren Mord und Totschlag. Hier ist die Welt ein Fegefeuer, in der es zu überleben gilt. (...) Tränen sind das Nonplusultra.“⁴⁷*

Die ehemalige Explosiv-Moderatorin Barbara Eligmann wurde von Festenberg und Klaasen als „Quotenengel des Elends“⁴⁸ und als „eiskalter blonder Info-Engel, der nur sein Geschäft mit den Tragödien anderer treibt“⁴⁹ bezeichnet.

Ethische und rechtliche Verstöße bei der Informationsbeschaffung wurden in Deutschland anhand weniger Vorfälle diskutiert, z.B. bei den Umständen des Todes von Lady Diana 1997, die von Paparazzi nach einem Restaurantbesuch verfolgt wurde und bei einem Autounfall starb. Bei kritisierten Informationsbeschaffungsmaßnahmen handelte es sich um u.a. Hausfriedensbruch, Persönlichkeitsrechtsverletzungen, das regelrechte Jagen der Menschen, Gaffertum und Scheckbuchjournalismus⁵⁰ oder das Lügen.

45 Hearst (1927), In: Dulinski (2003), S. 72

46 Danielson (1960), In: Dulinski (2003), S. 72

47 Gangloff (1996), In: Dulinski (2003), S. 73

48 Festenberg/Klassen (1996), In: Dulinski (2003), S. 73

49 ebd.

50 Menschen werden bezahlt, um ihnen Informationen zu entlocken

Als Recherchemethoden sensationsgieriger Journalisten nennt Dulinski das Verkleiden als Ärzte oder als Feuerwehrleute, um auf das Gelände zu gelangen, das Eindringen in Hotelzimmer, das Bezahlen der Protagonisten für Exklusivstories, das Behindern von Rettungskräften und das Streiten um die besten Standorte der Fotografen.

Den Paparazzi, die Lady Diana verfolgten, wurde eine Mitschuld am Unfall der Prinzessin gegeben. Aufgrund des Konkurrenzdrucks und der Suche nach der besten Story machen manche Journalisten auch nicht vor Falschmeldungen halt. Der Stoffbedarf der Sendungen oder Zeitungen muss befriedigt werden, und das am Besten so spektakulär wie möglich.⁵¹ Durch den Kampf der Aufmerksamkeit komme es laut Meyn „zu journalistischen Grenzüberschreitungen, die durch voyeurhaftes Zeigen auch die Würde von Opfern verletzen.“⁵²

Hier sei auch die britische Boulevardzeitung „News of the World“ zu erwähnen, die jahrelang Telefone von Prominenten und Bürgern abhören ließ, um an brisante Informationen zu gelangen. Der Eklat, der durch den Abhörskandal entstand, führte im Juli 2011 zur Einstellung des Blattes.

Durch Überschneidungen in den Themenfeldern und Recherchemethoden wird Sensationsjournalismus oft mit Boulevardjournalismus gleichgesetzt. Sensationsjournalismus kann als eine Extremform des Boulevardjournalismus angesehen werden. Das Themenspektrum boulevardesker Beiträge ist jedoch noch weiter gestreut, z.B. gehören auch Prominenz- und Tiergeschichten dazu, sodass Sensationsnachrichten und Boulevardbeiträge nicht völlig gleichzusetzen sind⁵³. Viele Wissenschaftler erwähnen Boulevardjournalismus trotzdem in einem Atemzug mit Sensationsgier und auch Sensationsjournalismus. Diese Gleichstellung ist jedoch nicht unüberdacht hinzunehmen, da Boulevardnachrichten nicht ausschließlich „sensationelle“ Züge aufweisen müssen.

„Schlagwort von der zunehmenden Infotainisierung oder auch Boulevardisierung des Fernsehens. Gemeint sind damit sowohl die bunten Studios in Nachrichten- und Magazinsendungen, der lockere (...) Ausdrucksstil vieler Moderatoren, (...) und die Tendenz, immer häufiger kleine amüsante, kuriose oder rührende Geschichten zu erzählen, anstelle nüchtern zu berichten.“⁵⁴

51 Vgl. Dulinski (2003), S. 88

52 Mayn (1995), In: Dulinski (2003), S. 89

53 Vgl. Dulinski (2003), S. 93f.

54 Werner Wirth (2000), In: Moritz Klöppel (2008), S.9

Verschiedene Studien, beispielsweise Studien Jenaer Medienforscher oder des Zürcher Medienforschers Frank Esser, belegen eine zunehmende Boulevardisierung und Emotionalisierung von Nachrichten aller Sender, auch öffentlich-rechtlicher, in unterschiedlichem Ausmaß. Nachrichtenredakteure orientieren sich zunehmend an Sensationen und Emotionen, sodass die bildliche Darstellung dieser vor allem in der Nachrichtenauswahl eine Rolle spielt.⁵⁵ Diese Entwicklung führt dazu, dass in der heutigen Zeit in einer seriösen Nachrichtensendung der Tod eines Mitglieds einer Pop-Band vor politischen Berichten gesendet wird. Ein „Informations-Cocktail“, der vor einigen Jahren undenkbar gewesen wäre.⁵⁶ Der Wandel in der Medienaufbereitung wirft die Frage auf: Sollten Rezipienten lieber unterhaltende Informationen aufnehmen, als gar keine Nachrichten oder Berichte zu schauen? Oder sollen lieber gar keine Nachrichten rezipiert werden, wenn die Informationsaufbereitung eine „falsche“ oder kritisierte ist?

2.4. Das TV-Boulevardmagazin

Magazinsendungen bilden eine eigene Sparte in der Fernsehlandschaft, jedoch mit unterschiedlichen Ausprägungen.

Die Inhalte der TV-Magazine reichen von Politik, zu Kultur, bis hin zu Wirtschaftsthemen, teils auch mit Spezialthemen wie u.a. Literatur, Mode, Erotik, Reisen und Konsum. Magazine werden in der Regel von einem Moderator oder einer Moderatorin präsentiert, die aktuelle Themen, in etwa vier bis fünf aufeinanderfolgenden Beiträgen, vorstellen⁵⁷. Die Zeit der Beiträge ist begrenzt, es handelt sich meist um Stücke von drei bis zehn Minuten Länge.

„Die Magazinsendung präsentiert stets eine fragmentierte Welt, in die eigentlich alles einpassen könnte. Als eine Art Informations-Unterhaltungs-Warenhaus mit vielen bunten Bildern erweckt es den Anschein von Beliebtheit, erlaubt damit aber auch eine selektive Rezeption gemäß dem eigenen Erwartungshorizont und den eigenen Interessen.“⁵⁸

⁵⁵ Vgl. Wolf (2011), S. 18f.

⁵⁶ Vgl. Leif (2011), In: Wolf (2011), S. 2

⁵⁷ Vgl. Faulstich (2008), S. 87f.

⁵⁸ Faulstich (2008), S. 88

Boulevardmagazine weisen weitgehend die gleichen Merkmale auf wie ihre Printpendante. Ein bunter Vorspann mit packender Musik steht am Beginn. Es folgt die Begrüßung durch die Moderatoren, die zwischen den Beiträgen auftauchen, diese einleiten und kommentieren. Die Beiträge behandeln meist emotionale, außergewöhnliche, skurrile, packende Themenbereiche, sind weder wissenschaftlich noch politisch ausgerichtet. Faulstich bezeichnet die Themenvielfalt und die scheinbar beliebig gewählten Inhalte mit dem Begriff „Magazinitis“.⁵⁹ Der Informationsbedarf aus Boulevardmagazinen scheint groß zu sein, hat doch fast jeder große Fernsehsender ein solches im Vorabendprogramm (z.B. RTL Explosiv, ARD Brisant, ProSieben taff).

Zu Beginn der 60er Jahre des 20. Jahrhunderts bildeten sich Magazinsendungen in Form von politischen Magazinen („Panorama“, „Report“), Kulturmagazinen („Titel, Thesen, Temperamente“) und Wirtschaftsmagazinen („WISO“, „Wirtschaftsstudio“). Erst später differenzierten sich die Magazine stärker. Es entstanden z.B. Lifestyle-Sendungen, Ratgebermagazine und Modemagazine wie „Focus TV“, „Extra- Das Magazin“, „Mona Lisa“ als Frauenmagazin und spezielle Männermagazine.

Die thematische Auswahl richtet sich je nach Sendung nach der Zielgruppe und Ausrichtung des Magazins.⁶⁰ Die werberelevante Zielgruppe der Privatsender liegt beispielsweise bei den 14 bis 49-jährigen Zuschauern.

Der Moderator oder die Moderatorin spielt eine wichtige Rolle. Sie dienen als Pausenfüller, beziehen persönliche Position und führen kontinuierlich durch das Programm. Des Weiteren besteht die Möglichkeit für den Rezipienten sich mit dem Moderator, durch sein Aussehen, sein Verhalten, die Gestik und Mimik, zu identifizieren, was zu wiederholtem Einschalten seitens des Zuschauers führen kann. Der Redakteur spielt eine für das Publikum scheinbar geringere Rolle. Sein Name wird vor dem von ihm gestalteten Beitrag genannt, selten erscheint er selbst im Bild. Besonders häufig kommen hingegen die Protagonisten zu Wort. Als Betroffene, Geschädigte oder Glückspilze lösen die Aussagen der Protagonisten die gewünschte Personalisierung und Emotionalität der Beiträge aus.

59 Vgl. ebd.

60 Vgl. Faulstich (2008), S. 89

Weitere Gestaltungsmerkmale von Boulevardmagazinen können neben Interviews auch Studio-Gespräche, Konferenzschaltungen, Tricks, Satire, Kommentare, Tabellen und Grafiken, Fotos und Gewinnspiele sein; bei privaten und inzwischen auch öffentlich-rechtlichen Sendern, unterbrochen von Werbeblöcken. Das Konzept der Sendungen folgt einer bestimmten Dramaturgie. Oft wird das aktuellste oder besonders umstrittene Thema als Aufmacher an den Anfang gesetzt oder besonders reißerisch angekündigt und auf der letzten Sendeposition gezeigt. Aufeinander folgende MAZen⁶¹ stellen möglichst inhaltliche Kontraste dar.⁶² Wenn es darum geht, die Zuschauer der Boulevardmagazine zu erfassen, greift schnell das Phänomen der sozialen Erwünschtheit und die Zuschauer haben ein Problem damit, sich als Fans der Boulevardformate zu „outen“. Die Erfolgszahlen sprechen aber eine andere Sprache. Da TV-Boulevardmagazine neben allgemeinen Themen auch tagesaktuelle Geschichten senden, die dem Rezipienten vordergründig als „Berieselung“, Unterhaltung oder Vertiefung von Nachrichten dienen, können sie als „Infotainment-Formate mit News-Kompetenz“ gesehen werden.⁶³

61 Magnetische Aufzeichnung / Magnetbandaufzeichnung: für die in Fernsehanstalten früher oder immer noch verwendeten Videobandaufzeichnungen

62 Vgl. Faulstich (2008), S. 90f.

63 Vgl. Schlünzen (2000), In:

http://www.monheimerinstitut.com/research_insights/boulevardmagazine_auf_dem_weg_zum_newsformat.html

3. Die mediale Konstruktion von Ereignissen

Der Begriff „mediale Inszenierung“ (oder auch Konstruktion) meint ein problematisches Zusammenspiel von Fiktion und Wirklichkeit. Sie steht für die technische Konstruktion von Wahrnehmbarkeit, in der die Grenzen zwischen Realität und Simulation unscharf werden, was die Film- oder Fotografiertechnik schon seit Jahrzehnten erlaubt bzw. ermöglicht.⁶⁴ Die Berichterstattung der Massenmedien schafft niemals ein Abbild der Wirklichkeit, ist nie vollständig oder umfassend, sondern vielmehr das Gegenteil.

Ereignisse werden erst von Journalisten zu Nachrichten gemacht, wenn sie aus den komplexen Weltgeschehnissen ausgewählt und interpretiert werden.⁶⁵ Die Medien prägen unser Weltbild, sie schaffen eine eigene Welt mit Gesetzen und Gebräuchen, Figuren und Mythen. Guter Journalismus macht seine Strategien und Taktiken der Inszenierung und seine Entstehungsbedingungen durchschaubar.⁶⁶

Die Nachrichtenforschung als Teilgebiet der Kommunikationswissenschaft versucht zu erklären nach welchen Faktoren journalistische Themen selektiert werden. Im Rahmen dieser Arbeit interessiert besonders, welche Kriterien der Themenauswahl im Boulevardjournalismus relevant sind, da sich diese von der reinen Nachrichtenberichterstattung abgrenzt. Es wird die Gatekeeperfunktion der Journalisten erläutert, sowie die Rolle der Nachrichtenfaktoren. Untersuchungen zum News-Bias-Ansatz werden ausgelassen, da sie für die vorliegende Arbeit entbehrlich sind.

3.1. Gatekeeper-Forschung

Der Psychologe Kurt Lewin entwickelte 1947 im Rahmen einer Feldtheorie das Konzept des „Gatekeepers“ (Schleusenwärter), das die Schlüsselpositionen einzelner Entscheidungsträger in sozialen Gruppen verdeutlichte. Dieses Konzept wurde 1950 von David Manning White auf den Prozess der Nachrichtenauswahl bezogen. Der Begriff „Gatekeeper“ bezieht sich auf den individuellen Journalisten, der die Entscheidungsmacht darüber hat, welche Informationen im Kommunikationssystem weitergetragen werden, also bildlich die Schleuse passieren dürfen.

64 Vgl. Zinsmeister (2007), S. 7

65 Vgl. Schulz (1976), S. 8, In: Burkart (2002), S. 275

66 Vgl. Bergmann und Pörksen (2007), S. 7ff.

Aus einer Masse von Informationen, die er durch andere Medien, von Nachrichtenagenturen oder Reportern erhält, werden durch individuelle Einschätzungen und Erfahrungen diejenigen ausgewählt, die zu öffentlichen Berichten werden. Journalisten sind allerdings nicht nur als isolierte Individuen zu betrachten, sondern arbeiten in einer „Nachrichtenbürokratie“. Chefredakteure und Herausgeber üben einen großen, wenn nicht sogar bedeutenderen Einfluss auf die Informationsselektion aus, als andere Redaktionsmitglieder.⁶⁷

Die Filterung und Reduktion von Informationen hängt von verschiedenen Umständen ab:

Subjektive Einstellungen beruhen auf politischen, gesellschaftlichen Einstellungen und persönlichen Vorlieben und Abneigungen des Gatekeepers.

Publikumsorientiert richten sich die Gatekeeper nach den vermuteten Bedürfnissen und Wünschen des Publikums.

Die Nachrichtenauswahl erfolgt häufig in einem automatischen Selektionsprozess durch das angebotene *Agenturmaterial von Nachrichtenagenturen*.

Die Selektion verläuft entlang der *redaktionellen Linie* und ist häufig von politischen und wirtschaftlichen Interessen des Herausgebers bzw. Verlegers geprägt.

Durch *organisatorische oder technische Zwänge* besteht ein Zeit- und Konkurrenzdruck und ein beschränkter zur Verfügung stehender Platz (Zeilen- oder Sendespielraum), im Rahmen dessen die Auswahl der Informationen getroffen werden muss.⁶⁸

3.2. Nachrichtenwerttheorie und Nachrichtenfaktoren

Die Nachrichtenwerttheorie umfasst zwei Elemente: Es werden Nachrichtenfaktoren und der ihnen zugeschriebene Nachrichtenwert erforscht. Der Nachrichtenwert (news value) wird in der Länge, der Platzierung und der Aufmachung eines Beitrages im Fernsehen deutlich. Je größer und prägnanter der Beitrag, desto höher der Nachrichtenwert des Ereignisses. Die Nachrichtenwerttheorie erklärt als Konzept die Nachrichtenauswahl in den Massenmedien⁶⁹.

67 Vgl. Burkart (2002), S. 276f.

68 Vgl. Wilke und Rosenberger (1991), S. 21ff.

69 Vgl. Wilfroth (2008), S. 9f.

Sie sagt aus, dass „zwischen den Nachrichtenfaktoren, die ein Ereignis aufweist, und dem Nachrichtenwert, den Journalisten einer Meldung zu diesem Ereignis zuschreiben, ein systematischer Zusammenhang besteht.“⁷⁰

Die Nachrichtenfaktoren sind Merkmale von Ereignissen, nach denen Journalisten entscheiden, wie berichtenswert sie sind. Die Beschreibung von Nachrichtenfaktoren stellt das bekannteste Modell zur Selektion von Ereignissen zur Medienberichterstattung dar. Das Alltagsverständnis vieler Rezipienten, dass die Medien ein unverzerrtes Bild der Realität liefern, kann widerlegt werden. Vielmehr werden mediale Konstruktionen erschaffen, die ein von den Medien entwickeltes Wirklichkeitsbild zeigen⁷¹. Nachrichtentheorien fragen danach, wie, wann und unter welchen Bedingungen Ereignisse zu Nachrichten werden, wie der Ablauf in der alltäglichen Praxis des Nachrichtenwesens funktioniert.⁷²

Nach Walter Lippmann haben Merkmale wie Sensationalismus, Nähe, Relevanz, Eindeutigkeit und Faktizität einen Nachrichtenwert und werden so zu Nachrichtenfaktoren.⁷³ Den Begriff des „Faktors“ in der Nachrichtenwertforschung entwickelte davon recht unabhängig der europäische Forscher Einar Östgaard (1965, „Factors Influencing the Flow of News“) und unterscheidet dabei drei Faktorenkomplexe:

1. Einfachheit (einfache Themen werden komplexen vorgezogen, bzw. komplexe Strukturen werden vereinfacht dargestellt)
2. Identifikation (es wird versucht bereits bekannte Sachverhalte zu wählen bzw. diese durch prominente Akteure zu ergänzen; es soll eine räumliche, zeitliche und kulturelle Nähe zum Publikum entstehen)
3. Sensationalismus (dramatische und vor allem emotional bewegende Sachverhalte werden in den Vordergrund der Berichte gerückt)⁷⁴

70 Maier (2006), In: Wilfroth, S. 26

71 Vgl. Burkart (2002), S. 281

72 Vgl. Schneider (2007), S. 13

73 Vgl. Schneider (2007), S. 17

74 Vgl. Burkart (2002), S. 279f.

Galtung und Ruge bauen auf Östgaards Studien auf und entwickeln weitere Nachrichtenfaktoren bzw. Selektionsregeln. Unter Selektion verstehen sie nicht nur die reine Auswahl, sondern auch eine Verzerrung der Ereignisse und prägten so die Debatten um mögliche Medienmanipulation. Das Modell von Galtung und Ruge umfasst universal gültige Faktoren (*frequency, threshold, unambiguity, meaningfulness, consonance, unexpectedness, continuity, composition*) und vier kulturabhängige Kriterien (*elite nations, elite persons, reference to persons, reference to something negative*).⁷⁵

Zum Teil finden sich diese Differenzierungen in der Version von Winfried Schulz wieder. Dieser sagt, dass der Sinn und Zweck der Faktoren darin bestehe, die Aufmerksamkeit des Publikums zu gewinnen.⁷⁶ Er bestimmt insgesamt 18 Nachrichtenfaktoren, welche in sechs Faktorendimensionen eingeteilt werden:

1. Zeit (Ereignisse von kurzer *Dauer* bzw. die erst kurz zurück liegen und *Thematisierung*, also die Etablierung eines Ereignisses in der Berichterstattung)
2. Nähe (*räumliche, kulturelle und politische Nähe* z.B. geografische Lage zwischen Ereignisort und Zielpublikum, sowie die *Relevanz* als Grad der Betroffenheit und der Bedeutung des Ereignisses)
3. Status (*regionale/nationale Zentralität, persönlicher Einfluss, Prominenz*)
4. Dynamik (*Überraschung* und *Struktur*)
5. Valenz (*Konflikt, Kriminalität, Schaden, Erfolg*)
6. Identifikation (*Personalisierung* und *Ethnozentrismus*).⁷⁷

Nach Schulz sind diese Faktoren nicht vollständig, sondern umfassen die Ergebnisse des bis dahin erreichten Forschungsstands.

75 Vgl. Schneider (2007). S. 20

76 Vgl. Burkart (2002), S. 280f.

77 Vgl. Bonfadelli (2010), S. 360f.

H.M. Kepplinger greift genannte Nachrichtenwerttheorien auf und beleuchtet sie unter akteurs- und variablenorientierten Aspekten, sowie dabei potentiell aufkommende Probleme.

Im akteursorientierten Ansatz (Gatekeeper) lassen sich sechs Einflussquellen auf die Nachrichtenselektion ermitteln:

1. Journalisten wählen Nachrichten aus, bearbeiten und kommentieren sie. Sie können als Individuen oder als Gruppenmitglieder betrachtet werden.
2. Eigentümer und Manager von Kommunikationsunternehmen, die keine Journalisten sind bzw. keine journalistischen Aufgaben übernehmen.
3. Anzeigenkunden, deren Interessen berücksichtigt werden.
4. Politische Machtgruppen, die einen Einfluss auf Kommunikationsunternehmen ausüben.
5. Wirtschaftliche Machtgruppen, die ökonomische oder juristische Mittel einsetzen, z.B. Schadensersatzklagen.
6. Die Öffentlichkeit im Verbreitungsgebiet, deren Wertvorstellungen die Themen der Berichterstattung beeinflusst.⁷⁸

Der variablenorientierte Ansatz umfasst neun Einflussquellen, darunter die Eigenschaften von Ereignissen (Distanz zum Ereignis- und Berichtsort, Dauer, beteiligte Personen, Prominenz, Schaden), die Richtigkeit der Information, Werte und Ziele der Journalisten und organisatorische Zwänge, wie Zeit- und Platzmangel.⁷⁹

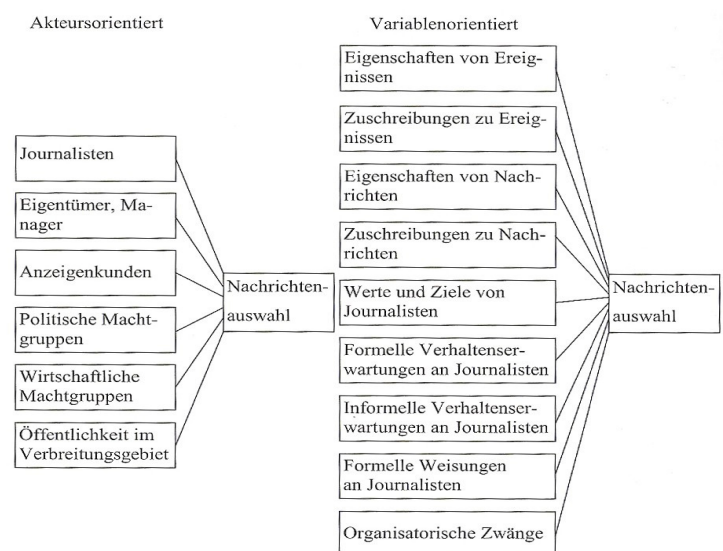


Abb. 1: Einflüsse auf die Nachrichtenauswahl nach H.M. Kepplinger⁸⁰

⁷⁸ Vgl. Kepplinger (2011), S. 50

⁷⁹ Vgl. Kepplinger (2011), S. 50ff.

⁸⁰ Kepplinger (2011), S. 52

3.1.1. Nachrichtenfaktoren im Boulevardfernsehen

Sarah Wilfroth beschäftigte sich 2008 mit dem Vorkommen und der Gestaltung von Nachrichtenfaktoren in deutschen regionalen Boulevardmagazinen. Die Nachrichtenwertforschung hielt sich bis dato an die Erforschung von Boulevardzeitschriften und deren Themenauswahl. Wilfroths Auswertung von Fernsehboulevardmagazinen ergab, dass diese, ähnlich wie Hauptnachrichtensendungen, ihre Themen verstärkt über Nachrichtenfaktoren auswählen. Im Unterschied zu Nachrichtensendungen weisen Boulevardsendungen eine eher emotionale Ausrichtung auf. Journalisten haben auch im Boulevard die Aufgabe Ereignisse zu selektieren, nach ihrer Relevanz für den Rezipienten zu bewerten und diese Ereignisse zu einer Nachricht aufzubereiten⁸¹.

Die Selektion von Themen ist in einer Boulevardredaktion genauso wichtig, wie in einer reinen Nachrichtenredaktion, da dadurch die Aufmerksamkeit der Zuschauer bestimmt wird. Diese entscheiden, was sie sehen wollen und haben einen entscheidenden Einfluss auf unser Fernsehprogramm (Stichwort Publikumsethik).

Sarah Wilfroth erforschte, dass sich regionale Boulevardmagazine in ihrer Gestaltung sehr unterscheiden (z.B. in der Beitragsdichte oder den Studiogästen), was eine Anpassung an das jeweilige Zielpublikum vermuten lässt. Sie erkennt in regionalen Boulevardmagazinen einen Fokus auf unpolitischen Themen, wie die Darstellung unbekannter Personen und mit ihnen verbundener Ereignisse auf eine personalisierte und emotionale Art. Als bedeutsame Nachrichtenfaktoren gelten Faktizität, geringe Reichweite, geringer Einfluss der Protagonisten und die emotionalisierte Darstellung. Geringere Bedeutung bei regionalen Boulevardmagazinen haben hohe Aktualität, Kontinuität, Kontroversen, Aggression, Demonstration, sowie Erotik/ Sexualität. Diese Ergebnisse unterscheiden sich zu den Nachrichtenfaktoren anderer Sendungen z.B. Hauptnachrichten (Prominenz, Schaden, Aggression u.a.)⁸².

Da der regionale Status dieser Boulevardmagazine öffentlich-rechtlicher Sender besonders im Vordergrund steht, sind die von Wilfroth ermittelten Nachrichtenfaktoren nicht gleichzusetzen mit denen überregionaler Magazine (möglicherweise privater Sender), bei welchen Faktoren wie Prominenz, Konflikt, Sex und Aktualität einen hohen Stellenwert einnehmen.

81 Vgl. Wilfroth (2008), S. 7

82 Vgl. Wilfroth (2008), S. 69ff.

„(...) Trotzdem hat jeder Sender seine eigene Zielgruppe und die müssen sie als Redakteur, wenn sie für so eine Sendung arbeiten, schon relativ genau im Kopf haben. Das fängt damit an, dass man die Sprache dieser Leute trifft, dass die Bildauswahl entsprechend passt (...).⁸³“

Wilfroth empfiehlt eine weiterführende Forschung der Nachrichtenfaktoren in Boulevardmagazinen und Einbeziehung weiterer Magazine öffentlich-rechtlicher und privater Sender, durch die Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen für die Produktion von Boulevardbeiträgen gewonnen werden kann⁸⁴.

83 Michael Cramer, In: Wilfroth (2008), S. 72

84 Vgl. Wilfroth (2008), S. 77

4. Ethische Grundlagen

Die allgemein kritisierte Medienethik reflektiert das moralische Handeln von Medienmachern und Medienkonsumenten. Journalisten haben sich nach gewissen Kodexen zu richten, um Persönlichkeitsrechte der Protagonisten zu schützen und qualitativ hochwertige Medienprodukte zu publizieren. Nach journalistischen Tugenden zu handeln ist nicht selbstverständlich, da die Auftraggeber oft mehr verlangen, als das, was als ethisch korrekt durchgehen kann.

Theoretische Überlegungen und praktische Erfahrungen gehen daher nicht immer Hand in Hand. Journalisten und Rezipienten müssen sich vergegenwärtigen, dass die mediale Darstellung immer ein Konstrukt und nie eine Eins-zu-Eins Abbildung der Realität ist. Nichtsdestotrotz stellt sich gerade im Zusammenhang mit den Folgen der medialen Inszenierung der Protagonisten die Frage, welche Bedeutung ethische Richtlinien für Journalisten haben und auch, welche Rolle die Publikumsethik dabei spielt.

4.1. Journalistische Ethik

Ethische und moralische Normen gehören zum Berufsleben dazu, denn es gibt keinen Beruf ohne eine bestimmte Berufsmoral. Journalistenethik ist eine der am breitesten diskutierten Ethiken und versteht eine Individualethik, die dem Journalisten normenkonformes Handeln abverlangt.⁸⁵

Sie setzt sich mit der Frage auseinander: Wonach sollen Journalisten handeln und wie können sie dieses Handeln begründen?

Medien tragen eine große Verantwortung, da sie staatlich unabhängig über bedeutende Vorgänge in Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur berichten sollten und aufgrund ihrer wichtigen Position gar als „Vierte Macht“ oder „Vierte Gewalt“ im Staat bezeichnet werden. Der deutsche Presssekodex, ausgearbeitet vom Deutschen Presserat und den Presseverbänden, beinhaltet 16 ethische Normen, an die sich Journalisten halten sollten.

⁸⁵ Vgl. Faulstich (2002), S. 7

Im deutschen Grundgesetz ist die freie Meinungsäußerung und die Unabhängigkeit und Freiheit der Information verankert, doch haben Journalisten die Aufgabe, ihrer Arbeit, fair und unbeeinflusst von persönlichen Interessen oder anderen Beweggründen, nachzugehen.

Die ethischen Normen:

Ziffer 1 – Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde

Die obersten Gebote der Presse sind die Achtung der Wahrheit, die Achtung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit. Auf dieser Grundlage wird das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Presse gewahrt.

Ziffer 2 – Sorgfalt

Gute, sorgfältige Recherche ist ein unverzichtbares Instrument. Informationen, Bilder und Grafiken sind auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen. Ihr Sinn darf nicht verfälscht werden. Unbestätigte Meldungen, Gerüchte, Vermutungen und Symbolfotos sind als solche zu kennzeichnen.

Ziffer 3 – Richtigstellung

Veröffentlichte Informationen, die sich im Nachhinein als falsch erweisen, sind unverzüglich richtigzustellen.

Ziffer 4 – Grenzen der Recherche

Bei der Beschaffung von Informationen, Daten, Bildern und Nachrichten dürfen keine unlauteren Methoden angewandt werden.

Ziffer 5 – Berufsgeheimnis

Die Presse wahrt das Berufsgeheimnis, macht vom Zeugnisverweigerungsrecht Gebrauch und gibt Informanten, ohne deren ausdrückliche Zustimmung, nicht preis. Die vereinbarte Vertraulichkeit ist grundsätzlich zu wahren.

Ziffer 6 – Trennung von Tätigkeiten

Tätigkeiten, die die Glaubwürdigkeit der Presse in Frage stellen könnte, dürfen von Journalisten und Verlegern nicht ausgeübt werden.

Ziffer 7 – Trennung von Werbung und Redaktion

Redaktionelle Veröffentlichungen sollen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch wirtschaftliche Eigeninteressen der Journalisten beeinflusst werden. Es ist darauf zu achten eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und werblichen Zwecken zu wahren.

Ziffer 8 – Persönlichkeitsrechte

Das Privatleben und die Intimsphäre der Menschen müssen von der Presse geachtet werden, es sei denn das private Verhalten berührt das öffentliche Interesse. Dabei ist jedoch zu prüfen, ob die Privatsphäre Unbeteiligter verletzt wird. Die Redaktion gewährt Datenschutz.

Ziffer 9 – Schutz der Ehre

Es widerspricht journalistischer Ethik, mit unangemessenen Darstellungen in Wort und Bild, Menschen in ihrer Ehre zu verletzen.

Ziffer 10 – Religion, Weltanschauung, Sitte

Die Presse verzichtet darauf, religiöse, weltanschauliche oder sittliche Überzeugungen zu schmähen.

Ziffer 11 – Sensationsberichterstattung, Jugendschutz

Die Presse verzichtet auf eine unangemessen sensationelle Darstellung von Gewalt, Brutalität und Leid und beachtet den Jugendschutz.

Ziffer 12 – Diskriminierungen

Niemand darf wegen seines Geschlechts, einer Behinderung oder seiner Zugehörigkeit zu einer ethnischen, religiösen, sozialen oder nationalen Gruppe diskriminiert werden.

Ziffer 13 – Unschuldsvermutung

Die Berichterstattung über Ermittlungsverfahren, Strafverfahren und sonstige förmliche Verfahren muss frei von Vorurteilen erfolgen. Der Grundsatz der Unschuldsvermutung gilt auch für die Presse.

Ziffer 14 – Medizin-Berichterstattung

Bei der medizinischen Berichterstattung sind unangemessen sensationelle Darstellungsweisen, die unangebrachte Befürchtungen oder Hoffnungen beim Rezipienten wecken können, zu vermeiden.

Ziffer 15 – Vergünstigungen

Wer sich für die Verbreitung oder Unterdrückung von Nachrichten bestechen lässt und Vergünstigungen annimmt, handelt unehrenhaft und berufswidrig.

Ziffer 16 – Rügenveröffentlichung

Es entspricht fairer Berichterstattung, vom Deutschen Presserat öffentlich ausgesprochene Rügen zu veröffentlichen, insbesondere in den betroffenen Publikationsorganen bzw. Telemedien.⁸⁶

⁸⁶ <http://www.presserat.info/inhalt/der-pressekodex/pressekodex.html>

Einige dieser anzustrebenden Normen wurden in der Vergangenheit schon mehrmals von einzelnen Journalisten vernachlässigt. Im Jahr 2012 gab es bis zum jetzigen Zeitpunkt neun Rügen des deutschen Presserats an deutsche Medien, darunter an die BILD Online, die B.Z. und die BUNTE.⁸⁷

Ein Beispiel für vernachlässigte Normen ist die zunehmende Verschmelzung von Public Relations und journalistischen Produkten ohne klare Abgrenzung. Es werden scheinbar informierende Artikel publiziert, die eigentlich dem Werbeinteresse dienen. Für diese sogenannten „Advertorials“ besteht Kennzeichnungspflicht, die allerdings vermehrt nicht eingehalten wird. Teilweise nehmen diese „Artikel“ einen größeren Platz ein als die Tagesnachrichten. Den Trend zur PR haben verschiedene Studien bestätigt.

Die werbenden Beiträge im journalistischen Stil nehmen deutlich zu, je nach Zeitung und Ressort unterschiedlich stark und widersprechen damit Ziffer 7 der ethischen Normen des Pressekodex.⁸⁸ Auch eine sorgfältige Recherche (Ziffer 2) tritt oft in den Hintergrund, wenn der Zeitdruck dominiert. Es werden z.B. Twitter oder Facebook als Quelle genutzt, da diese Social Networks schnell Nachrichten verbreiten. Sie werden zwar gekennzeichnet, aber oft ungenügend und es wird kaum nach weiteren Quellen recherchiert. Social Networks sind eine gute Möglichkeit sich zeitnah einen Überblick über ein Ereignis zu verschaffen, doch handelt es sich dabei nicht um Agenturen, sondern um ungefilterte Nachrichten.

Die Beziehung zwischen Ideal- und Praxisnormen verzeichnet ein Spannungsfeld in der journalistischen Ethik. Der ökonomische Druck vergrößert die Kluft zwischen ethischen Grundsätzen und dem eigentlichen Handeln stetig:

„Systematische Imperative wie Rentabilität, Markt- und Zielgruppenorientierung, Konkurrenz-, Zeit- und Erfolgsdruck, aber auch strukturelle Zwänge der Organisation wie Organisationsroutinen, Redaktionsmanagement, Arbeitsverteilung und 'redaktionelle Linie' können einem an medienethischen Werten und Normen ausgerichteten Handeln entgegen stehen.“⁸⁹

Der Mediendruck steht konträr zu medienethischen Idealnormen und wirkt sich auf die Qualität der Informationen und die Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit als Voraussetzung der wirtschaftlichen Existenz auf dem Medienmarkt aus.⁹⁰

87 Vgl. <http://www.presserat.info/inhalt/dokumentation/chronik-der-ruegen/1997-2009.html>

88 Vgl. Thomas Schnedler, In: nr-Werkstatt Nr. 8 (2008), S. 3

89 Debatin (1997), S. 284, In: Schicha (2003), S.47

90 Vgl. Schicha (2003), S. 47

Nach Düwell, Hübenthal und Werner gibt es Journalisten, die nach Gesinnungsethik streben und solche, die der Verantwortungsethik nachgehen. Diese Termini wurden von Max Weber definiert und intensiv betrachtet. Gesinnungsethisch Handelnde achten auf die Folgen ihres Tuns und fühlen sich der Wahrheit verpflichtet. Sie agieren nach ihren persönlichen Werten und Prinzipien, nach ihrer individuellen Gewissensverpflichtung. Der Gegenbegriff dazu, die Verantwortungsethik, orientiert sich an den Ergebnissen der Handlungen und deren Verantwortbarkeit. Die Folgen entscheiden über die moralische Vertretbarkeit oder Verwerflichkeit und richten sich nach gesellschaftlichen Normen.⁹¹ Beide Ethiken können dazu führen, dass ein Journalist sich dazu entscheidet, nicht über ein Thema zu berichten, da es weiterführende Auswirkungen auf den Protagonisten haben kann. So könnte ein sich ausschließlich der Verantwortungsethik verpflichtender Journalist zum Gefälligkeitsjournalisten tendieren.

Besonders Boulevardmedien dringen in das Leben von Personen ein, die grundlegend nicht die öffentliche Meinung interessieren, dazu gehören Privatpersonen, also Menschen, denen keine Prominenz anhaftet. Diese Menschen werden erst durch den medialen Prozess zum öffentlichen Interesse, da über sie berichtet wird.

„Ganze journalistische Sparten leben davon, die Privatsphäre – nicht nur von Prominenten – zum öffentlichen Thema zu machen. Das Diabolische dabei ist, dass bei der entrüsteten Darstellung von Fällen journalistischer Fehlleistungen alle Elemente, auf die sich die Entrüstung bezieht, selbst Anwendung finden. (...) Die Diffusion von Privatheit und Öffentlichkeit ist in der Entwicklung moderner Massenmedien ein Schlüsselthema.“⁹²

Nun ist fraglich, welche Rolle die Rezipienten in dem Informationsgefüge der Medien spielen. Die Medienprodukte werden gemacht, um von ihnen konsumiert zu werden. Das heißt, was beliebt ist, wird gezeigt. Begehen Journalisten ethische Vergehen, um das Publikum zufrieden zu stellen und besteht die Möglichkeit durch verbesserte Medienselektion diese Tendenz reduzieren?

91 Vgl. Düwell, Hübenthal, Werner (2002), S. 523

92 Wiegerling (1998), S. 160

4.2. Publikumsethik

Die Verantwortung des Publikums ist bei medienethischen Überlegungen oftmals zweitrangig, meist bezieht sich die Verantwortung gleich auf die journalistische Berufsethik. Der Rezipient spielt allerdings auch eine große Rolle im Kommunikationsprozess zwischen Medien und Publikum. Doch wird dies in medienkritischen Aussagen seitens der Rezipienten oft vergessen oder es besteht gar kein Bewusstsein für die eigene Funktion. Die Rezipienten müssen sich ihrer Rolle bewusst werden, um ihren Pflichten als Publikum nachzukommen und Medieninhalte aktiv mitzugestalten, statt nur passiv zu empfangen. Um eine Umgestaltung der Medien zu bewirken, muss man als Einzelner aktiv werden, indem man z.B. Leserbriefe verfasst oder Programmkritiken an Rundfunkanstalten sendet. Die „communal responsibility“ erfordert die Aufmerksamkeit und die aktive Teilnahme eines jeden Bürgers, der Medien konsumiert. Diese Aufmerksamkeit schließt die Forderung eines unabhängigen, aufklärenden Journalismus ein. Der Nutzer verfügt über Rückmeldungskanäle, die er zum Einfordern individueller Programmpräferenzen oder journalistischer Qualität einsetzen kann. Die Überprüfung der Medien darf nicht allein der Politik überlassen werden.⁹³

Hamelink fasst die Forderungen an Rezipienten in „Ten Commandments for Media Consumers“ zusammen, die er als Anregung eines öffentlichen Diskurses über die gemeinsame Verantwortung von Medienproduzenten und -nutzern sieht:

1. Thou shalt be an alert and discriminating media consumer.
2. Thou shalt actively fight all forms of censorship.
3. Thou shalt not unduly interfere with editorial independence.
4. Thou shalt guard against racist and sexist stereotyping in the media.
5. Thou shalt seek alternative sources of information.
6. Thou shalt demand a pluralist supply of information.
7. Thou shalt protect thine own privacy.
8. Thou shalt be a reliable source of information.
9. Thou shalt not participate in chequebook journalism.
10. Thou shalt demand accountability from media producers.⁹⁴

⁹³ Vgl. Funiok (2007), S. 155ff.

⁹⁴ Hamelink (1995) S. 505, In: Funick (2007), S. 161

Die Diskussion über Publikumsethik kann so weit führen, dass den Rezipienten gar die alleinige Verantwortung im Medienprozess zugeschrieben wird:

„Wenn also beispielsweise zuviel Gewalt in den Medien zu einem Anwachsen realer Gewalt führt (...), so ist dieser Argumentation zufolge der die Gewalt rezipierende Zuschauer der Verursacher, denn er hat sie sich ja schließlich – wegen Fehlens einer anständigen Moral – angesehen. Der Produzent, der Schauspieler, der Programmdirektor – sie sind ebenso von ihrer Verantwortung befreit, wie der Medienpolitiker und -jurist.“⁹⁵

Dies ist jedoch eine sehr einseitige Ansicht, stellt die Medienkommunikation doch eine wechselseitige Beziehung zwischen Medienunternehmen und Mediennutzer dar.

Neben der aktiven Rückmeldung, sollte der Rezipient bewusst prüfen, welche Medienprodukte er auswählt und diese Informations- oder Unterhaltungsgebote kritisch beurteilen. Die Medienauswahl soll zudem bedürfnisorientiert geschehen, auch um eine eigene Identität und individuelle Erlebnisformen der Medienprodukte zu entwickeln. Die überlegte Selektion eines Programmes verhindert in der Flut des Angebots unterzugehen, bedeutet es doch immer auch den partiellen Verzicht anderer Programme. Durch die Verweigerung der Rezeption fragwürdiger Medieninhalte kann der Rezipient dazu beitragen, die Qualität auf dem Mediensektor zu erhöhen. Der Spielfilm „Free Rainer – Der Fernseher lügt“ schildert die Problematik der Publikumsverantwortung, in dem er die Wandlung eines quotenorientierten TV-Produzenten zu einem Aufklärer beschreibt, der durch Manipulation der Messgeräte zur Quotenermittlung eine Verbesserung des Fernsehprogramm erreichen will.

Dieser Anspruch an das Publikum scheint wenig erfolgversprechend, da sich gerade problematische Inhalte besonderer Beliebtheit erfreuen. Die Fernsehnutzung wird in der Kindheit im sozialen Kontext der Familie erlernt. Schon dann bedarf es einer Orientierungs- und erzieherischen Hilfe, um Medien reflektierend zu verwenden. Später ist es die Selbstdisziplin und Selbstbildung, die hilft dies fort zu führen. Die dritte relevante Rolle in der Mediennutzung nehmen Erzieherpersonen ein, wie Eltern, Lehrer oder Erzieher im Kindergarten. Sie tragen die Verantwortung für die Entwicklung der ihnen angetrauten Kinder und Jugendlichen. Medien beeinflussen den Alltag und nehmen eine nicht zu unterschätzende Rolle in der Identitätsbildung Heranwachsender ein.

⁹⁵ Winterhoff-Spurk (1996), S.190, In: Funick (2007), S. 172

Im Umgang mit Medieninhalten entwickeln sie ein Selbstbild und Konzepte für Paarbeziehungen. Schwierige Inhalte müssen mit Kindern besprochen werden, vor allem bei Gewaltdarstellungen, rassistischen, pornografischen Inhalten, sowie Werbung und Problemen, die in diesem Zusammenhang auftauchen können. Erzieherische Betreuer stehen in der Pflicht, die Fähigkeit einen selbstbestimmten, angstfreien und kritischen Medienumgang zu entwickeln, zu fördern und zu vertiefen.⁹⁶

⁹⁶ Vgl. Funiok (2007), S. 172ff.

AKTUELLER FORSCHUNGSSTAND

5. Mediale Selbstdarstellung und Identität

Bevor für Protagonisten Konsequenzen aufgrund der Mitwirkung in TV-Magazinen entstehen können, steht die Entscheidung im Raum, sich im Fernsehen selbst inszenieren zu wollen. Diese Entscheidung wird von unfreiwillig gefilmten Protagonisten nur insofern getroffen, dass sie Interviewanfragen im Voraus ablehnen und ihnen von Journalisten aufgelauert wird. In diesem Kapitel soll geklärt werden, warum Protagonisten sich freiwillig dazu entscheiden sich einer breiten Masse, in dem Fall den Fernsehrezipienten, zu präsentieren und weshalb manche Menschen mehr zur Selbstdarstellung neigen, als andere.

5.1. „Selbst“ und „Identität“ als psychologische Konstrukte

Das „Selbst“ oder auch „Selbst-Bewusstsein“ meint die subjektive Sicht eines Individuums auf die eigene Person. Es entsteht, wenn man sich aus dem Standpunkt einer anderen Person als Objekt oder Persönlichkeit mit bestimmten Merkmalen und Eigenschaften auffasst. Diese Merkmale können physischer und psychischer Art sein; Erinnerungen, Merkmale aus der Vergangenheit, der Gegenwart und mögliche Merkmale der Zukunft. Die Abgrenzung zwischen „Selbst“ und „Identität“ ist schwierig. In der Soziologie und Sozialpsychologie wird „Identität“ dahingehend erklärt, dass ein Individuum eine Vielzahl heterogener Rollen ausfüllt (z.B. Eltern-, Kind-, berufliche Rolle) und dabei trotzdem stets die gleiche Person bleibt. Während einige Wissenschaftler die Identität als die rollenunabhängige Einmaligkeit eines Menschen betrachten, sehen es andere als eine nach außen dargestellte Individualität, angepasst an die jeweilige Interaktionssituation.⁹⁷

Selbstdarstellung bedeutet die Darstellung eines Individuums gegenüber eines Publikums, sei es ein Publikum in der sozialen Umgebung mit wenigen Interaktionspartnern oder einer großen Öffentlichkeit. Eine Person präsentiert sich öffentlich, wenn es sich fremden Personen gegenüber äußert, mit ihnen Kontakt aufnimmt und so Öffentlichkeit herstellt.

⁹⁷ Vgl. Mummendey (1995), S. 57

Es findet ein Übergang des Für-sich-Seins zum Für-andere-Sein statt. Artikuliert man sich öffentlich zu einem Thema, betrifft das nicht nur den jeweiligen Kommunikations- und Interaktionspartner z.B. den interviewenden Redakteur, man präsentiert seine Aussagen und Taten einer größeren Öffentlichkeit, die sich durch die Verbreitung und Wirkung der Aussagen oder durch die bloße Vorstellung einer Publikumsschar definiert. Der Soziologe Richard Sennett sieht Parallelen zwischen Schauspielern und einfachen Straßenpassanten, die sich seiner Auffassung nach mit Kleidung dekorieren und durch Kleidung und Sprache ihre soziale Stellung in der Gesellschaft deutlich machen. Dadurch hebt sich öffentliches Verhalten durch privates Verhalten ab, verhält man sich im privaten Raum doch natürlicher und weniger gekünstelt als in öffentlichen Sphären.⁹⁸ Das Prinzip der personalen Repräsentation macht die Öffentlichkeit zur Bühne und die Inszenierung der Person zum Element der Bühnengestaltung.⁹⁹

Sozialpsychologisch wird das Verhältnis zwischen Individuum und Öffentlichkeit vom Soziologen Erving Goffman in seiner bekanntesten Publikation „Wir spielen alle Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag“ beschrieben. Auch Goffman zieht den Vergleich zu Schauspielern, demnach Personen im Alltag ähnlich agieren wie Akteure auf einer Theaterbühne. Schon im Vorwort heißt es darin von Lord Ralf Dahrendorf:

„Die soziale Welt ist eine Bühne, eine komplizierte Bühne sogar, mit Publikum, Darstellern und Außenseitern, mit Zuschauerraum und Kulissen, und mit manchen Eigentümlichkeiten, die das Schauspiel dann doch nicht kennt. Das Bild ist alt. (...) Goffmann geht es (...) um den Nachweis, daß die Selbstdarstellung des einzelnen nach vorgegebenen Regeln und unter vorgegebenen Kontrollen ein notwendiges Element des menschlichen Lebens ist.“¹⁰⁰

Der Mensch wird von Goffman zweiteilig betrachtet: Als Darsteller, der Eindrücke erzeugt, in dem er damit beschäftigt ist, ein Schauspiel zu inszenieren und zum anderen als Schauspielfigur, die Eigenschaften des Darstellers offenbart. Das Bild, das der Einzelne erzeugt, wird aus einer Merkmalskette verschiedener Ereignisse kreiert, die es für das Publikum interpretierbar machen. Die entscheidende Frage beim Spielen einer Rolle ist, wie glaubwürdig oder unglaubwürdig sie ist.

98 Vgl. Mummendey (1995), S39ff.

99 Vgl. Bublitz (2010), S. 39

100 Vorwort von Lord Ralf Dahrendorf (1969), In: Goffman (1969), VIII

In nichtmedialen Räumen finden sich ebenfalls eine Hinterbühne, eine Vorderbühne, Requisiten, eine Ensemble an Personen, durch deren Verbindung die Rolle des Selbst entsteht.¹⁰¹ Doch werden im Leben nicht, wie auf einer Bühne, Tatsachen vorgetäuscht, sondern wahrscheinlich Dinge präsentiert, die echt und nur ungenügend erprobt sind. Im realen Leben sind die Rollen auf zwei reduziert: Die, die eine Person spielt und die Personen, die das Publikum bilden. Menschen verhalten sich meist so, dass sie gewünschte Reaktionen und einen bestimmten Eindruck bei anderen hervorrufen. Dazu entnehmen sie mögliche Informationen aus dem Verhalten anderer, um die Situation definieren zu können. Sind diese Informationen nur unzureichend, wird auf frühere Erfahrungen mit ähnlichen Persönlichkeiten oder Klischees zurückgegriffen.¹⁰²

Die Entscheidung sich als Protagonist herzugeben bzw. Medienanfragen abzulehnen, kann damit erklärt werden, dass wir Entscheidungen aufgrund von Schlussfolgerungen treffen. Personen, die sich vor einer Kamera präsentieren, werden nicht schlussfolgern, dass ihnen das Medienunternehmen etwas Schlechtes will oder sie negativ darstellen kann und nehmen diese Konsequenz für die Befriedigung ihres selbstdarstellerischen Drangs in Kauf. Umgekehrt ziehen ablehnende Personen den Schluss, dass eben genau das passieren könne und gehen dem aus dem Weg. Das rezipierende Publikum hat den Vorteil, dass die Technik, berechnetes Handeln einer Person zu entlarven, stärker ausgeprägt ist, als die Fähigkeit eines Individuums, das eigene Verhalten zu manipulieren.

¹⁰³ Unauthentisches Agieren, welches erkannt wird, kann in den Medien, von Rezipienten, wie auch im privaten Rahmen, als negatives Handeln eingestuft und bewertet werden.

Der erste Eindruck ist entscheidend. So ist es für den Einzelnen einfacher zu Beginn einer Begegnung zu klären, wie man von dem Gegenüber behandelt werden möchte, als die Art der Behandlung zu verändern, wenn die Interaktion bereits begonnen hat. In unserer Gesellschaft hat es sich etabliert, dass jeder Mensch damit rechnen kann, von anderen nach seinen sozialen Eigenschaften behandelt zu werden. Auf der anderen Seite wird erwartet, dass die vorgegeben Eigenschaften auch real und nicht gespielt sind.¹⁰⁴

Überträgt man dieses Prinzip auf die Interaktion zwischen Redakteuren, Publikum und Protagonisten, scheinen erstere zu erwarten, dass der Protagonist in seinen Aussagen und Taten real ist, insofern nichts anderes ausdrücklich vereinbart oder im Beitrag erkenntlich wurde.

101 Vgl. Goffman (1969), S. 230f.

102 Vgl. Goffman (1969), S. 2ff.

103 Vgl. Goffman (1969), S. 7ff.

104 Vgl. Goffman (1969), S. 14ff.

Die Akteure ihrerseits wünschen sich von den Redakteuren und dem Publikum so angenommen zu werden, wie es ihren persönlichen Eigenschaften entspricht. Fallbeispiele zeigen, dass in der Realität Diskrepanzen dieses Prinzips auftauchen können.

In unserer alltäglichen Selbstdarstellung treffen wir ständig Sicherheits- und Korrekturmaßnahmen, um beschämende, unangenehme Situationen zu vermeiden oder unvermeidbar schamhafte Ereignisse auszugleichen. Paradox ist, dass soziale Gruppen jedoch großes Interesse am absichtlichen Herbeiführen gerade dieser peinlichen Situationen zeigen. Anekdoten aus der Vergangenheit werden ausgeschmückt und weitererzählt und es gibt zahlreiche Spiele, die Intimitäten ausplaudern oder unbehagliche Taten begehen lassen¹⁰⁵. Nehmen wir nur das Beispiel „Wahrheit oder Pflicht“ im privaten Rahmen oder zahlreiche TV-Shows, in denen sich Prominente oder „Normalbürger“ in heikle, peinliche, unangenehme oder für andere lustige Situationen bringen oder bringen lassen.

Spricht man nach Goffman von „Fassade“, ist das „standardisierte Ausdrucksrepertoire“ gemeint, das der Mensch während seiner Vorstellung bewusst oder unbewusst verwendet und mit dem sich der Darsteller am ehesten identifizieren kann. Zur persönlichen Fassade gehören u.a. Geschlecht, Alter, Kleidung, Haltung, Mimik und Gestik, Amtsabzeichen und anderes. Merkmale, wie das Geschlecht, sind stark fixiert, wohingegen Ausdrücke der Mimik oder Gestik flüchtig und veränderbar sind. Goffman empfiehlt zusätzlich, die persönliche Fassade in „Erscheinung“ und „Verhalten“ zu splitten. Die Erscheinung informiert das Publikum über den sozialen Status des Darstellers und in welcher augenblicklichen Situation (z.B. Arbeit, Erholung) er sich befindet. Das Verhalten hingegen zeigt ihnen die Rolle, die der Darsteller während der Interaktion zu spielen beabsichtigt (z.B. Hochmut, Aggression). Erscheinung und Verhalten können sich bspw. dahingehend widersprechen, dass eine Person, die eine gut situierte Erscheinung gibt, dem Publikum eher unsicher oder vertraulich verhält. Entscheidend ist, dass Menschen auf ihrer „Bühne“ sich selbst bestätigende Gegebenheiten illustrieren, welche sonst vom Rezipienten unbemerkt geblieben wären und in ihrer Selbstdarstellung dazu neigen gesellschaftlich anerkannte Werte in stärkerem Maße zu verkörpern, als sie es privat tun.¹⁰⁶

Das von Goffmann entwickelte „Modell der sozialen Interaktion“ lässt sich auf jede gesellschaftliche Einrichtung anwenden.

105 Vgl. Goffman (1969), S. 16f.

106 Vgl. Goffman (1969), S. 25ff.

Es sagt etwas darüber aus, wie durch Momente einer Interaktion, vor dem Publikum eine Situation entworfen wird, die eine Darstellung ergibt.

5.2. Der mediale Akteur

Laut Bergmann und Pörksen liefert man sich den Medien aus, sobald man einmal private Details preisgibt und von z.B. Drogen, Krankheiten, Schönheitsoperationen oder Missbrauchserfahrungen berichtet, da Journalisten selten das Recht auf Intimität wahren und ausschließlich ihren wachsenden Bedarf an Darstellern decken, um immer mehr bunte Seiten oder Sendeflächen zu füllen. Es ist ein zweischneidiges Schwert, da die Menschen zum einen Übergriffe der Medien fürchten, aber noch mehr den Verlust bereits erlangter Prominenz bzw. eines gewissen Bekanntheitsgrads. Diese Prominenz wird als Maß für Aufmerksamkeit und Wohlstand gesehen oder als weitere berufliche Perspektive betrachtet.¹⁰⁷

Theatralität im Sinne von Körperlichkeit, Inszenierung und kultureller Performance, geht immer mit einer „Semantik der Selbstentfaltung“ einher, die in vielen Theorieansätzen eine herausragende Bedeutung findet. Riesmanns Theorie der „einsamen Masse“ (1958) unterscheidet als Entwicklungsmodell drei soziale Charaktertypen: Den traditionsgeleiteten (tradition-directed), den innengeleiteten (inner-directed) und den außergeleiteten (other-directed) Typen. Die kultursoziologische Studie der Erlebnisgesellschaft von Gerhard Schulz, erklärt die Steigerung moderner Selbstinszenierung mit einem vermehrten Erlebnishunger der Gesellschaft, der schwer befriedigt wird.¹⁰⁸

Im Leben eines Menschen kann das Fehlen öffentlicher Beachtung Gefühle von Leere, Einsamkeit und Wertlosigkeit hervorrufen. Das Vorhandensein von zu viel Öffentlichkeit kann das Gefühl von Ausgeliefertsein oder die Angst die Kontrolle über die eigene Person zu verlieren anregen. Eine Person mit einer hysterischen¹⁰⁹ Persönlichkeit sucht die Aufmerksamkeit, um ein Gefühl von Nichtigkeit zu beseitigen.

Soziophobe Persönlichkeiten haben hingegen Angst vor großer Aufmerksamkeit und Zuschauern, was sich in Unwohlsein, Scham und Erröten äußert.

¹⁰⁷ Vgl. Bergmann, Pörksen (2007), S. 11f.

¹⁰⁸ Vgl. Bublitz (2010), S. 114f.

¹⁰⁹ Egozentrisches, theatralisches Verhalten; übertrieben emotional, übermäßiges Bedürfnis nach Aufmerksamkeit, Bestätigung, Anerkennung und Lob

Die Anlage der eigenen Persönlichkeit ist ein Faktor dafür, wie schnell die eigene Medienpräsenz zu Problemen und traumatischen Erlebnissen führen kann¹¹⁰.

Mediale und alltägliche Realität sind in der heutigen Zeit immer schwieriger voneinander abzugrenzen. Die Interessen der Öffentlichkeit orientieren sich vorrangig an äußeren Werten, sodass beispielsweise politischer Nachwuchs weniger wegen der politischen als wegen der medialen Tauglichkeit rekrutiert wird. Talkshows sind nicht nur in der Politik ein geeignetes Medium, um Öffentlichkeit für die eigene Person zu erzeugen. Die Teilnehmer finden in der Selbstthematisierung eine Befriedigung ihrer Eitelkeit. Das Publikum analysiert jede Regung der Teilnehmer.

Der Drang sich selbst im Rampenlicht zu präsentieren, steht häufig in Verbindung mit seelischer Aufarbeitung von Problemen, der Reue, dem Eingestehen von Fehltritten und öffentlicher Buße. Für Künstler ist die Öffentlichkeit zum einen ein persönliches Anliegen, zum anderen auch die Grundlage wirtschaftlicher Zufriedenheit. Die Präsenz in der Öffentlichkeit ist zuweilen auch für jene ein Lebensziel, die nicht des Berufes wegen darauf angewiesen sind. Die öffentliche Präsenz eines Individuums wird mit hohem Prestige und Kompetenz verbunden, auch wenn dies letztlich gar nicht der Fall ist. Doch die Medien geben den Menschen eine Möglichkeit der „Mittelmäßigkeit“ zu entkommen, da unzählige mediengepushte Stars diesen Aufstieg repräsentieren. Dabei wird das Öffern der kommerzielle Missbrauch der eigenen Person verkannt und eine Wiederholung der medialen Präsenz in Kauf genommen, um die eigene Prominenz dauerhaft zu etablieren. Um nicht wieder für die Öffentlichkeit bedeutungslos zu werden, nehmen die Menschen Qualitätsverluste in der medialen Berichterstattung in Kauf¹¹¹.

Der Darstellungsdrang ist ein natürlicher exhibitionistischer Trieb, der schon in der Tierwelt zu finden ist: Ein männlicher Pfau stellt die Pracht seines farbenfrohen Gefieders zur Schau, um dem Pfauenweibchen zu imponieren. Die Natur hat das Auge und auch etwas für das Auge geschaffen. Die meisten Tätigkeiten des Alltags haben eine kommunikative Intention und die Aufgabe an die Aufmerksamkeit anderer zu appellieren¹¹².

110 Vgl. Gmür (2007), S. 7

111 Vgl. Gmür (2007), S. 18ff.

112 Vgl. Gmür (2002), S. 86f.

Umberto Eco verurteilt den aktuellen medialen Selbstdarstellungskult, der jeden dazu bringe, „seine eigene Irrelevanz zu bekunden“ und dafür sogar „die Rolle des Dorftrottels“ einzunehmen, um millionenfache Aufmerksamkeit zu erlangen¹¹³.

„(...) Alle sind zufrieden: Der Ärmste, der sich zur Schau stellt, der Sender, der eine Show produziert hat, ohne die Akteure bezahlen zu müssen, und wir, die wir endlich wieder über die Dummheit lachen können, indem wir unseren Sadismus befriedigen.“¹¹⁴

Der „kleine Mann“ versucht sein Geltungsbedürfnis vor der Kamera auszuüben, versucht sich für einige Momente als Star, prominent und populär zu fühlen. Dass dieser Weg oft in Form von Bekenntnissen vor Publikum gegangen wird, liegt daran, dass sich die Akteure eine Entlastung der Selbstvorwürfe erhoffen.

Nach dem Eingeständnis von Fehlern oder moralischen Missetaten vor vielen Menschen, glauben sie nichts mehr umständlich verdrängen, anpassen oder lügen zu müssen. Outen sie sich als z.B. Alkoholiker, essgestört oder Fetischist freiwillig am Bildschirm, so fällt die schrittweise Aufklärung des Umfelds meist weg, kann dafür jedoch andere Folgen mit sich ziehen, wie etwa ein Kontaktabbruch der Familie oder der Freunde. Die „Exhibitionisten vor der Kamera“ begehen so manches Mal Tabubrüche, von denen sie selbst weniger profitieren, als die Voyeure im Publikum oder vor dem Fernseher¹¹⁵.

Mario Gmür teilt die Akteure der medialen Arena in vier Gruppen. Die erste Gruppe sind Politiker, die über die Medien ihre Popularität steigern wollen. Bei der zweiten Gruppe handelt es sich um beruflich motivierte Akteure, wie Künstler, Publizisten oder Sportler. Gruppe drei umfasst freiwillige unbekannte Akteure, wie die Teilnehmer einer Talkshow oder die Kandidaten der Fernsehshow Big Brother. Personen, die unfreiwillig zu Akteuren der Berichte werden, bilden die vierte Gruppe. Zu ihnen gehören z.B. Unfallopfer, Angeklagte oder Angehörige von Prominenten, wenn über sie ohne ihre Zustimmung und Wissen berichtet wird.¹¹⁶

113 Vgl. Eco (2000), S. 77, In: Gmür (2002), S. 91

114 Vgl. Eco (2000), S. 77, In: Gmür (2002), S. 91

115 Vgl. Gmür (2002), S. 92ff-

116 Vgl. Gmür (2002), S. 116

5.3. Das Fernsehen und die Publikumsforschung

Das Publikum neigt dazu Zeichen falsch zu deuten, Hinweise des Darstellers misszuverstehen oder Gesten und Hinweise falsch zu interpretieren. Diese Problematik liegt in verschiedenen Störquellen der Kommunikation begründet. Diese Störungen umfassen u.a. Dialekte (Codedifferenz), mangelnde Ausführlichkeit der Darstellung, negative Sozialbeziehungen, emotionale Beeinflussung und das Zurückhalten von Informationen. Der Protagonist bildet bestimmte Wünsche, welche Eindrücke er auf das Publikum machen möchte. Ungewollte Gesten oder Missgeschicke in seiner Darstellung vermitteln jedoch Impressionen, welche unvereinbar mit seinen Wünschen sind. Goffman unterscheidet drei Gruppen derartiger Vorfälle. Zum einen kann es vorkommen, dass der Darsteller ungewollt unfähiges, schlechtes Benehmen an den Tag legt, in dem er z.B. stolpert, rülpst, gähnt, sich verspricht oder kratzt. Zum Zweiten kann er den Eindruck vermitteln, zu wenig oder zu stark an der Interaktion beteiligt zu sein, was sich in Stottern, Nervosität oder Befangenheit äußern kann, er in Gelächter ausbricht oder wütend wird. Drittens kann die Wirkung des Darstellers auf das Publikum durch mangelhafte Inszenierung beeinträchtigt sein. Derartiges geschieht durch peinliche Pausen in der Interaktion oder unvorhergesehene Zufälle, die den Auftritt des Protagonisten verschieben oder verändern.¹¹⁷ Zuschauer spüren es, ob die Eindrücke, die der Darsteller erzeugen will, echt oder gespielt sind. Unechte Protagonisten bringen sich in eine gefährliche Lage, kann doch jeden Moment ein Ereignis eintreten, durch das sie enttarnt werden und ihr Widerspruch sichtbar wird, was wiederum zu öffentlicher Demütigung und dem Verlieren des guten Rufs führen kann.¹¹⁸

Fernsehschauen scheint ein simpler Akt zu sein. Doch nimmt das Fernsehen einen großen Stellenwert im Leben vieler Menschen ein und verbindet komplexe soziale und psychologische Prozesse miteinander. Wie schon nach ethischen Aspekten besprochen, nimmt das Publikum eine entscheidende Rolle in der Medienproduktion oder auch auf der wirtschaftlichen Seite der Medienunternehmen ein.

¹¹⁷ Vgl. Goffman (1969), S. 48ff.

¹¹⁸ Vgl. Goffman (1969), S. 55

„Das Publikum ist wesentlich für unser Verständnis der Medien. (...) Die 'Ware Zuschauer' ist es, die die kommerziellen Sendungen unterstützt. (...) Kurz gesagt, das Publikum ist die Grundlage für die wirtschaftliche und kulturelle Macht der Medien. Ohne die Zuschauer hätte das gesamte Unternehmen keinen Sinn.“¹¹⁹

Der Begriff „Publikum“ ist nach Ellis von „Zuschauern“ zu unterscheiden, da Zuschauer Individuen meinen und das Publikum einen Massenzusammenschluss, der in der statistischen Forschung Beachtung findet. Den Stellenwert, den Menschen dem Fernsehen in ihrem Leben einräumen, wird deutlich, wenn man betrachtet, dass einige Gesellschaften durchschnittlich 40% ihrer Freizeit dem Fernseherlebnis einräumen.¹²⁰ Warum diese Zahl derart hoch ist, erklärt sich damit, dass Rezipienten das Fernsehen als das „Fenster zur Welt“ benutzen, können sie doch Plätze erreichen, die sonst physisch und sozial unerreichbar scheinen. Da den Menschen von Natur aus eine gewisse Neugier und Wissensdurst anhaftet, wollen sie sich über ihre unmittelbare Umgebung und über Dinge informieren, die für sie von Nutzen oder zumindest in der Zukunft von Nutzen sein könnten.¹²¹ Selbst die Publikumsforschung spricht von einem intentionalen, zielgerichteten Handeln eines aktiven Publikums, welches zwei grundlegende Stränge verknüpft: Das normative (soziologische) bzw. dispositionale (psychologische) Paradigma der Handelstheorie und das interpretative Paradigma. Das soziologische bzw. psychologische Paradigma deutet das Handeln der Rezipienten aus Sicht der Bedürfnisse, Einstellungen, Normen und Werte der Personen. Letzteres Paradigma spricht Zuschauern die Fähigkeit der Reflexion zu, des Handelns, anstatt des bloßen Reagierens.¹²²

Auf die Festlegung einiger Forscher, dass es sich beim Rezipieren um ein passives Publikum handele, welches aufnehme, was das Fernsehen biete, ohne Neigungen und Ansichten des Individuums zu beachten, legte sich die *Uses and Gratifications-Forschung* auf das Konzept des aktiven Publikums fest. Der Uses and Gratifications Approach verfolgt die Annahme, dass massenmediale Inhalte konsumiert werden, weil sich der Rezipient dadurch eine Art Befriedigung von Bedürfnissen und Wünschen erhofft.

119 Vgl. Webster & Phalen (1996), S. 1 In: Strauß (1998), S. 177

120 Vgl. Strauß (1998), S. 178ff.

121 Vgl. Strauß (1998), S. 196

122 Vgl. Schenk (2002), S. 606

Diese Art der Belohnung (Gratifikation), kann von Person zu Person unterschiedlich ausfallen. So kann es sein, dass ein Mensch beim Schauen eines Krimis hofft, Details einer Stadt wieder zu erkennen, ein anderer möchte am nächsten Tag am Arbeitsplatz mitreden können. Der Zuschauer wird als Individuum betrachtet, welches Überlegungen anstellt, bevor es dazu entscheidet fernzusehen und aus dem reichhaltigen Angebot ein Programm auszuwählen.¹²³ Neben der bewussten Auswahl des Medienprogramms nach individuellen Bedürfnissen und Ansichten, wird dem Publikum eine kritische Fähigkeit zugestanden, die dazu befähigt Sendungen zu bewerten und zu selektieren.

Die Publikumsforschung untersucht, wie das Publikum zu einem aktiv handelnden Part im Kommunikationsprozess wird und wie es mit Medien umgeht bzw. wie diese verwendet werden. Grundsätzlich lassen sich zwei Fragestellungen kennzeichnen: Welche Art von Gratifikationen erhalten Menschen, wenn sie Massenmedien konsumieren? Welche Faktoren bestimmen den individuellen Gebrauch der Massenmedien?

In Anlehnung an McQuail, Blumler und Brown (1972) und McQuail (1983) unterscheidet Burkart folgende Gratifikationen:

- Ablenkung und Zeitvertreib:

Die Medien helfen als Ablenkung aus alltäglicher Routine und Langeweile und bieten eine Fluchtmöglichkeit vor privaten Problemen. Der Rezipient erwartet „emotionale Befreiung“.

- Persönliche Beziehungen

Parasoziale Interaktion meint ein Phänomen, bei dem Rezipienten versuchen quasisoziale Beziehungen mit Medienakteuren einzugehen und so handeln, als liege eine tatsächliche Freundschaft oder zumindest persönlicher Kontakt vor. Besonders Personen mit spärlichen sozialen Kontakten im realen Leben oder unzufriedene Personen versuchen diesen Mangel über parasoziale Interaktion auszugleichen. Die Mediennutzung kann zudem reale Interaktion voran treiben, durch u.a. Gesprächsstoff.

- Persönliche Identität

In den durch die Medien vermittelten Aussagen versucht der Rezipient einen persönlichen Bezug zu finden und mehr über sich selbst zu erfahren. Die Identifikation mit Personen, Handlungen, Situationen oder Ideen führt dazu, dass die eigene Lebenssituation gerechtfertigt, eingeschätzt oder verbessert werden kann.

¹²³ Vgl. Strauß (1998), S. 197

Prof. Dr. Peter Ohler (Technische Universität Wien) sprach in seinen Vorlesungen der Medienpsychologie von dem Fakt, dass wir nur Fernsehen schauen würden, um uns selbst besser zu fühlen.¹²⁴

- Kontrolle der Umwelt

Mit Hilfe der Medien erhalten Rezipienten Informationen über ihre Umwelt. Es bezieht sich auf den Wunsch mehr über die „weite Welt“ zu erfahren.¹²⁵

124 Anmerkung aus einer persönlich besuchten Vorlesung von Prof. Dr. Ohler an der TU Chemnitz zum Thema „Medienpsychologie“ im Jahr 2006

125 Vgl. Burkart (2002), S. 227ff.

6. Reziproke Effekte

6.1. Die ersten Schritte zur Entdeckung reziproker Effekte

Kurt und Gladys Engel Lang sind renommierte US-amerikanische Soziologen und Medienwissenschaftler, die sich in ihren Publikationen mit den resultierenden Effekten der Fernsehberichterstattung beschäftigten. Im Jahre 1953 veröffentlichten sie im „American Sociological Review“, einem offiziellen Journal für und von Soziologen, eine Abhandlung zum Thema „The Unique Perspective Of Television And Its Effect: A Pilot Study“. Die Studie befasst sich mit den Unterschieden zwischen der Wahrnehmung eines Ereignisses der Zuschauer vor Ort und der Wahrnehmung der Fernsehzuschauer.

Als Fallbeispiel betrachteten sie den MacArthur Day in Chicago und die Unterschiede zwischen der Wahrnehmung der teilnehmenden Zuschauer und der Wahrnehmung derer, die das Event auf Video verfolgten¹²⁶. In diesem Zusammenhang wurden auch erstmals, wenn auch eher als Randnotiz, die „reciprocal effects“ erwähnt.

Sie besagten, dass die Kamera eine jubelnde, laute, winkende Menschenmenge zeigte, diese Reaktionen des Publikums jedoch von der Kamera selbst verursacht wurden. Die Menschen wurden von der Vorstellung im Fernsehen zu sein erregt und drängten sich ins Bild, um von den Bekannten vor dem Fernsehbildschirm gesehen zu werden¹²⁷. Der Begriff „reziprok“ wird mit „wechselseitig, aufeinander bezogen“ definiert¹²⁸. In diesem Zusammenhang stellten die reziproken Effekte die Auswirkungen des Gefilmtwerdens und die Möglichkeit im Fernsehen aufzutauchen auf die Reaktionen der Menschen dar, nicht aber welche Auswirkungen diese Fernsehpräsenz nach Ausstrahlung für die Protagonisten haben kann.

In dem 2002 erschienenen Buch „Television And Politics“ führen die Langs das Thema „reziproke Effekte“ weiter aus, doch beziehen sich wiederholt auf den MacArthur Day 1953. „The power of television to generate activity“ sei ein weiteres wichtiges Element in der Wechselbeziehung zwischen Fernsehen, Kamera und Akteuren.

¹²⁶ Vgl. Lang (1953), S. 3

¹²⁷ Vgl. Lang (1953), S. 10

¹²⁸ Vgl. Die neue deutsche Rechtschreibung (1996), S. 795

Das heißt, dass die Kamera durch ihre reine Anwesenheit Reaktionen der Akteure hervorruft, die sonst nicht stattfinden würden. Für die Menschen ist es etwas Besonderes im Fernsehen zu sein und sei es nur als einzelne Person, als einer von vielen, in einer großen Menschenmenge¹²⁹.

„The continually nudged each other and grinned, wondering what kind of image they might relay across the nation.“¹³⁰

Die Kamera ist aber nicht nur ein Aktivitätsreiz für die Akteure, sie hilft auch der Orientierung, blickt doch die Kamera immer dort hin, wo die interessantesten Bilder zu sehen sind. Neue Kommunikationsmittel sind mehr als reine Wissens- und Informationsübermittler.¹³¹ Sie führen zu wechselseitigen Reaktionen zwischen den Protagonisten, den Rezipienten und den Produzenten. Die Rezipienten reagieren auf die Taten der Fernsehakteure, welche wiederum eine Reaktion auf die Rezipienten zeigen, sollte sie deren Meinung erreichen (z.B. im persönlichen Umfeld oder Reaktionen im Internet). Die Akteure reagieren auf die Kamera oder die Anweisung der Medienproduzenten, die ihre Berichterstattung wiederum an den Aktionen der Protagonisten ausrichten.¹³² Die Produzenten haben eine wechselseitige Beziehung zu den Rezipienten, da möglichst gesendet wird, was diese sehen wollen und der Rezipient anschaut, was im Fernsehen gezeigt wird.

129 Vgl. Lang (2002), S. 52

130 Lang (2002), S. 52

131 Vgl. Lang (2002), S. 52f.

132 Vgl. Kepplinger (2010), S. 137

6.2. Dimensionen reziproker Effekte

Der Kommunikationswissenschaftler H.M.Kepplinger definiert reziproke Effekte konkreter als „den Einfluss der Medien auf diejenigen, über die sie berichten“¹³³. Die reziproken Effekte sind abhängig von der persönlichen Betroffenheit und der spezifischen Mediennutzung der Akteure. Die Personen, über die die Medien berichten, werden auch bei Kepplinger als Protagonisten oder Akteure bezeichnet. Der Protagonist bildet eine Minderheit unter den Rezipienten, ist aber stärker in das Geschehnis der Berichterstattung involviert als die Masse der Rezipienten, die er als Beobachter bezeichnet.¹³⁴

Beobachter unterliegen einer direkten Medieneinwirkung, da sie die Medienangebote nutzen und so Medienwirkungseffekte entstehen. Protagonisten sind (als Akteure, nicht als Rezipienten) von indirekter Medienwirkung betroffen, da sie als Dritte mit den Auswirkungen der direkten Medienwirkungen auf sich selbst zu leben haben¹³⁵ (z.B. durch die Urteilsbildung über die eigene Person).

Kepplinger unterscheidet vier *Wahrnehmungsdimensionen* der Akteure:

Bei der *Selbstwahrnehmung* bildet sich der Protagonist ein Urteil darüber, wie er sich im Beitrag selbst verhalten hat, ob sein Verhalten vorteil- oder unvorteilhaft gewesen ist.

Die *Beitragswahrnehmung* stellt die Meinungsbildung über die Berichterstattung dar, darüber wie die Medien Geschehnisse darstellen und bewerten und welche Fakten sie zunächst überhaupt auswählen oder auch, wie die Medien einen ähnlichen Sachverhalt in Zukunft darstellen würden. *Wirkungswahrnehmungen* sind die Vermutungen der Akteure darüber, was ihre soziale Umgebung und der Rest der Bevölkerung aufgrund der Berichte denken könnte, wie auf die Darstellung reagiert und ob das eigene Verhalten in den Medien gebilligt wird.

Direkte Effekte der Beiträge stellen die *Wirkungserfahrungen* dar, die vom Protagonisten selbst wahrgenommen werden, z.B. die spontane Freude oder Ärger über einen positiven TV-Bericht¹³⁶.

133 Kepplinger (2010), S. 135

134 Vgl. ebd.

135 Vgl. Kepplinger (2010), S. 137

136 Vgl. Kepplinger (2010), S. 136

Die konkreten Effekte werden in drei *Wirkungsdimensionen* gegliedert: Kognitionen, Emotionen und Verhaltensweisen.

Werden durch die Beiträge gedankliche Vorstellungen bei den Protagonisten hervorgerufen spricht man von *kognitiven Wirkungen*. Die durch die Berichte hervorgerufenen Empfindungen stellen *emotionale Wirkungen* dar. Direkt beobachtbare Wirkungen, also *Verhaltensweisen*, sind die Folge der Kognitionen und Emotionen und bedingen diese wiederum. Hervorgerufene Verhaltensweisen können z.B. öffentliche Auftritte nach einem Medienbericht sein.¹³⁷

Personen, die mehr als einmal Gegenstand der Berichterstattung wurden, versuchen laut Kepplinger bei folgender Medienpräsenz positive Berichte herbeizuführen und negative zu verhindern. Dies könne durch folgende Strategien passieren:

Der Versuch einer Einflussnahme auf die Medien, die, im positiven Fall, den Charakter dieser beeinflussen kann z.B. durch Beschwerden beim Presserat oder den Versuch politischer Druckausübung.

Die Anpassung der eigenen Verhaltensweisen an die Medien, auch Mediatisierung genannt, um sich den Erfolgsstrategien der Medien zu unterwerfen, sowie die Hinnahme der Berichterstattung, die unschwellige Folgen nach sich ziehen kann z.B. eine nachhaltige Verärgerung, die aber nicht offen zugegeben wird.¹³⁸

Primäre Variablen

Bei den primären Variablen handelt es sich um die angenommenen Medienursachen für reziproke Effekte, also den Charakter der Berichterstattung.

Der Einfluss von Medienformaten ist umso größer, je höher das Ansehen der Medien bei den Protagonisten und ihrer sozialen Umgebung ist. Hierbei ist nicht die Reichweite der Medien entscheidend, sondern ihr Renommee im persönlichen Umfeld. Lob dieser Medien ist umso erfreulicher, Kritik schmerzhafter. Je emotionaler ein Beitrag gestaltet wird, desto stärker wirkt dieser auf die Protagonisten und Rezipienten.

¹³⁷ Vgl. Kepplinger (2010), S. 136

¹³⁸ Vgl. Kepplinger (2010), S. 137f.

So wird ein intensiver, langer positiver oder negativer Bericht stärkere Wirkungsreaktionen hervorrufen als ein kurzer oder neutral gestalteter.¹³⁹

Sekundäre Variablen

Sekundäre Variablen beschreiben die Verarbeitung der Berichte durch die Akteure, wobei die Intensität der Nutzung, Kognitionen und Emotionen eine tragende Rolle spielen. Es muss davon ausgegangen werden, dass Protagonisten die Berichterstattung über ihre eigene Person intensiver verfolgen als unbeteiligte Menschen und somit höheren Mediendosen ausgesetzt sind.

Da sie Medienberichterstattung so intensiv verfolgen, reagieren Akteure entsprechend verstärkt auf negative oder positive Beiträge, z.B. mit Ärger, Stolz oder Glücksgefühlen. Protagonisten und Beobachter bewerten TV-Berichte auf unterschiedliche Weise. Protagonisten kennen den Handlungsspielraum, den die Produktion bot und führen ihr Verhalten im fertigen Medienprodukt auf diese Umstände zurück. Beobachter entwickeln hingegen Vorstellungen vom Charakter und den Motiven der Akteure, um das Verhalten dieser zu erklären, da sie sich der Gegebenheiten während der Dreharbeiten nicht bewusst sind. Als Folge dessen kann sich der Protagonist falsch präsentiert sehen, da ein falscher Eindruck der Umstände vermittelt werden kann. Personen aus dem direkten sozialen Umfeld, Verwandte und Bekannte rezipieren Beiträge der bekannten Protagonisten meist aufmerksamer und reagieren, mal mehr mal weniger, darauf. Reaktionen können die vermehrte Kontaktsuche oder Kontaktvermeidung, verstärktes freundliches oder zurückhaltendes Verhalten sein. Protagonisten oder Personen, die direkt vom Thema der Geschichte betroffen sind, schreiben dieser Geschichte oft mehr Bedeutung und nachziehende Wirkungen auf andere zu, als unbetroffene Personen dies tun. Wenn ein Akteur also vermutet, dass ein Bericht negative Folgen in seinem Umfeld auslöst, dann wird er sehr wahrscheinlich diesen Eindruck auch dann haben, wenn das Verhalten seines Umfelds gleich dem Verhalten vor dem Beitrag ist.¹⁴⁰

139 Vgl. Kepplinger (2010) S. 138

140 Vgl. Kepplinger (2010), S. 139ff.

Tertiäre Variablen

Tertiäre Variablen bezeichnen die direkten oder indirekten Effekte der Medienberichterstattung. In den letzten 100 bis 150 Jahren hat sich die medienrelevante Bevölkerung (Politiker, Unternehmer, Künstler, Parteien) in einem Prozess der Mediatisierung den Bedingungen der Medien angepasst, in dem sie vorteilhafte Medienberichte herbeiführen und negative vermeiden möchte (proaktive Verhaltensweisen). Um positive Berichterstattung zu erreichen, werden mediale Ereignisse inszeniert, die ohne das erwartete Medieninteresse nie stattfinden würden.

Journalisten und Akteure beeinflussen sich während der Berichterstattung wechselseitig (interaktive Verhaltensweisen). Was sie sagen, wie sie es sagen, welche Mimik und Gestik erkennbar ist, hängt von dem Gegenüber und dessen Verhalten ab. Spricht der Protagonist vor Publikum, so ist ihm dessen Reaktion durchaus bewusst, genauso wie die Tatsache von Kameramännern, Licht- oder Tontechnikern umgeben zu sein.

Es kommt durchaus vor, dass Protagonisten von der erreichten Popularität oder Bekanntheit profitieren wollen, in dem sie durch weitere zielgerichtete Verhaltensweisen versuchen das Medieninteresse aufrecht zu halten (reaktives Verhalten), vor allem bei vorangestellten positiven Berichten. Dies kann erneut Folgewirkungen nach sich ziehen. Bei negativen Berichten ist der Sachverhalt komplexer. Die Protagonisten haben die Möglichkeit eine falsche Darstellung zu korrigieren oder es auf sich beruhen zu lassen, in der Hoffnung es bald vergessen zu können und auch andere vergessen zu lassen. Beide Handlungsmöglichkeiten sind riskant, da eine Gegendarstellung ein Thema nochmals aufwühlen und weitere Medienreaktionen hervorrufen kann; tritt kein Widerspruch ein, kann das Material aber jederzeit als scheinbare Wahrheit wiederverwertet werden.¹⁴¹ Zudem ist unklar, ob eine Gegendarstellung all jene erreicht, die den ursprünglichen Bericht verfolgt haben.

141 Vgl. Kepplinger (2010), S. 142ff.

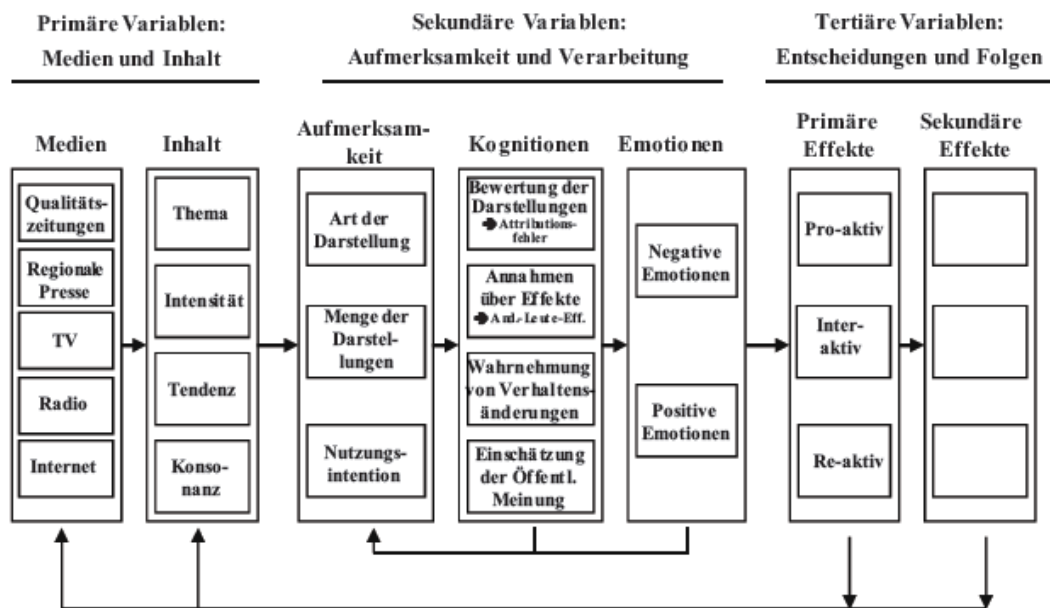


Abb. 1: Reziproke Effekte -Modell.¹⁴²

6.2.1. Reziproke Effekte auf Führungskräfte in Politik, Wirtschaft & Justiz

Die Rolle der Medien und Journalisten auf Politiker, Wirtschaft, Sport, Kunst und weiteren kulturellen Institutionen ist vergleichsweise intensiv betrachtet worden. Dabei sei nach Kepplinger zu entscheiden, ob die Effekte durch die Medien als Institutionen oder durch die Reporter der Massenmedien entstehen.¹⁴³ Bereits 1979 befragten Kepplinger und Fritsch Politiker im Deutschen Bundestags zu ihren Erfahrungen mit Journalisten, um inter-aktive Effekte zu ermitteln. Aspekte waren die Zufriedenheit der Berichterstattung und die verbalen und nonverbalen Einflüsse der Journalisten in Interviews.

Durch Agenda Setting und Framing lasse sich laut Rivers die Macht der Medien auf das Wissen der Wähler erklären, deren politischen Kenntnisse vorrangig aus der Medienberichterstattung gebildet werde. Er geht daher so weit, die Medien als „Schattenregierung“ zu bezeichnen, da sie zudem durch gezielt gesetzte Thematiken die Agenda und die Prioritäten der Politik bestimmen.

¹⁴² Kepplinger (2010), S. 146

¹⁴³ Vgl. Kepplinger (2007), S. 16

Die Medien selbst greifen die Berichterstattung anderer auf und gehen darauf ein. Bezüglich medialer Darstellung in der Justiz erwähnt Wassermann 1980, dass eine zielgerichtete und anschauliche, aber nicht übertriebene Darstellung vermehrt und falsche oder unnötige Berichterstattung verhindert werden solle. Hamm äußert sich dazu, dass in Gesprächen zwischen Journalisten und Anwälten, Pressesprechern oder Strafverteidigern Vertraulichkeiten ausgetauscht werden (interaktive Effekte), um so eine positive mediale Darstellung der Mandanten zu erwirken (proaktive Effekte). Laut Wagner und Gerhards wirken die Medien außerdem auf die Atmosphäre der Verhandlungen und sogar auf das Strafmaß des Angeklagten.¹⁴⁴

Kepplinger und Glaab präsentierten 2005 die Ergebnisse einer Studie, für die sie Menschen befragt haben, die sich beim Deutschen Presserat beschwerten. Sie verfolgten das Ziel, zu vergegenwärtigen, welche Bedeutung negative Presse für betroffene Personen haben kann. Vor allem, wenn die Berichterstattung unverhofft oder unerwünscht stattfand. Die meisten Beschwerden (43%) gingen beim Deutschen Presserat im Jahr 2002 gegen regionale Tageszeitungen ein, mit weitem Abstand gefolgt von Boulevard- und Publikumszeitschriften. Beschwerden den Rundfunk betreffend, fallen nicht in den Kompetenzbereich des Presserats. Kepplinger und Glaab führen fünf Punkte an, warum der Eindruck besteht, dass besonders häufig Boulevardmedien zum Ziel von Beschwerden werden. Erstens sind die wenigen Boulevardmedien (im Vergleich zu der Masse an Regionalzeitungen) tatsächlich häufig Gegenstand von Beschwerden. Zweitens werden diese Beschwerden häufig von Prominenten angebracht. Drittens richten sich die Beschwerden häufig gegen Berichte über Extremfälle, wie schwere Verbrechen. Zum Vierten werden die Beschwerden gegen nationale Boulevardmedien leichter publik und wahrgenommen, als bei unbekannten Regionalblättern. Als letzter Punkt wird genannt, dass verletzendende Berichte unbekannter Personen in regionalen Medien weniger Interesse außerhalb der betreffenden Region finden. Die Autoren halten fest, dass medienerfahrene Personen die Minderheit unter den Beschwerdeführern (38%) bildeten.

Menschen, die normalerweise nicht Gegenstand der Medienberichterstattung sind, hatten stärker mit emotionalen und sozialen Folgen zu kämpfen (58%).

144 Vgl. Bernhart (2008), S. 37ff.

Auf die Frage nach dem Anlass der Beschwerde Medienunerfahrener gab es prozentual absteigend folgende Antworten: Enthaltung unbegründeter Behauptungen (77%), Vorverurteilung (67%), Ehrverletzung (62%), Verletzung der Privatsphäre/ Intimsphäre (64%), Diskriminierung (51%). Aus Sicht der Betroffenen war die Art der Darstellung der Berichte meist eine falsche. Es wurden Fehler unterstellt, die nicht begangen wurden oder Fehler, die gemacht wurden, unnötig dramatisiert, Umstände verschwiegen und Äußerungen falsch wieder gegeben. Emotionale Reaktionen nach dem Lesen der Berichte äußerten sich in Ärger, einem Gefühl der Hilflosigkeit und des Verlassenseins, Angst, Scham und Schuldgefühlen. Diese Emotionen wurden bei Medienerfahrenen, wie auch Medienunerfahrenen, ähnlich stark hervorgerufen. Doch ist zu vermuten, dass prominente Personen, aufgrund ihrer Erfahrung, besser mit solchen Gefühlen umgehen können und sich bei erfolgreichen Berufsgruppen (Manager, Anwälte etc.) weniger schnell Gefühle der Hilflosigkeit u.ä. aufkommen, als bei einer Familie, die bspw. Hartz IV bezieht. Knapp die Hälfte der Befragten berichten nach Erscheinen des Berichtes von Verhaltensänderungen der Menschen in ihrem Umfeld, wobei flüchtige Bekannte eher eine Änderung zeigen, als Freunde oder Angehörige. Die Verhaltensänderungen können verschiedene Ausprägungen annehmen. Menschen gehen der betroffenen Person aus dem Weg, sie machen Vorwürfe, sind enttäuscht oder fragen sehr viel nach. Das Problem besteht vor allem darin, dass die Personen kaum abschätzen können, wer die negativen Medienberichte rezipiert oder davon gehört hat und ob die Verhaltensänderung daher rührt. Soziale Folgen und emotionale Folgen stehen in einer wechselseitigen Beziehung zueinander. Möchte man die Dauer der Folgen und der Belastung erfragen, muss man beachten, dass sich höchstwahrscheinlich mehr Menschen an der Studie beteiligt haben, denen die Sache immer noch sehr nahe geht, was auch die Häufigkeit eben dieser Antworten erklärt (Medienerfahrene 57%, Medienunerfahrene 70%). Die Dauer der Betroffenheit steht nach Kepplinger und Glaab in Zusammenhang mit den wahrgenommenen Reaktionen des sozialen Umfelds.¹⁴⁵

145 Vgl. Kepplinger, Glaab (2005), In: Beater, Habermeier (2005), S. 117-137

6.2.2. Reziproke Effekte durch Sportberichterstattung

Silke Bernhart untersuchte 2008 die Ausprägungen reziproker Effekte in der Sportberichterstattung. Dazu führte sie eine empirische Untersuchung mit Spitzensportlern durch. Bernhart hält sich zunächst an die Untersuchungen von Kurt und Gladys Lang, sowie H.M. Kepplinger, um dann ihr eigenes Forschungsinteresse und die Durchführung der Untersuchung zu erläutern. Sie erwähnt, dass in der Forschung reziproken Effekten bisher nur wenige Aufzählungen von Einzelfällen und eine geringe Anzahl von Studien zu wechselseitigen Wirkungen zwischen Medien und Akteuren existieren.¹⁴⁶

Befragt wurden elf Sportler und Trainer verschiedener Sportarten. Aufgrund des relativ neuen und komplexen Untersuchungsgegenstands wurden einstündige, leitfadengestützte, qualitative Interviews durchgeführt. Bernhart fand heraus, dass die unterschiedlichen Mediengattungen inhaltlich und formal ähnlich über den Sport berichten. Sportjournalisten haben einen engen Bezug zu ihrer Berichterstattung und sehen es als ihre Pflicht an zu kritisieren und Missstände aufzuzeigen. Die Bereitschaft für Folgen ihres Handelns die Verantwortung zu übernehmen ist gering. Die meisten Sportler sehen das Medieninteresse an ihrer Person als etwas Positives, sind sie doch auch finanziell abhängig von medialer Präsenz. Die Medien können die Athleten jedoch auch schwächen und verunsichern. Negative Erfahrungen im Umgang mit Journalisten sind Ausnahmefälle. Doch kommt es auch vor, dass Sportler Journalisten zur Rede stellen, eine Gegendarstellung oder gar den Abzug eines Journalisten von der Berichterstattung eines Sportes verlangen. Verletzende Medieninhalte betreffen meist die Privatsphäre oder Persönlichkeit der Sportler, besonders heikle Themen sind Doping oder Sponsorenverträge. Die Prominenz kann sich erschwerend auf den Schulalltag, das Studium oder die berufliche Ausbildung auswirken. Mitschüler und Kommilitonen verändern den Umgang und Medien- oder andere Termine stellen eine zeitliche Belastung dar. Das nahe Umfeld wird kaum durch das Medieninteresse verändert. Nur einige wenige Athleten empfinden die Prominenz als belastend für ihre Familienmitglieder.

Die Sportler sind durch die vermehrte Medienpräsenz aber auf die familiäre Unterstützung in Medienfragen angewiesen, was sie jedoch als wenig strapazierend empfinden, ebenso wie das Erkannt- und Angeprochenwerden von Fremden.

¹⁴⁶ Vgl. Bernhart (2008), S. 37

Die Leistungserwartungen der Medien bedeuten für Athleten steigenden Druck oder erhöhte Motivation. Die Anwesenheit von Kameralenten, Fotografen und Journalisten wird während eines Sportevents als motivationssteigernd beschrieben, es sei denn es behindert die Ausübung des Sports. Das Medieninteresse wird dann als unangenehm empfunden, wenn es sich nicht mehr auf den Wettbewerb konzentriert. Entscheidend sind generell die Eigenschaften des Mediums und des verantwortlichen Journalisten, sowie die Eigenschaften der Medienbotschaft. Prominente Athleten haben in Interviews einen gewissen routinierten Umgang mit Medienvertretern. Spaß macht es dann, wenn man mit dem eigenen Auftreten zufrieden ist. Ein Medientraining oder die Notwendigkeit anderer professioneller Unterstützung für Medienauftritte wird als gering eingestuft.¹⁴⁷ Als Fazit konstatiert Bernhart folgendes:

„Medien und Medienberichterstattung haben die Macht, das Leben eines Sportlers völlig zu verändern – wenn die Sportler dies zulassen.“¹⁴⁸

147 Vgl. Bernhart (2008), S. 167ff-

148 Bernhart (2008), S. 173

7. Das Medienopfersyndrom

Mario Gmür ist ein in Zürich praktizierender Psychotherapeut, der in seiner Berufslaufbahn vielseitige Erfahrungen mit Menschen und ihren Erfahrungen mit den Medien gemacht hat. Gmür prägte in mehreren Artikeln, Interviews und Büchern den Begriff „Medienopfersyndrom“, welches die potentiellen Konsequenzen medialer Berichterstattung auf die Protagonisten beschreibt. Dabei wird nicht nur die Fernsehberichterstattung, sondern auch z.B. Printberichte mit einbezogen. Gmür gibt einen guten Anstoß zur Wirkungsforschung auf die Protagonisten, berichtet selbst aber über Beispiele, die er erlebt hat bzw. welche ihm im Zuge seiner Recherchen begegnet sind. Es handelt sich nicht um empirisch belegte Studien, sodass die vorliegende Arbeit Gmürs Berichte durch empirische Erkenntnisse untermauern oder verändern kann. Das Wort „Medienopfersyndrom“ impliziert eine Vorwurf an Medienschaffende. Mario Gmür nennt Fallbeispiele, bei denen Medienmacher seiner Ansicht nach Grenzen überschritten und Persönlichkeitsrechte verletzt haben, was sich mit seriösem Journalismus nicht vereinbaren lasse¹⁴⁹.

Medienopfer unterscheidet Gmür in vermeidbare und unvermeidbare Opfer. Vermeidbare Medienopfer sind die Folge inakzeptabler publizistischer Fehlleistung und Aggressivität, wohingegen unvermeidbare Medienopfer durch korrekte publizistische Arbeit als nicht-intendierte Nebenwirkungen und Kollateralschäden entstehen. Die legitime Verletzung durch Medien wiegt allerdings weniger schwer, als „ungestüme boulevardeske Aggressivität“. Gmür bezeichnet seine Ausführungen selbst als Erweiterung der Beurteilungsunterlagen für moralische und rechtliche Grenzen der Medienarbeit, mit denen sich die Publizistik- und Rechtswissenschaft beschäftigen müsse. Das Medienopfersyndrom ist laut Gmür ein psychisches Störungsbild, welches nicht bei jedem Menschen entsteht, der durch die Medien verletzt wurde¹⁵⁰.

Handelt es sich bei den Opfer der Berichterstattung um Personen des öffentlichen Lebens, z.B. Schauspieler, so müssen sich diese laut Gerhardt¹⁵¹ eine verstärkte Berichterstattung gefallen lassen, da sie ihr privates Leben zum Teil aus Publicitygründen in die Öffentlichkeit bringen. Sie gehen einen „faustischen Pakt“ ein, der den „Verkauf der Seele für irgendeinen Erfolg“¹⁵² verspricht.

149 Vgl. Gmür (2007), S. 8

150 Vgl. Gmür (2007), S. 8f.

151 Vgl. Dulinski (2003), S. 361

152 Vgl. Gerhardt (2000), In: Dulinski (2003) S. 361

Laut einem Urteil des Bundesverfassungsgericht ist das Recht auf Schutz der Privatsphäre dann nicht mehr gültig. Es lässt sich daher zwischen Medienstars und Medienopfern unterscheiden. Medienstars bringen ihre Intimsphäre selbst an die Öffentlichkeit, während Medienopfer unfreiwillig in diese gezerzt werden. Stars wissen um den Umgang mit Journalisten, Durchschnittsbürger hingegen werden eher durch Unwissenheit oder ohne Zustimmung Opfer sensationeller Berichte.

Medienopfer gehören nicht nur einer bestimmten Personengruppe an, sondern bezeichnen jene Personen, die von verletzenden Publizisten beschädigt wurden, das können Politiker, Sportler, Künstler, Wissenschaftler oder auch einfache Bürger sein. Mario Gmür teilt Medienopfer in zehn Kategorien ein. Zu sieben dieser Kategorien nennt Gmür zusätzlich mögliche Abwehrstrategien. Methoden, durch die es sich vermeiden lasse, zu einer solchen Form von Medienopfer zu werden. Die einzelnen Kategorien sind nicht strikt voneinander abzugrenzen, sondern können ineinander fließen.

1. Paparazziopfer

Paparazziopfer werden von Medienschaffenden gestalkt, d.h. sie werden belagert, umstellt und verfolgt. Sie sind dauernder Aufmerksamkeit ausgesetzt und müssen möglicherweise Tag und Nacht Rede und Antwort stehen. Verweigern sie die mediale Aufmerksamkeit, setzen sie sich dem Verdacht aus, etwas zu verbergen oder ihrer Aufgabe nicht gerecht zu werden. Die übermäßige Überforderung kann Überforderung, Übermüdung, Erschöpfung und Fehlleistungen bedingen. Durch diese Symptome kann die Medienaufmerksamkeit wieder verstärkt werden, das Versagen eskalieren und eine Kettenreaktion von Verfehlungen ausgelöst werden¹⁵³.

Mögliche Abwehrstrategien:

Die souveräne Missachtung der medialen Belagerung.

Eine formale oder inhaltliche Richtigstellung falscher oder schlecht recherchierter Berichte.

Die passive Position verlassen und aktiv agieren, in dem man umfassende Medienmitteilungen versendet oder eine Pressekonferenz anberaumt.

Die Taktik der Entpersonalisierung, d.h. man solle die Krise als objektive und nicht subjektive Erscheinung darstellen.

Man könne die Frustrationstoleranz der Paparazzi deuten.

¹⁵³ Vgl. Gmür (2007), S.27f.

Bsp.: Eine Schönheitskönigin gebar in einer Privatklinik Drillinge. Eine große Schar von Journalisten und Fotografen belagerte die Klinik. Der Chefarzt und die Angehörigen veröffentlichten ein Communiqué, in dem sie erklären, dass jeder Kontakt unerwünscht ist, abgelehnt wird und nach einem Monat ein Interview- und Fototermin vorgesehen ist¹⁵⁴.

2. Outingopfer

Wenn das Geheimnis eines Menschen ohne dessen Einwilligung in den Medien offenbart oder aufgedeckt wird, so wird der Betroffene zu einem Outingopfer. Gegenstand der Offenlegung können u.a. sexuelle Neigungen, Geldangelegenheiten oder familiäre Verhältnisse sein - jegliche Bereiche, die zur Intimsphäre, Privatsphäre oder Geheimsphäre einer Person gehören und Diskrepanzen zwischen dem „Schein“ und dem „Sein“ in der Öffentlichkeit aufzeigen. Das Outing im öffentlichen Raum kann eine Scham- und Schuldkrise hervorrufen. Die Verletzung der persönlichen Integrität entfacht eine Störung des Verhältnisses zwischen Selbstbild und Außenbild, sowie Störungen der Beziehungen im engen und weiten Bekanntenkreis und den privaten und beruflichen Kontakten¹⁵⁵.

Mögliche Abwehrstrategien:

Antizipatorische Prävention im Vorfeld: Flucht nach vorne durch Offenlegung der geheimgehaltenen Information.

Beanspruchung der Selbstbestimmung über die Grenze zwischen privat und öffentlich.

„No Privacy“-Haltung.

Dezidierte Beanstandung.

Bloßstellende Klärung der medialen Motivation und Absicht.

Kontaktaufnahme mit der Chefredaktion.

Bsp.: Eine junge Politikerin lebte in einer lesbischen Beziehung. Nach der Wahl in ein höheres Amt, versuchten sie viele Journalisten für eine Homestory zu gewinnen. Sie erklärte, dass sie das Private und Politische strikt voneinander trenne und wies Fragen nach ihrem Privatleben zurück, was ihr den Ruf einer sachlichen und akzeptierten Politikerin einbrachte¹⁵⁶.

154 Vgl. Gmür (2007), S. 58f.

155 Vgl. Gmür (2007), S. 30f.

156 Vgl. Gmür (2007), S. 59f.

3. Lügen- und Falschdarstellungsoffer

Wenn Unwahrheiten, Teilwahrheiten oder unzutreffende (positive oder negative) Betitelungen über eine Person veröffentlicht werden, entstehen Lügen- oder Falschdarstellungsoffer. Dazu gehören auch fehlerhafte oder verzerrte Fakten. Eventuell entsteht ein Fremdheitsgefühl, da man in der Öffentlichkeit ein fremdes Bild als Eigenbild trägt, mit dessen Konsequenzen man leben muss¹⁵⁷.

Das beste Mittel zur Abwehr der Lügen und Falschdarstellungen sind Gegendarstellungen und Richtigstellungen. Dabei ist darauf zu achten, dass eine möglichst großer Teil der irreführten Öffentlichkeit erreicht wird. Der Ort, die Größe, die Prägnanz und der Zeitpunkt der Richtigstellung sind wichtige Faktoren zum Erreichen des Ziels. Die Richtigstellung kann zudem ein weiteres Mal wiederholt werden. Kontraproduktiv ist diese Methode dahingehend, dass die Bekanntheit der einer Teilwahrheit noch vergrößert wird und die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit fördert. Zudem geht die Gefahr aus als Opfer als überempfindlich wahrgenommen zu werden¹⁵⁸.

4. Tribunalisierungsoffer

Unter die Bezeichnung Tribunalisierungsoffer fallen Menschen, die der moralischen Beurteilung bzw. Verurteilung der Medien ausgesetzt sind, ohne Gegenwehr leisten zu können. Das Tribunal ist vergleichbar mit dem Klatsch an einem Stammtisch und findet medial meist in der Leserbriefspalte Platz. Der Ursprung ist oft ein Hinweis oder Gerücht, gefolgt von Recherchen und Indizien, bis hin zur aufdringlichen Befragung der betroffenen Person. Mediale Anschuldigungen und Verurteilungen können Nebenstrafen wie die Kündigung der Arbeitsstelle, der Wohnung oder den Ausschluss aus Vereinen mit sich ziehen.

Moralisierungs- und Tribunalisierungsoffer sind der einseitigen Berichterstattung meist hilflos ausgeliefert. Als Abwehrstrategien eignen sich allerdings jene, die auch für Outing- und Falschdarstellungsoffer in Frage kommen. Zusätzliche können solidarische Unterstützung und Gegenbewegungen, welche mit Richtigstellungen und Appellen an die Vernunft eingreifen, bei der Beseitigung des Problems zur Seite stehen.

157 Vgl. Gmür (2007), S. 31f.

158 Vgl. Gmür (2007), S. 60f.

Bsp.: Ein Absolvent einer Wirtschaftsuniversität initiierte ein gemeinnütziges Projekt, konnte zu Beginn mit den eingegangenen Spendengeldern nur die Infrastruktur und die Mitarbeiter bezahlen. In einem Zeitungsartikel wurde er als Betrüger dargestellt, was auf Leserseiten und in Chatrooms noch geschürt wurde. Durch die Einspannung prominenter Exponenten, gelang es ihm, sich wieder in ein gutes Licht zu rücken. Die Hetzkampagne flaute ab¹⁵⁹.

5. Verhöhnungsopfer

Verhöhnungsopfer werden in den Medien mit Beleidigungen und Beschimpfungen übergossen, wodurch die Schadensfreude der Rezipienten angeregt und befriedigt wird. Die Prangerwirkung kann das Opfer sozial vernichten, isolieren und diskriminieren. Die Betroffenen entwickeln Angst, Scham und Verzweiflung. Häufig kommt es zu dem Verlust des Selbstwerts, völliger Hilflosigkeit oder gar zu Suizidgedanken¹⁶⁰.

6. Instrumentalisierungsopfer

Instrumentalisierungsopfer werden für mediale Inszenierungen benutzt. Meist sind diese Menschen labil, unerfahren und streben nach Geltung bzw. haben ein übersteigertes Mitteilungsbedürfnis. Die Opfer werden vertraglich an einen dramatischen Part gebunden, z.B. als Hexe oder Bösewicht und wird so der Leidtragende idealisierender, unrealistischer Erwartungen medialer Funktionäre und des Massenpublikums. Im Laufe des Prozesses, erkennt der Betroffene den medialen Missbrauch und entwickelt eine narzisstische Depression, da die Zuneigung und Aufmerksamkeit zu Beginn des Spektakels der Einsamkeit gewichen ist¹⁶¹.

Laut Gmür sei das einzige Mittel dem Schicksal als Instrumentalisierungsopfer zu entgehen, die Verweigerung. Diese Methode setzt jedoch die Bereitschaft voraus auf den höheren Bekanntheitsstatus zu verzichten.

Bsp.: Ein Zimmermann erhoffte sich durch die Teilnahme an einer Reality-Show eine spätere Karriere im Showbusiness. Schon in der Anfangsphase der Show bemerkte er, dass er beim Zuschauer schlecht da stand und als Verlierer vorgesehen war. Er trat aus der Show zurück, vermied viel öffentliches Gerede und wandte sich seinem früheren Beruf zu¹⁶².

159 Vgl. Gmür (2007), S. 62f.

160 Vgl. Gmür (2007), S. 34ff.

161 Vgl. Gmür (2007), S. 36ff.

162 Vgl. Gmür (2007), S. 63f.

7. Stigmatisierungsoffer

Stigmatisierungsoffer stellen einen Spezialfall der Lügen- und Falschdarstellungsoffer dar. Durch die mediale Stigmatisierung wird eine Person in der Öffentlichkeit nur noch anhand eines einzelnen oder einiger weniger Merkmale wahrgenommen, welche die öffentliche Wahrnehmung und Urteilsbildung prägen. Stigmatisierungsoffer fühlen sich missverstanden, einseitig beurteilt und in ein bestimmtes Schema gepresst, sie werden Opfer unkorrigierbarer Vorurteile¹⁶³.

Auch hier ist ein geeignetes Mittel der Abwehr die Richtigstellung. Diese kann das Stigma eventuell nicht ganz beseitigen, da es zu sehr im Gedächtnis des Publikums verankert ist. Eine besondere Methode ist die Vermehrung der Stigmata. Die Inszenierung eines neuen Skandals könne einen älteren Skandal in den Schatten stellen oder ausräumen. So kann sich beispielsweise ein Schauspieler, der auf Detektivrollen festgelegt wurde, durch geeignete mediale Berichterstattung auch als Darsteller von Liebhabern ins Gespräch bringen. Man spricht dabei von einer Mehrfachprofilierung¹⁶⁴.

8. Ignorierungsoffer

Ignorierungsoffer sind Menschen, die aufgrund ihrer beruflichen Ausrichtung (z.B. Politiker, Künstler, Sportler) auf die Bekanntmachung in der Öffentlichkeit angewiesen sind, von den Medien jedoch nicht beachtet werden. Sie leben ein Leben auf der Schattenseite und können sich durch die Nichtbeachtung nicht vollends beruflich entfalten. Der berufliche Misserfolg, Entfaltungsblockaden, „missratene Investitionen, Isolation und depressive Entwicklungen können die Folge sein¹⁶⁵.

Kein Mensch hat den verbrieften Anspruch auf einen Platz in der medialen Öffentlichkeit. Durch Selbstlob und Aufdringlichkeit überschreitet man leicht die Grenzen von Bescheidenheit und Würde und rückt sich in ein schlechtes Licht. Folgende Methoden können dennoch in Betracht gezogen werden:

Bekanntmachung durch Informationskampagne

Schrille und wirkungsvolle Selbstdarstellung

Lieber negativ auffallen, als gar nicht (z.B. bei Rezensionen), nach dem Motto „lieber berüchtigt als unbekannt“

Beanstandung der medialen Missachtung bei den verantwortlichen Stellen

Sich als verkanntes Genie mit der Hoffnung auf späte Ehre und ewigen Nachruhm installieren

¹⁶³ Vgl. Gmür (2007), S. 38ff.

¹⁶⁴ Vgl. Gmür (2007), S. 64

¹⁶⁵ Vgl. Gmür (2007), S. 40f.

Bsp.: Ein Lehrer hat mehrere Gedichtbände publiziert, die von den Zeitungen nie besprochen wurden und so kaum Absatz fanden. Er meldete sich bei einem zuständigen Redakteur, der ihm mitteilte, ihn von einer negativen Beurteilung verschont haben zu wollen. Der Lehrer erwähnte jedoch sein Recht auf eine auch negative Besprechung. Nach Veröffentlichung dieser kam es zu einer Solidaritätswelle in Dichterkreisen und das Buch wurde zu einem Verkaufserfolg¹⁶⁶.

9. Desorientierungsopfer

Hierbei sind die Rezipienten der Medieninformation gemeint, die durch den Konsum qualitativ minderwertige Medien Schaden erleiden. Sie werden durch falsche, halbrichtige oder unvollständige Informationen irregeführt, so dass sie sich falsche Meinungen bilden, schlechte Entscheidungen treffen oder einen Teil ihrer Lebenszeit vergeuden. Sie werden Opfer vorsätzlich manipulierter Fehlinformation. Eine medienerzeugte Krankheit ist das „false memory syndrome“- falsche, verzerrte, einseitige, Berichte rufen die Opfersymptome hervor. Auch Informationsunterlassungen gehören dazu. Die Auswirkungen zeigen sich im falschen Bewusstsein und falschem Handeln der Betroffenen, die mit Komplikationen, Energie- und Zeitverschwendungen und Enttäuschungen einhergehen.

Bsp.: Der Irakkrieg, der mit den angeblichen Massenvernichtungswaffen Husseins gerechtfertigt wurde¹⁶⁷.

10. Oberflächlichkeitsopfer

Als Oberflächlichkeitsopfer wird der Medienkonsument in seiner Persönlichkeit beeinträchtigt. Gmür nennt diese Opferkategorie auch „Boulevardisierungsopfer“. Der Rezipient durchlebt eine Wesensänderung, welche sich durch Kulturzerfall und Verrohung bemerkbar machen. Ausdruck der Oberflächlichkeit ist zudem die vermehrte Einengung der Interessen auf Gewalt, Sensationen und Emotionen und auch eine sprachliche Vereinfachung. Die Opfer neigen zu unkritischen, vorschnellen Urteilen, leichter Manipulierbarkeit und fehlender Eigenständigkeit¹⁶⁸.

166 Vgl. Gmür (2007), S.66ff.

167 Vgl. Gmür (2007), S. 41ff.

168 Vgl. Gmür (2007), S. 44

7.1. Exkurs: Günter Wallraff und die Opfer der BILD- Berichterstattung

In der Nachkriegszeit Deutschlands war Günter Wallraff der Erste, der sich mit den Arbeitsweisen der Boulevardmedien und den Opfern dieser Berichterstattung beschäftigte. Er veröffentlichte zahlreiche Fallbeschreibungen, die mit der Verletzung von Persönlichkeitsrechten der Opfer einher gingen. Erst in den letzten 15 Jahren wurde daran mit weiteren kleineren Fallsammlungen angeknüpft z.B. durch Minzberg 1999 oder Mario Gmür 2002.¹⁶⁹ In dieser Arbeit finden Wallraff und die Opfer der BILD Beachtung, da man die Zeitung als Printpendant zu einigen TV-Boulevardmagazinen sehen kann und die Erlebnisse von Menschen, die Probleme mit der BILD-Berichterstattung haben oder hatten, ergänzend zu den hier gewonnen Ergebnissen gesehen werden sollen. Günter Wallraff gilt als einer der bekanntesten Enthüllungsjournalisten Deutschlands. Große Bekanntheit erlangte Wallraff durch seine verdeckten Recherchen in der BILD-Redaktion. 1977 veröffentlichte er das Buch „Der Aufmacher. Der Mann, der bei „Bild“ Hans Esser war.“, in dem er Erfahrungen schildert, die er bei seiner viermonatigen Tätigkeit unter der falschen Identität „Hans Esser“ in der Hannoveraner Redaktion gemacht hat. Er wies der BILD illegale Recherchemethoden, unlautere Redaktionsbesprechungen und verschiedene journalistische Verfälschungen nach. Dem Aufmacher folgten „Zeugen der Anklage. Die „Bild“-Beschreibung wird fortgesetzt“ (1979) und „Das „Bild“-Handbuch“ (1981), eine Art juristischer Ratgeber für Geschädigte der BILD. Zusammen werden die drei Bücher auch als die „Anti-„Bild“-Trilogie“ bezeichnet. Die BILD-kritischen Bücher Wallraffs sind in ihrer Form einzigartig, doch war Wallraffs Methode problematisch. Nach der Veröffentlichung des „Hans Esser“-Berichtes wurde er eigenen Angaben zufolge einer „beispiellosen Hetz-Kampagne durch BILD und anderen Springer-Zeitungen“ ausgesetzt. So gibt er an, dass er bespitzelt und öffentlich verleumdet wurde, seine Telefone abgehört und Wanzen in seiner Wohnung angebracht wurden. Der Springer-Konzert klagte zudem gegen Wallraff, mit dem Ziel das Buch verbieten zu lassen. Es erschien stattdessen in veränderten Neuauflagen. Der Prozess endete 1981 vor dem Bundesgerichtshof erfolgreich für Wallraff, da bescheinigt wurde, dass sich das Buch mit „gewichtigen Mißständen“ befasse „Fehlentwicklungen eines Journalismus“ aufzeige und somit für die Allgemeinheit von großem Interesse sei.

¹⁶⁹ vgl. Dulinski (2003), S. 361

Seitdem darf die BILD gar als "professionelle Fälscherwerkstatt" und "Fehlentwicklung im deutschen Pressewesen" bezeichnet werden:¹⁷⁰

„'Der Aufmacher', das war vergleichbar einer Anamnese, einer Erforschung der Vorgeschichte... 'Zeugen der Anklage', das war die Diagnose. Hier wurde sichtbar, wie weit in das Leben der Menschen in unserem Land BILD hineinwirkt. Das 'BILDHandbuch' geht zur Therapie über.“¹⁷¹

In einem Interview mit der Frankfurter Rundschau von 2008 berichtet Wallraff, dass er im Laufe seiner Beschäftigung mit der BILD-Berichterstattung und ihren Folgen immer wieder Menschen traf, die zum Ziel der BILD-Berichte wurden und es für sie einem Rufmord gleichkam, sie damit drohten den Reporter umzubringen und Gefühle von Wehrlosigkeit entwickelten, die ihnen vorher unbekannt waren. Wallraff besitze Abschiedsbriefe von Menschen, die sich nach verleumdenden Berichten der BILD das Leben genommen haben.¹⁷² Die BILD beschreibt er in einem anderen Interview mit eigenen Worten wie folgt:

„Sie ist eine Art Wundertüte, da ist alles drin – Unterhaltung, menschliche Dramen, zum Konsum aufbereitet, Sex, Verbrechen, Appelle an niedere Instinkte. So verschieden die Themen auch sind, in einem gleichen sie sich: Es durchzieht sie der Charakterzug der mal subtilen, mal grobschlächtigen Beeinflussung.“¹⁷³

Nach seinen Publikationen über die Zeitschrift rief Wallraff einen „Rechtshilfefonds für 'Bild'-Opfer“ ins Leben, der Menschen bei gravierenden Persönlichkeitsrechtsverletzungen (z.B. schwerer Rufmord) bei der Finanzierung eines Rechtsstreits unter die Arme greift. Der Fonds werde laut „BildBlog“¹⁷⁴ aus privaten Mittel gefördert und habe in über hundert Fällen erfolgreich geholfen. Betroffene Personen können sich an den Wallraff Verlag Kiepenheuer & Witsch wenden, das Anliegen werde weitergeleitet.¹⁷⁵

170 Vgl. <http://www.guenter-wallraff.com/biographie.html>

171 <http://www.guenter-wallraff.com/biographie.html>

172 Vgl. Interview der Frankfurter Rundschau mit Günter Wallraff vom 15.10.2008

173 Wallraff (2011), In: <http://le-bohemien.net/2011/04/11/interview-mit-wallraff-uber-die-bild/> , Interview vom 11.04.2011

174 Ein von Journalisten betriebener Blog, der sich kritisch mit der deutschsprachigen Presse auseinandersetzt. Sie begannen mit „BILD“, „BILD am Sonntag“ und Bild.de, seit Mai 2009 werden auch andere Medien betrachtet.

175 Vgl. <http://www.bildblog.de/hilfe-ich-bin-in-bild-teil-2/>

Beispiele

Im Folgenden werden einige Beispiele der Opfer der BILD-Berichterstattung näher erläutert. Wenn man in diesem Fall von „Opfern“ spricht, muss angemerkt werden, dass die Menschen sich auch als Opfer fühlen können, obwohl der Außenwelt kein konkreter missbilligender Bericht vorliegt (siehe Charlotte Roche), was durch unnötige Recherchemethoden ohne folgenden Medienbericht hervorgerufen werden kann. Es handelt sich um Prominente und unbekannte Menschen.

Die Schauspielerin Sibel Kekilli, u.a. bekannt aus der ARD-Serie „Tatort“, wurde im Jahr 2004 bei der Berlinale mit dem Deutschen Filmpreis für ihre laut Jury „Eindringliche Darstellung“ im Film „Gegen die Wand“ ausgezeichnet. Die BILD veröffentlichte im Zuge dessen ein Foto aus einem früher gedrehten Pornofilm, in dem Kekilli mitwirkte, mit der Bildüberschrift „Eindringliche Darstellung“. Der Deutsche Presserat verhängt daraufhin eine Rüge gegen die BILD, da die Kombination aus Text und Bild eine Grenze überschritten, die Betroffene entwürdigt und die Zeitung gegen Ziffer 1 des Pressekodex verstoßen habe.¹⁷⁶ Das Berliner Kammergericht untersagte die Verbreitung von Nacktfotos der Schauspielerin.

Die Moderatorin und Autorin Charlotte Roche hatte 2001 einen schwerer Schicksalsschlag zu erleiden. Ihre drei Brüder verunglückten auf dem Weg zu Roches Hochzeit tödlich bei einem Autounfall. Kurz nach dem Unfall habe ein Fotograf bei Charlotte Roche angerufen und ihr mit der Veröffentlichung eines Fotos oder einer Geschichte gedroht, die ihr nicht gefallen würde, wenn sie der BILD kein Interview geben würde. Roche bringt diesen Erpressungsversuch an die Öffentlichkeit und klagt. Die Zeitung bestreitet bis heute, dass es solch ein Gespräch gegeben hätte. Charlotte Roche sieht sich als Opfer der Zeitung, auch wenn kein negativer Artikel folgte. Sie unterstützt den BildBlog und beteiligte sich an BILD-kritischen Lesungen.

¹⁷⁶ Siehe Pressemitteilung des Presserates vom 02.12.2004, http://web.archive.org/web/20080502140648/http://www.presserat.de/Pressemitteilung_anzei.pm+M5fa1bb338d0.0.html

Friedrich F. (60) wandte sich mit seinem Problem an den Rechtshilfefond von Günter Wallraff. F. stammt aus Bayern, lebt jedoch seit vielen Jahren wegen einer „Kälte-Allergie“ in Thailand. 2004 wurde der Deutsche in seinem Bungalow überfallen, verprügelt und ausgeraubt. Bei der Polizeistation warteten bereits Reporter auf ihn, die ungefragt sein verletztes Gesicht fotografierten. Die BILD-Zeitung schrieb die Unwahrheit und betitelte ein Foto mit „Thai-Hure boxt deutschen Sex-Tourist k.o.“. Friedrich F. wurde ein Hamburger Anwalt vermittelt und ihm wurde vom Landgericht Hamburg Prozesskostenhilfe bewilligt. Die BILD musste eine Unterlassungserklärung abgeben.¹⁷⁷

Das Erdbeben im Indischen Ozean im Dezember 2004 hat zahlreiche Opfer zur Folge. Im Vachiar-Hospital in Phuket machen BILD-Reporter zwei deutsche Kinder ausfindig, deren Eltern nach dem Tsunami vermisst wurden. Die Zeitung zeigt die Gesichter der Kinder und ließ sich von ihnen das Unglück schildern. Damit wurde schwer gegen den Pressekodex verstoßen, z.B. da bei der Recherche gegenüber Schutzbedürftigen Zurückhaltung geboten sei, vor allem bei Menschen, die seelischen Extremsituationen ausgesetzt sind. Außerdem wurden die Persönlichkeitsrechte des 13-jährigen Mädchens verletzt, welches schlafend, verletzt und wehrlos in der BILD abgebildet wurde. Der Presserat sprach eine Missbilligung aus, welche für eine Zeitung allerdings keine Folgen bedeutet.¹⁷⁸

177 Vgl. <http://www.zeit.de/2005/24/Medienopfer/seite-5>

178 Vgl. <http://www.bildblog.de/1712/wie-bild-die-interessen-der-opfer-wahrt/>

EMPIRIE

Im empirischen Teil der vorliegenden Arbeit wird die Untersuchung mit Methode, Untersuchungsdesign und Durchführung beschrieben, die Ergebnisse präsentiert und anschließend vorsichtig interpretiert. Die Forschungsfragen können zum Teil schon durch die dargelegte theoretische Literatur beantwortet werden. Die vorgenommene qualitative Erhebung versucht den Input zu erweitern, um der Realität etwas näher zu kommen und so zuletzt schlüssige Hypothesen bilden zu können. An diese kann in einer weiterführenden Arbeit empirisch angeknüpft werden, um sie dabei gegebenenfalls in einer quantitativen Untersuchung zu überprüfen.

8. Annahmen im Vorfeld der Untersuchung

Vor Durchführung der Untersuchung lässt sich vermuten, dass sich Redakteure kaum kritisch über ihren eigenen Berufsstand äußern werden. Das könnte zum einen daran liegen, dass sie voll und ganz hinter ihrer Arbeit stehen und ihnen nichts missfällt, zum anderen aber auch, dass sie Journalisten nicht noch mehr Kritik aussetzen wollen, als dies ohnehin schon der Fall ist. Die Medienpräsenz der Protagonisten liegt zum Teil schon geraume Zeit zurück, weshalb die Erinnerung an den Dreh und dessen Folgen etwas verblasst sein könnte.

Nach Sichten der relevanten Literatur kommt man zum Schluss, dass jeder Protagonist mit Konsequenzen zu rechnen hat, und wenn es nur das eigene Gefühl ist, dass das Umfeld anders auf einen reagiert. Die Literatur bringt jedoch fast ausschließlich negative Beispiele für Folgen der Berichterstattung (siehe Medienopfersyndrom). Ich behaupte, dass Protagonisten durchaus auch positive Aspekte aus ihrer vorangegangenen Medienpräsenz ziehen können. Dies hängt jedoch stark vom Thema und der Gestaltung der Beiträge ab.

Die Repräsentativität der nachfolgenden Ergebnisse beschränkt sich auf die befragten Personen und dient nicht der Verallgemeinerung. Es dient als explorative Studie der Vertiefung bereits vorangegangener Untersuchungen und kann als Einstieg für die weitere Forschung in dieser Thematik gesehen werden.

9. Gewählte Methode

Die empirische Untersuchung setzt sich aus einem Methodenmix **qualitativer Interviews** (face-to-face) mittels fokussiertem Leitfaden und **qualitativer Befragungen** mittels auszufüllendem Fragebögen zusammen. Der Methodenmix lässt sich damit erklären, dass ehemalige Protagonisten aus TV-Boulevardmagazinen nicht leicht zu finden und nicht immer für ein Interview bereit sind. Außerdem schloss die räumliche Entfernung ausschließlich Face-to-Face-Interviews aus.

„Die Analyse der Wirkung der Massenmedien auf die Protagonisten der Berichterstattung ist aus drei Gründen schwieriger als die Analyse ihrer Wirkung auf die Masse der unbeteiligten Beobachter. Der erste Grund besteht in der Erreichbarkeit der Protagonisten. Im Unterschied zu den Beobachtern handelt es sich bei den Protagonisten der traditionellen Medien um eine vergleichsweise kleine Zahl von Personen.“¹⁷⁹

Anzumerken ist, dass der Leitfaden¹⁸⁰ beim persönlichen Interview mit dem des Fragebogens nahezu identisch war. Zwar fiel die Möglichkeit des sofortigen Nachfragens beim Fragebogen weg, doch bestand trotzdem bei allen Befragten per Fragebogen die Möglichkeit bei Unklarheiten nochmals nachzuhaken.

Die Befragten (Probanden) bilden die Gruppe der Merkmalsträger, die über bestimmte Merkmale (Erfahrungen, Einstellungen etc.) Auskunft geben. In dieser Arbeit übernimmt die Autorin die Funktion des Interviewers. Ziel ist es, den Forschungsschwerpunkt auf die qualitativen Leitfadeninterviews zu legen; die Fragebögen sollen die Ergebnisse der Befragung qualitativ ergänzen.

¹⁷⁹ Kepplinger (2010), S. 146

¹⁸⁰ Der Leitfaden ist im Anhang B einzusehen, S. 128

9.1. Das fokussierte Leitfadenterview

Ausgangspunkt des fokussierten Interviews ist es, dass die Befragten eine konkrete, ungestellte Situation erlebt haben, die vom Forscher beobachtet wurde. Der Forscher versucht durch die Analyse der Situation die bedeutsamsten Elemente herauszufiltern, um auf Grundlage dessen einen Leitfaden für das Interview entwickeln zu können. Dieser soll die relevanten Themen und Aspekte enthalten und gewährleisten, dass alle wichtigen Fragestellungen besprochen werden. Zudem dient er der Strukturierung des Gesprächs und der Orientierung während des Interviews. Beim Interview selbst werden offene Fragen gestellt, da erzählende oder berichtende Antworten gegeben werden sollen. Ziel ist es, die subjektiven Erfahrungen der Befragten in der analysierten Situation zu erfassen. Leitfadengestützte Interviews erfolgen in der Regel mündlich. Im Rahmen der Befragung wird das Gespräch dokumentiert; es werden Zeit, Ort, Beteiligte erfasst und wichtige Beobachtungen notiert.

In der Analyse der Situation aufgestellte Hypothesen können nach dem Interview neu betrachtet, gegebenenfalls verworfen, modifiziert oder anders aufgestellt werden.

Wichtig ist im fokussierten Interview, dass die Befragten nicht vom Interviewer beeinflusst werden. Sie sollen die Möglichkeit bekommen Dinge zu äußern, die für sie selbst von zentraler Bedeutung sind. Die vom Interviewer aufgestellten Hypothesen werden nicht erwähnt. Der Fragende muss zudem darauf achten, dass die Aussagen der Befragten spezifisch und präzise gegeben werden. Sie müssen tiefgründig sein (nicht rein beschreibend) um selbstenthüllende Kommentare zu erhalten.¹⁸¹

Face-to-face-Interviews gewähren durch den direkten persönlichen Kontakt des Interviewers zum Befragten eine erhöhte Qualität der Ergebnisse, da der Interviewer motivieren, Hilfestellungen geben und Vertrauen schaffen kann.¹⁸² In den hier durchgeführten face-to-face-Befragungen handelt es sich um Hausinterviews, d.h. die Befragten wurden in ihrer Privatwohnung, an ihrem Arbeitsplatz oder einem anderen verabredeten Ort getroffen. Dies ist die häufigste Variante mündlicher Befragungen.¹⁸³

¹⁸¹ Vgl. Lamnek (2005), S. 369f.

¹⁸² Vgl. Scholl (2003), S. 39ff.

¹⁸³ Vgl. Scholl (2003), S. 29

9.2. Der offene Fragebogen

Bei der schriftlichen Befragung wird kein Interviewer eingesetzt. Die Probanden füllen den verschickten oder verteilten Fragebogen selbst aus.

Ein Teil der Befragten konnte aufgrund räumlicher Entfernung nur mittels Fragebogen befragt werden, da ein Fragebogen die Erreichbarkeit gewährleistete. Weitere Vorteile des Fragebogen bestehen darin, dass sich die Probanden den Rahmen und Zeitpunkt der Beantwortung selbst wählen können. Nachteile können dadurch entstehen, dass die Befragungssituation nicht kontrollierbar ist und spontane Antworten wegfallen.¹⁸⁴

Um die Antworten der Probanden qualitativ auswerten zu können, wurden offenen Textfragen benutzt, die an den Leitfaden der face-to-face-Interviews angelehnt waren. Das Problem bei schriftlichen Befragungen stellt eine mögliche Knappheit der Antworten der Probanden dar. Dieses Problem wurde umgangen, in dem sie gebeten wurden, ihre Antworten in Sätze und so ausführlich wie möglich zu formulieren und sich genügend Zeit dafür zu nehmen. Gegebenenfalls wurde im Anschluss bei Unklarheiten nochmals nachgefragt. Das Material der Fragebogen fällt knapper aus als bei persönlichen Interviews, kann aber trotzdem zur Ergänzung herangezogen werden. Es wurden lediglich drei von zwölf Personen mittels Fragebogen befragt.

9.3. Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring

Die qualitative Inhaltsanalyse hat das Ziel, vorliegendes Material methodisch kontrolliert, schrittweise zu analysieren. Das ursprüngliche Material wird in der zusammenfassenden Inhaltsanalyse paraphrasiert und generalisiert. Es werden Selektionen und Bündelungen vorgenommen, um es so zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben und ein überschaubarer Corpus geschaffen wird, der immer noch ein Abbild des Grundmaterials ist.

¹⁸⁴ Vgl. Scholl (2003), S. 45f.

Im Zentrum steht dabei ein theoriegeleitet am Material entwickeltes Kategoriensystem, das die Aspekte festlegt, die aus dem Stoff herausgefiltert werden sollen.¹⁸⁵ Die abschließende Zusammenfassung der reduzierten Aussagen, erfolgt nach festgelegten Interpretationsregeln, die im Anhang A einzusehen sind.

Für jede Anwendung einer Inhaltsanalyse entwickelte Mayring ein neunstufiges Ablaufmodell:

- 1) Festlegung des Materials
- 2) Analyse der Entstehungssituation
- 3) formale Charakterisierung des Materials
- 4) Richtung der Analyse
- 5) Theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung
- 6) Bestimmung der Analysetechnik
- 7) Definition der Analyseeinheit
- 8) Analyse des Materials
- 9) Interpretation¹⁸⁶

In der vorliegenden Arbeit wurde als Analysetechnik die zusammenfassende und strukturierende Inhaltsanalyse gewählt. Der Leitfaden diente der Erfassung eines konkreten Problembereichs: Die Erfahrungen ehemaliger Protagonisten mit der Berichterstattung ihrer eigenen Person in TV-Boulevardmagazinen und ihre Erfahrungen nach der Ausstrahlung, sowie die Erfahrungen von TV-Boulevardjournalisten mit den Protagonisten und den möglichen Konsequenzen, die für diese Personengruppe entstehen können.

¹⁸⁵ Vgl. Mayring (2002), S. 114f.

¹⁸⁶ Vgl. Lamnek (2005), S. 518

9.4. Untersuchungsdesign und Auswahl der Befragten

Nach Sichtung der relevanten Literatur schien das qualitative Leitfadeninterview mit Ergänzungen aus offenen Fragebögen am geeignetsten, das Forschungsthema im Rahmen einer explorativen Studie zu ergänzen und sinnvolle Ergebnisse zu erzielen.

Zu diesem Zweck wurde im Bekanntenkreis und durch Internetrecherche die Suche nach ehemaligen Protagonisten aus TV-Boulevardmagazinen vorgenommen. Die Probanden stammen zum Teil aus meinem Bekanntenkreis, der andere Teil wurde von mir angeschrieben und um ein Interview für die vorliegende Arbeit gebeten. Dabei konnte nicht beachtet werden, wie lange die Tätigkeit als Protagonist zurückliegt, da sich die Suche als recht schwierig erwies. Zwischen der Befragung und der Tätigkeit als Protagonist lagen zwischen vier Monaten und zwölf Jahren, was in der Interpretation beachtet werden muss. Alle Anfragen fielen positiv aus.

Die interviewten Boulevardjournalisten waren mit durch mein berufliches Umfeld bekannt. Christoph Feurstein entstammte nicht meinen beruflichen Kontakten und wurde gesondert von mir angeschrieben. Auch hier wurden alle Interviewanfragen positiv beantwortet.

Nach Festlegung der Forschungsfragen wurde ein Interviewleitfaden entwickelt, entlang dessen die Interviews geführt wurden und der, in leicht abgewandelter Form, als offener Fragebogen diente. Die Befragten wurden im persönlichen Interview, wie auch im Fragebogen, darauf hingewiesen, dass sie sich bei der Beantwortung der Fragen auf ihre Erfahrungen mit Boulevardmagazinen beziehen sollen. Sie wurden darum gebeten so ausführlich wie möglich und wahrheitsgemäß zu antworten. Die Probanden wurden bis auf Christoph Feurstein, als bekannter österreichischer Journalist, und Lisa Loch, deren Name aufgrund ihres Falls von Interesse ist, anonymisiert; teilweise auf Wunsch der jeweiligen Probanden. Die Interviews fanden mit den Redakteuren in den Räumlichkeiten der Produktionsfirmen (bzw. traf ich Christoph Feurstein im ORF-Gebäude am Königlberg in Wien) und in Privatwohnungen statt. Ehemalige Protagonisten interviewte ich entweder bei ihnen zu Hause in einem gewohnten, geschützten Rahmen oder die Befragung wurde per Fragebogen vollzogen. Alle persönlichen Interviews wurden mit Wissen der Probanden mit einem Aufnahmegerät aufgezeichnet. Im Anschluss fand die vollständige Transkription der Interviews statt, die in Word-Dokumenten gespeichert wurden.

Die Interviews und Fragebögen wurden mit der zusammenfassenden Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring ausgewertet, um die Aussagen der Probanden als kompaktes Material vorliegen zu haben. Durch die Streichung unwichtiger Passagen konnte das Material nochmals eingrenzt werden. Nach der vollständigen Transkription fand die Bildung von Unterkategorien statt. Die Aussagen der Probanden wurden in Kodierbögen den Kategorien zugeordnet, was eine Zusammenfassung der Paraphrasen zu einer Gesamtübersicht nach Forschungsfragen ermöglichte. Im gesamten Ablauf konnte das neunstufige Ablaufmodell der Inhaltsanalyse nach Mayring eingehalten werden. Im Anschluss fand eine vorsichtig interpretierende Ausformulierung statt, welche das Ergebnis der Untersuchung bildet. Die Repräsentativität beschränkt sich auf die zwölf befragten Personen.

9.4.1. Eigenschaften der Interviewpartner

Redakteure

Proband 1

50 Jahre, Chef von freien TV-Produktionsfirmen in Wien und München, jahrelanger Boulevardredakteur, zuständig für Formate wie RTL Explosiv, Punkt 12, ARD Brisant, ServusTV

Probandin 2

29 Jahre, Büroleiterin einer freien TV-Produktionsfirma in Wien, Studium der Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien, freie Mitarbeit für div. Fernsehformate, nun zuständig für Formate wie RTL Explosiv, Punkt 12, ARD Brisant, ServusTV

Probandin 3

26 Jahre, Volontärin einer freien TV-Produktionsfirma in Wien, Studium der Theater-, Film- und Medienwissenschaften an der Universität Wien, div. Praktika in Medienunternehmen, nun zuständig für Formate wie RTL Explosiv, Punkt 12, ARD Brisant, ServusTV

Probandin 4

23 Jahre, früher freie Mitarbeiterin in einer freien TV-Produktionsfirma in Wien, Studium der Theater-, Film- und Medienwissenschaften an der Universität Wien, nun Regieassistentin am Theater, war zuständig für Formate wie RTL Explosiv, Punkt 12, ARD Brisant

Proband 5 (Christoph Feurstein)

39 Jahre, Journalist, Redakteur und Moderator des Gesellschaftsmagazins THEMA im ORF, früher Regieassistent, Studium der Germanistik und Theaterwissenschaft an der Universität Wien

Protagonisten

Probandin 6

52 Jahre, Imageberaterin in Wien, Protagonistin bei „Explosiv“ (RTL) 2011

Probandin 7

24 Jahre, Student der Kommunikationswissenschaft an der Universität Jena, Protagonist bei „Wissenshunger“ (VOX) 2008

Probandin 8

18 Jahre, Schülerin in Siegen, Protagonistin bei „Explosiv“ und „Punkt 12“ (RTL) 2011

Proband 9

33 Jahre, freier Radioredakteur in Ostfriesland, Protagonist bei „Explosiv“, „Punkt 12“ (RTL) und „Blitz“ (Sat.1) 1999 und 2000

Probandin 10 (Lisa Loch)

26 Jahre, Diplomkauffrau und Model, Protagonistin bei „Explosiv“ (RTL) 2001

Proband 11

36 Jahre, Mitarbeiter im Außendienst / Vertrieb, Protagonist bei „Explosiv“ (RTL) 2004

Probandin 12

30 Jahre, Modeassistentin, Protagonistin bei „Extra“, „Explosiv (RTL) und „taff“ (Pro7)

10. Darstellung und Interpretation der Ergebnisse der Untersuchung

Ziel der Untersuchung war es aus dem Erfahrungsschatz von Redakteuren¹⁸⁷ und Protagonisten verschiedener TV-Boulevardmagazine zu schöpfen. Es wird auf die Präsentation der Einzelergebnisse der Redakteure verzichtet, da sich die Antworten teilweise gleichen und eine Zusammenfassung ermöglichen. Es werden jedoch prägnante illustrierende Beispiele näher betrachtet und beschrieben. Die Ergebnisse werden, wenn es das Material zulässt, nach Antworten der Redakteure und Protagonisten gesplittet, um eine Gegenüberstellung und Abgrenzung der Probandengruppen, Redakteure und Protagonisten, zu ermöglichen.

10.1. Gründe für die freiwillige Mitwirkung in TV-Magazinen

Redakteure

Redakteure geben an, dass es nur selten vorkomme, dass sich potentielle Protagonisten selbst in der Redaktion melden, um sich und ihr Thema ins Fernsehen zu bringen. Überzeugungsarbeit gehöre zum täglichen Geschäft dazu, wenn man Menschen als Protagonisten gewinnen wolle, da viele skeptisch sind und Angst haben, in der medialen Darstellung bloßgestellt oder falsch präsentiert zu werden. Die angefragten Interviewpartner seien schließlich auch Rezipienten und kennen meist die Sendungen und die damit verbundene Kritik am Boulevardfernsehen.

Die Gründe für die freiwillige Mitwirkung in TV-Magazinen lassen sich in drei Kategorien einteilen, die ineinander übergehen können: Materielle, persönliche Gründe und Selbstdarsteller.

¹⁸⁷ In der Präsentation der Ergebnisse sind, wenn von Redakteuren die Rede ist, immer Redakteure gemeint, die für TV-Boulevardmagazine tätig sind.

Materielle Gründe:

Protagonisten, die als *Experten* ein Teil des Magazinbeitrags sind, erhoffen sich berufliche Profite. Sie möchten ihre Firma oder ein Anliegen ihres Unternehmens bzw. ihrer Tätigkeit publik machen, um so mehr Kunden und beruflichen Erfolg zu erlangen. *Schauspieler*, die als Lockvögel dienen, können so etwas Geld verdienen und auch *Laienprotagonisten* erhalten dann und wann eine Aufwandsentschädigung für die Zeit, die sich für den Dreh nehmen. Neben den Experten, Schauspielern und Laienprotagonisten gibt es die Gruppe der *Opfer*, die ihre Erlebnisse in einem Buch veröffentlicht haben. Diese Publikation ist manchmal erst der Auslöser für die Medienaufmerksamkeit, wenn der Vorfall, durch den die Person zum Opfer wurde, nicht schon vorher bekannt war. Diese Opfergruppe versucht durch die Medienöffentlichkeit in Magazinsendungen, die für ihre emotionale Darstellung bekannt sind, eine größere Leserschaft zu erreichen und wie auch die Experten kostenlos für sich zu werben.

Persönliche Gründe:

Persönliche Gründe liegen vor, wenn die Protagonisten einen *besonderen Bezug* zum Gegenstand des Beitrags vorweisen. Probandin 2 recherchierte einen Vorfall, bei dem ein Kind schwer von einem Hund gebissen und verletzt wurde. In diesen Zusammenhang meldete sich von selbst eine Nachbarin der Familie, die eine große Tierliebhaberin ist und schon lange darauf gewartet hat, dass diese Geschichte thematisiert wird. Sie fand es so spannend, dass sie darum bat, selbst als Protagonistin ein Teil des Berichtes werden zu können.

Weitere Gründe bestehen darin *anderen Menschen helfen zu wollen bzw. selbst Hilfe durch die mediale Berichterstattung zu erhalten*. Helfen wollen Protagonisten anderen Menschen, in dem sie z.B. über einen persönlichen Schicksalsschlag (eine Krankheit etc.) und den Umgang damit berichten und so anderen, die einen ähnlichen Unglücksfall erleiden mussten, Mut machen und Tipps geben können. Protagonisten, die sich Hilfe von einem TV-Team erhoffen, haben meist auch mit privaten Problemen zu kämpfen. Das könne den Redakteuren zufolge eine Tochter sein, die ihren Vater sucht oder Menschen, die sich durch die Medien Unterstützung in juristischen Belangen wünschen.

Opferfamilien, denen etwas Tragisches passiert ist, werden von Boulevardjournalisten oftmals kurz nach dem schlimmen Vorfall für ein Interview angefragt.

Sie befinden sich zu diesem Zeitpunkt noch in einem Schockzustand und realisieren zu wenig, was ihre Medienpräsenz anrichten kann. Meist begreifen diese Menschen die Umstände nicht und sehen die mediale Aufmerksamkeit als *therapeutische Möglichkeit*. Sie nutzen die Kamera um sich ihr Schockerlebnis *von der Seele zu reden*. Das gilt nicht nur für Opfer, auch für andere Protagonisten, die über ein bestimmtes Thema reden und es damit verarbeiten wollen. Und dann gibt es noch jene Protagonisten, die einfach den *Spaß an der Sache*, am Dreh und dem Umgang mit dem Redaktionsteam, sehen, z.B. Lockvögel.

Selbstdarsteller:

Es gibt Menschen, deren *Wunsch bekannt zu werden*, deren Traum *Prominenz* zu erlangen, stärker ausgeprägt ist als bei anderen. Sie weisen ein gesteigertes *Geltungsbedürfnis* auf und suchen nach einer Bestätigung ihrer Persönlichkeit. Menschen, deren Gründe sich in diese Kategorie einordnen lassen, demonstrieren ein Maß an *Exhibitionismus*, was nach Mario Gmür ein natürlicher Trieb in Mensch- und Tierwelt ist.¹⁸⁸ Der Drang sich selbst darzustellen, findet sich verstärkt in Kombination mit materiellen Gründen, da der Wunsch nach Ruhm mit beruflichen und monetären Vorzügen einhergehen kann.

Protagonisten

Fünf der sieben befragten Protagonisten wurden von Journalisten um ein Interview oder kurzes Statement angefragt, entweder vor Ort oder im Vorfeld telefonisch. Die Unterschiede in der Länge der Interviews entstehen, weil ein Teil der Befragten als Hauptprotagonisten eines Beitrags fungierten, während von anderen, wie bei Probandin 8, während eines Ereignisses von öffentlichem Interesse, z.B. einer Messe, spontan ein Statement eingeholt wurde, das entsprechend knapper ausfiel.

188 Siehe S. 45

Probandin 6 arbeitet als Imageberaterin in Wien und bietet Umgangsformen-Coaching an. Eines ihrer Seminare („Knigge für Kinder“) war noch recht neu, als sie von einer TV-Produktionsfirma für RTL Explosiv gefragt wurde, ob sie diesen Kurs mit der Kamera begleiten lassen würde. Die Probandin war schon früher gerne in den Medien und habe sich immer gut mit Journalisten verstanden, weswegen sie dem zugestimmt hat. Ihr Hauptgrund bestand allerdings darin, den Beitrag als *Selbstwerbung und Werbung für ihr Unternehmen* zu nutzen, um mehr Aufträge zu bekommen. Probandin 6 hält die mediale Präsenz für eine gute Art der Werbung, die jedoch auch überschätzt werde. (materielle Gründe, berufliche Existenz, Werbung, proaktives Verhalten)

Proband 7 arbeitete als Praktikant bei der Sendung „Wissenshunger“ (VOX), die inzwischen eingestellt wurde. Als Praktikant musste er als Haupttätigkeit vor dem Computer sitzen und Material sichten, was er nach geraumer Zeit eintönig fand. Die Möglichkeit in TV-Beiträgen mitzuwirken, stellte eine willkommene *Abwechslung* dar.

Des Weiteren fand der Proband es spannend, den Ablauf eines Drehs von der Vorbereitung, Durchführung bis hin zur Postproduktion erleben zu dürfen, was für ihn als Kommunikationswissenschaftstudent von besonderem Interesse ist. Die Arbeit als Protagonist wurde *im Praktikantenzeugnis vermerkt*, was für künftige Arbeitgeber als breiteres Erfahrungsspektrum in der Fernsehbranche gewertet werden kann. (Abwechslung, berufliche Gründe)

Probandin 8 war im August 2011 Besucherin der Games Convention in Köln. Dort wurde sie aufgrund ihrer auffälligen Erscheinung als Cosplayerin¹⁸⁹ von einer RTL-Journalistin angesprochen und gefragt, ob sie Lust habe einige Fragen zu beantworten. Die Probandin empfand *Neugier und Freude* über die Möglichkeit ins Fernsehen zu kommen und stimmte daher dem Statement zu. (persönliche Gründe, Spaß, Neugier, Selbstdarsteller)

Proband 9 agierte für die Sendungen RTL „Explosiv“ und „Punkt 12“, sowie für die Sendung „Blitz“ auf Sat. 1, die bis 2007 lief, als Protagonist. Es handelte sich dabei um zwei verschiedene Themen, wobei das letztere bei mehreren Formaten lief.

189 Cosplay, kurz für *costume play*. Cosplayer verkleiden möglichst originalgetreu wie Figuren aus PC-Spielen, Mangas oder Animes.

Für seinen ersten Magazinbeitrag meldete sich der Proband auf einen Themenauftrag der „Explosiv“-Redaktion. Es wurden Männer gesucht, die immer auf den gleichen Frauentyp „reinfallen“. Er habe sich *angesprochen gefühlt* und wollte tatsächlich erfahren, worauf seine Beziehungserfahrungen beruhen können, da dies von einer Psychologin analysiert wurde. Zudem erhielt er eine *Aufwandsentschädigung*, die ihn zusätzlich reizte, sich zu bewerben. Die Mitwirkung in den folgenden Magazinbeiträgen wurde von ihm selbst erwirkt. Er habe zusammen mit einem Freund herausgefunden, dass ein Song von Stefan Raab zum Teil Elemente eines Songs der Spice Girls enthalte, was ein entsprechendes Medienecho hervorrief. Dies entsprach der Intention des Probanden, sagt er doch *„Bei der Raab-Geschichte war es ganz klar der Wunsch die Medien aufzumischen.“*, in dem sie ihre Entdeckung, bei der sie die Vorreiter waren, publik machten. Daneben erhoffte er sich ein *berufliches Weiterkommen* durch die entstandene Medienpräsenz. (berufliche, materielle und persönliche Gründe, proaktives Verhalten)

Probandin 10, namentlich Lisa Loch, nahm 2001 im Alter von 16 Jahren an einer Miss-Wahl zur „Miss Alemania“ in Köln teil. Es war für sie keine bewusste Entscheidung dafür oder dagegen als Protagonistin teilzunehmen. Laut der Probandin wurde die Misswahl *medial begleitet* und sie hatte nichts dagegen einzuwenden. (Selbstdarsteller, Veranstaltung wird medial begleitet)

Ein Journalist aus seinem Bekanntenkreis fragte den Probanden 11 ob er den Part des Hauptprotagonisten in einem Beitrag für RTL „Explosiv“ übernehmen möchte. Diese Rolle sollte zunächst der befreundete Journalist einnehmen, der jedoch aus beruflichen Gründen verhindert war. Der Proband sagte zu, da er einen *Fernsehauftritt kurz vor der Prime-Time*¹⁹⁰ um 19.30 Uhr haben wollte. (Selbstdarsteller, persönliche Gründe)

Probandin 12 war längere Zeit in verschiedenen TV-Redaktionen tätig und konnte so freundschaftliche Kontakte zu Redakteuren schließen. Durch die Arbeit und später durch ihr bekannte Journalisten, entschied sie sich für den ersten Dreh, da sie sich für den *Prozess der TV-Medienproduktion interessierte*. Zudem wurden die Dreharbeiten zu ihrer Zufriedenheit *vergütet*. (materielle Gründe, persönliche Gründe)

¹⁹⁰ Die beste Sendezeit des Fernsehprogramms mit den größten Einschaltquoten; liegt in Deutschland und Österreich etwa zwischen 20.15 Uhr und 22.15 Uhr.

Die Antworten der Protagonisten lassen sich in die gebildeten Unterkategorien (materielle, persönliche Gründe und Selbstdarsteller) einordnen. Es wird sichtbar, dass Personen, die Journalisten in ihrem Umfeld haben oder selbst in Redaktionen tätig waren, bei entsprechendem Vorhaben eher die Möglichkeit erhalten als Akteure tätig zu werden.

10.2. Die Konsequenzen freiwilliger Eigeninszenierung in TV-Boulevardmagazinen

In diesem Kapitel wird versucht eigene Kategorien erlebter oder potentieller Folgen der Berichterstattung zu bilden, da die von Kepplinger beschriebenen Differenzierungen reziproker Effekte zu allgemein und unspezifisch erscheinen. Die befragten Journalisten sind einstimmig der Ansicht, dass für Personen, die ihr Selbst in Boulevardmagazinen darbieten, eine Vielzahl von Konsequenzen auftreten können. Diese seien jedoch abhängig von der Länge, der Gestaltung und der Art des Formats. Probandin 3 vertritt die Meinung, dass bei Kurzbeiträgen und dementsprechend kurzen Auftritten, vergleichbar vernachlässigbare Konsequenzen entstehen.

Redakteure über positive Konsequenzen durch die freiwillige Eigeninszenierung in TV-Boulevardmagazinen

Die oben beschriebenen Kategorien der Gründe für die Mitwirkung können als Grundlage genommen werden, um Konsequenzkategorien zu entwickeln. Anders gesagt: Haben Protagonisten ihr Ziel erreicht, welches sie als Grund angaben, stellt das wiederum eine entstandene positive Konsequenz für die Person dar. Die Ergebnisse der Redakteure ergeben zwei Kategorien: materielle Konsequenzen (dazu gehören auch Folgen für den beruflichen Bereich) und psychische Konsequenzen.

Materielle Konsequenzen

Durch die Mitwirkung in TV-Boulevardmagazinen können für die Protagonisten durch positive Eigenpräsentation *berufliche Begünstigungen* entstehen, da der eigene Bekanntheitsgrad durch das mediale Erscheinen steigt. Geben Fachleute wie z.B. Ärzte, Kriminologen, Psychologen Interviews, so werden sie aus Rezipientensicht zu Experten auf ihrem Gebiet und bekommen die Chance *mehr Aufträge* (oder Patienten, Kunden usw.) zu erlangen. Auch „einfache Leute“, wie Proband 1 Menschen nennt, die nicht als Experten auftreten, offeriert sich die Gelegenheit nach *neuen Karrieremöglichkeiten*, z.B. in der Medienbranche. Hier bietet sich an, das Beispiel Daniela Katzenberger aufzugreifen. Katzenberger wurde durch das VOX-Magazin „Auf und davon – Mein Auslandstagebuch“ bekannt, dem eine bis dato anhaltende Medienpräsenz folgte. Ihr wurde durch geschickte Eigenvermarktung eine eigene Dokusoap auf die Person geschneidert, sie veröffentlichte ihre Autobiografie und bekam Schauspielaufträge. Als Fachmann für Rechtsfragen legte Sewarion Kirkitadse eine Bilderbuchkarriere hin, auch wenn der Name im ersten Moment keine Reaktion hervorruft wie der Name Daniela Katzenbergers. Sewarion Kirkitadse ist ein Strafverteidiger aus München, der vor ca. 15 Jahren einige Male für das Regionalprogramm von RTL von Proband 1 interviewt wurde. Er war stets bereit für ein Statement und zeigte seine juristische Kompetenz derart überzeugend, dass ihn auch andere Redaktionen als Interviewpartner gewinnen wollten. Als Ergebnis dessen wurde er zum Staatsanwalt der Gerichtsshow „Richter Alexander Hold“, in der Folge wiederum „explodierten die Mandantenanfragen in seiner Kanzlei“, was ihn zu einem wohlhabenden Mann machte. Berufliche Chancen können sich für Schauspieler, Schauspielstudenten oder andere Personen ergeben, die als Lockvögel agieren, da sie es in ihrem Lebenslauf angeben und davon profitieren können.

Jeder Berufsstand hat eine bestimmte *Berufsethik* und verfolgt mit seiner Arbeit bestimmte Ziele. Durch verstärkte mediale Öffentlichkeit ist es *möglich diese Ziele zu erfüllen*, da ein großes Publikum erreicht wird. Probandin 3 erwähnt in diesem Zusammenhang den Berufsstand des Arztes, der durch einen Beitrag über den FSME-Virus erreichen könne, dass sich mehr Patienten impfen lassen oder ein Sicherheitsbeauftragter in Wintersportgebieten, der in einem Bericht über Skipisten mehr Sicherheit und Vorsicht propagieren und erzielen könne.

Für Personen, die nicht als Experten fungieren, sondern Menschen, bei denen nicht ihr berufliches Fachwissen gefragt ist, kann die Mitwirkung *finanzielle Vorzüge* mit sich bringen. In einigen Fällen halfen die Medien bei der *Arbeitssuche*, wenn es für die Protagonisten ein schweres Unterfangen darstellte. In anderen Fällen fühlte sich die zuständige Stadt unter Druck gesetzt und *bot Hilfe an*. Ein Junge mit einem Gewicht von 160-Kilogramm bekam nach der Ausstrahlung eines Beitrags bei RTL Explosiv eine Monatskarte bezahlt und die gesamte Familie wurde bei der Wohnungssuche unterstützt.

Psychische Konsequenzen

Das Agieren als Protagonist lehrt die Menschen, wie sie mit einer Kamera umzugehen haben und *stärkt das Selbstbewusstsein*. Gerade für Lockvögel oder Schauspieler (auch in Ausbildung) kann dies *positive Effekte im Selbstwertgefühl* auslösen. Sie fühlen sich sicherer und agieren professioneller mit dem Redaktionsteam und in ihren Aufgaben. Für extrovertierte Menschen kann es sich stärkend für das eigene Befinden auswirken, wenn man von anderen Menschen auf der Straße oder im Bekanntenkreis auf den Auftritt im Fernsehen angesprochen wird. Dass dieser Umstand auch als negativ empfunden wird, wird im folgenden Kapitel ausgeführt.

Besprechen Menschen ein heikles Thema im Fernsehen, dass sie selbst belastet, in dem sie selbst Erfahrungen gesammelt haben oder ähnliches, so kann es sich *positiv auf den Umgang mit dem Umfeld* niederschlagen. Man kann offener mit einem Thema umgehen; man hat das Gefühl sich nicht mehr verstecken zu müssen, da andere nun von dem Problem wissen und bekommt eventuell sogar Zuspruch von außen, was das eigene Lebensgefühl verbessern kann. Christoph Feurstein erzählte von einer Österreicherin, die über eine Brieffreundschaft eine Beziehung mit einem Todessträfling in den USA einging. Die Frau kämpfte entschlossen darum, dass ihr Freund und späterer Mann begnadigt wird, sammelte viele Unterschriften und erzählte ihre Geschichte in der Sendung THEMA. Die Frau bekam Unterstützung vom österreichischen Parlament und der EU-Kommission. Obwohl ihr Mann letztlich der Todesstrafe zum Opfer fiel, war die Rückendeckung von Feurstein und seinem Team und die damit verbundene Anteilnahme der Politik und anderer eine große Stütze für sie und auch für ihren Mann, der die Hoffnung bis zuletzt nicht aufgab. Als finanzielle Unterstützung wurde das Grab in Österreich gesponsert. Dieser Absatz erlaubt die Bildung einer weiteren Kategorie, die „Reaktionen anderer Personen“ aus dem nahen oder fernen Umfeld. Diese Kategorie steht in starker Verbindung mit psychischen Konsequenzen.

Protagonisten über ihre persönlichen positiven Erfahrungen als freiwillige Akteure in TV-Boulevardmagazinen

Probandin 6 empfand den Beitrag von technischer Seite her als *gelingen* und äußerte sich positiv über die Kameraführung, die Musik und die von ihr gesendeten Statements. Das Team, das für den Beitrag zuständig war, wirkte auf sie professionell und sie war mit ihrer persönlichen Darstellung zufrieden. Die Probandin wollte die Mitwirkung hauptsächlich als Eigenwerbung verwenden, merkte aber an, dass sie im Nachhinein weder mehr noch weniger Aufträge und Kunden bekam, da ihre Kunden nicht dem Zielpublikum von RTL Explosiv entsprechen. Sie konnte den Bericht jedoch für ihre *Homepage verwenden*, wo er doch als *Werbung* nutzbar ist, da ihre Kunden sehen, dass sie auch in audiovisuellen Mainstream-Medien Präsenz zeigt und als Experte gewertet werden könnte. (geringfügig berufliche Konsequenzen, positive Selbstwahrnehmung)

Für Proband 7 waren die Mitwirkungen in TV-Boulevardmagazinen vor allem von beruflicher Seite bereichernd da er sein *Wissen* über den Ablauf einer Fernsehproduktion erweitern konnte. Auch er empfand die *Beiträge technisch durchaus gelungen* und gut gestaltet. Als Student der Kommunikationswissenschaften möchte er weiterhin in der Medienbranche tätig sein und kann nun mit *erweitertem Knowledge* in das Berufsleben gehen. (berufliche Konsequenzen durch Wissenserweiterung, positive psychische Konsequenzen durch Steigerung des Selbstbewusstseins im Berufsleben)

Probandin 8 wurde für von einer RTL Explosiv-Redakteurin bei der Games Convention 2011 in Köln interviewt. Die Probandin selbst wurde nicht negativ dargestellt. Sie ist sehr aktiv im Internet, hat einen eigenen Youtube-Channel und beschäftigt sich engagiert mit ihrer Facebook-Community. Als positive Rückmeldung auf den Beitrag lässt sich ihre *gesteigerte Bekanntheit im Internet* erwähnen. Viele Menschen *abonnierten ihren Youtube-Channel*, auf dem Anti-RTL-Flashbob konnte sie diverse *Kontakte* mit anderen „Youtubern“ knüpfen und bekam *zahlreiche Interviewfragen*, für die sie auch offen ist, wie sie selbst sagt. Sie habe in den sozialen Netzwerken oder auf Videoplattformen viel gutes Feedback bekommen, was sie sehr gefreut habe, sogar *neue Freundschaften* wurden geschlossen. Ihre Internetberühmtheit, „die sie ja hier und da habe“, stärkte ihr *Selbstbewusstsein*. Im Sommer soll sie eventuell an einer Gameshow teilnehmen.

(positive psychische Konsequenz durch Stärkung des Selbstbewusstseins, dem Gewinnen neuer Freundschaften und positiver Resonanz im Internet [Reaktionen des Umfelds])

Proband 9 war Teil mehrerer Magazinsendungen. Bei seinem ersten Beitrag erzählte er kaum jemandem davon, sodass die Reaktionen seines Umfelds eher gering waren. Das Material des zweiten Drehs wurde von verschiedenen Magazinen verwendet und hatte eine größere Brisanz (Stichwort Stefan Raab). Daraufhin haben Menschen auf der Straße oder per Mail *positiv auf ihn reagiert und er bekam Zuspruch*. Bei allen Produktionen habe er sich wohl und *gut aufgehoben gefühlt und wurde in einem guten Licht dargestellt*. Die erhofften beruflichen Möglichkeiten blieben allerdings aus. (positive psychische Konsequenzen durch Wohlgefühl während der Drehs und Zuspruch des Umfelds und von fremden Personen)

Lisa Loch (Probandin 10) sah als positive Konsequenz der Mitwirkung in dem Beitrag nur die „*schöne Erinnerung*“ an die Misswahl in Köln, bei der sie teilgenommen hat.

Proband 11 bekam im Umfeld *positive Kritik und Bestätigung* für einen guten Beitrag. Zudem war der Proband positiv von seiner Selbstdarstellung überrascht, da er wenig nervös zu sein schien und professionell wirkte. Es stellt für ihn eine *berufliche Referenz* dar, die er auf seiner Homepage angegeben hat. (berufliche Referenz, psychische Konsequenz durch positives Selbstbild, stärkende Reaktionen des Umfelds)

Auch Probandin 12 war zufrieden mit ihrer eigenen Inszenierung und der technischen Umsetzung der Beiträge. Sie erachtete die Berichte stets als *zufriedenstellende Endresultate* einer Produktion. Sie erwähnt als positiven Aspekt das *schnell verdiente Geld* durch die Berichterstattung und die *gute Resonanz der Familie*, z.B. war ihre Mutter sehr stolz, da ihre Tochter im Fernsehen zu sehen war. (materielle und psychische Effekte, zustimmende Reaktionen anderer)

Redakteure über negative Konsequenzen durch die freiwillige Eigeninszenierung in TV-Boulevardmagazinen

Da es sich bei Protagonisten meist um Laien der Fernsehbranche handelt, gehen sie oft arglos mit den möglichen Folgen der Berichterstattung um bzw. wissen nicht, dass überhaupt etwas passieren kann und vor allem, was auf sie zukommen könnte. Die Auswertung zeigt, dass Protagonisten mit Konsequenzen zu rechnen haben, wie diese aufgenommen werden, ist jedoch Ansichtssache eines jeden Individuums und ist u.a. abhängig von der psychischen und finanziellen Stabilität. Auch die Art der negativen Konsequenz kann variieren. Bei Kurzbeiträgen oder unbekannten, lokalen Magazinen ist die Reichweite recht kurz und bis auf einige Kommentare kann die Mitwirkung in diesen Magazinen weitestgehend folgenlos bleiben. Bei überregionalen Boulevardmagazinen, die bekannt und erfolgreich sind (z.B. RTL Explosiv) erreichen die Berichte eine größere Rezipientenzahl und werden stilistisch anders aufbereitet. Die Beiträge können noch nach Jahren im Internet kursieren und wieder aufgegriffen werden.

Aufbauend auf den positiven Konsequenzen bilden wir hier erneut drei Kategorien: die Reaktionen anderer Personen, die materiellen/beruflichen Effekte, sowie psychische Folgen.

Reaktionen aus dem Umfeld

Die Reaktionen anderer Menschen auf die eigene Medienpräsenz können *vorübergehend* (deswegen aber nicht weniger dramatisch) oder *von längerer Dauer* sein. Meist belaufen sich die Reaktionen auf *Kommentare* hämischer Art, man wird zum *Gespött* der Menschen, wird wegen seiner Aussagen und/oder Taten belächelt oder aufgezogen. Die Mitwirkung in Magazinen kann dazu führen, dass Menschen denken, man nehme sich wichtig. In diesem Zusammenhang fiel der Begriff „mediengeil“. Man schließe sich damit aus der „Solidaritätsgruppe der Wissenden und Schweigenden“ aus, in dem man seine Erfahrungen in einer Thematik preis gebe. Das Umfeld, die Familie oder der Freundeskreis können mit *negativer Kritik und Unverständnis* auf die Protagonistenrolle reagieren. Besonders tragisch ist die Kritik für Kinder, die *Mobbing* in der Schule erleben müssen. Mobbing und weitere Reaktionen äußern sich durch *Beschimpfungen, Belästigungen* oder im extremsten Fall durch *Morddrohungen* an den ehemaligen Protagonisten.

Partnerschaften oder ähnliche Beziehungskonstellationen drohen zu zerbrechen, z.B. wenn man sich im Fernsehen öffentlich als Fremdgeher outet. In diesem Fall liegt die Schuldfrage allerdings beim Protagonisten selbst, sollte einer Person doch bewusst sein, dass viele Zuschauer den Bericht verfolgen können.

Bsp.:

Ein Mann hat erst nach 21 Jahren festgestellt, dass seine vier Kinder von anderen Männern gezeugt wurden („Kuckuckskinder“). Der Mann wollte die Medien als Unterstützung einer Unterhaltsklage nutzen, da er den jahrelang erbrachten Unterhalt von der Mutter der Kinder zurückforderte. In seinem Wohnort ist die Geschichte vor der Ausstrahlung des Beitrages nicht bekannt. Dem Protagonisten sind die potentiellen Folgen dessen nicht bewusst. Er könne laut P 1 folglich als Versager betitelt werden, es wird im Ort mit dem Finger auf ihn gezeigt, worunter er sehr zu leiden haben wird. Es ist unklar, wie lange dem Mann dieses ohnehin schon schwierige Thema zukünftig anhaften wird.

Ein 13-jähriger Teenager wird schwanger und lässt sich wochenlang vor, während und nach der Geburt von einem TV-Boulevardmagazin begleiten. Das Mädchen hatte nach Ausstrahlung der Beiträge mit Beschimpfungen zu kämpfen, wurde als „Schlampe“ betitelt und bekam unmoralische Angebote.

Materielle/berufliche Konsequenzen

Berufliche Folgen der Berichterstattung (und somit auch materielle Folgen) nehmen in ihrer gesamten Bandbreite folgende Ausmaße an: Es besteht die Möglichkeit seinen *Job zu verlieren* und die Möglichkeit auf eine erneute Beschäftigung wird deutlich erschwert.

Stellt man sich als Unternehmer im Fernsehen unbedacht als wohlhabender oder gar reicher Mensch dar, so kann es passieren, dass folglich *Kundenaufträge ausbleiben*, da die Rezipienten (und potentiellen Auftraggeber) der Ansicht sind, dass man schon genug Geld verdiene, was sich auf die eigenen finanziellen Mittel auswirken würde. Als Angestellter eines Unternehmens sollte vorher mit dem Arbeitgeber geklärt werden, ob der Medienauftritt gebilligt wird.

Ist dies nämlich nicht der Fall und stellt man das eigene Unternehmen womöglich in ein ungünstiges Licht, habe man mit einer *Kündigung* zu rechnen.

Genauso schwer ist es eine neue Tätigkeit zu finden, wenn man selbst durch die Medien in ein ungünstiges Bild gepresst wird, z.B. als Person ohne Normen, Werte und Regelkonformität.

Bsp.:

Der Security-Angestellte eines Juweliers macht in einem Beitrag darauf aufmerksam, dass die Sicherheitsbeamten bei einem Überfall nicht einschreiten dürfen, um ihre eigene Gesundheit nicht in Gefahr zu bringen. Diese Aussage im Fernsehen zu treffen ist eher unklug, da sich dies Kriminelle zum Anreiz nehmen könnten, den besagten Juwelier heimzusuchen.

Psychische Konsequenzen

Eben erwähnte Reaktionen anderer Personen und materielle Folgen wirken sich auf die Psyche eines Menschen aus. Der Grad der psychischen Folgen hängt von der jeweiligen psychischen Stärke, der Unterstützung wichtiger Ansprechpersonen ab und dem Ausmaß der Reaktionen ab.

Für Menschen ist es oftmals eigenartig sich selbst auf Fotos oder Videos zu sehen oder seine eigene Stimme auf einer Tonaufnahme zu hören. Man fühlt sich peinlich berührt, da man mit sich und seiner Darstellung nicht vollkommen zufrieden ist, z.B. findet man, dass man im Fernsehen zu dick aussieht (*Selbstwahrnehmung*). Dieser Effekt ist meist von kurzer Dauer.

Fühlt man sich durch den Beitrag und darauffolgende Resonanzen gedemütigt, sind die psychischen Effekte *belastend und schwer zu bewältigen*. Die Person möchte das Haus eventuell nicht mehr verlassen, um eine Konfrontation mit den Medien und darauf hindeutende Menschen zu vermeiden. Man mauert sich ein, verfällt in *Depressionen* bis hin zu *Rachegefühlen* den Verantwortlichen gegenüber. Das *Selbstbewusstsein schwindet*, wenn die eigenen Erwartungen mit dem anschließenden Echo nicht übereinstimmen.

Die mediale Inszenierung kann so weit reichen, dass man das Vertrauen in Journalisten, die Medien und daraus resultierend vielleicht auch dem persönlichen Umfeld gegenüber verliert.

Bsp.:

Die Eltern von Natascha Kampusch haben während des Verschwindens ihres Kindes bereitwillig mit Journalisten zusammengearbeitet. Es wurde ihnen von der Polizei empfohlen, da laut den Beamten jede Öffentlichkeit zu neuen Hinweisen führen könne. Die Journalisten eines österreichischen Boulevardblattes klauten aus der Wohnung der Familie heimlich Bilder von Natascha und veröffentlichten sie in falschem Kontext; der Familie wurde Kindesmissbrauch angedichtet, was weiteres Medienecho nach sich zog.

Protagonisten über ihre persönlichen negativen Erfahrungen als freiwillige Akteure in TV-Boulevardmagazinen

Probandin 6 war zwar mit der Darstellung ihrer Person zufrieden, doch hatte sie *weniger Einfluss* auf den gesamten Beitrag als erwartet. Das Produktionsteam begleitete ihren Workshop länger als erwartet. Sie gab an sich während des Drehs wohlfühlen, doch befinde man sich auch immer in *großer Spannung (interaktives Verhalten)*, weshalb sie mit der Länge der Dreharbeiten nicht einverstanden war. Die Probandin wurde nicht über das Drehbuch aufgeklärt, weswegen die Inhalte des Beitrages im Gesamten anders ausfallen, als sie erwartete. Sie gab jedoch auch an, dass sie nicht explizit nach dem gesamten Drehplan gefragt habe. Ihr Umgangscoaching für Kinder wurde medial begleitet, der Hauptaugenmerk des Berichtes lag jedoch auf einer mittellosen Familie, mit der im Vorfeld zu Hause Dreharbeiten stattfanden, und die dann am Workshop teilnahm. Die Konklusion der Berichterstattung war, dass Umgangsformen für Kinder nicht dringend notwendig sind, war die Probandin *verärgerte* und einen *negativen Beigeschmack* bedingte. Den für sie unangenehmen Part des Beitrages, in dem vorrangig die besagte Familie gezeigt wurde, schnitt die Probandin selbst raus und stellte den von ihr geänderten Bericht auf ihre Website. Probandin 6 wollte außerdem über den Ausstrahlungstermin vom Redaktionsteam benachrichtigt werden, was nicht erfolgte. Sie musste die Teilnehmer des Coachings diesbezüglich immer wieder trösten. Der Dreh wurde letztlich erst etwa ein halbes Jahr später gesendet. Ihr *Umfeld reagierte kaum* auf die Magazinsendung, da sie laut Probandin auch nicht zum Zielpublikum des Formates gehören. Lediglich ihre Geschwister ließen sie wissen, dass die Schlussbemerkungen der Redaktion eher nicht im Sinne der Probandin zu sein scheinen.

(kaum Reaktionen des Umfelds, kaum berufliche Konsequenzen, psychische Effekte durch Bemängelungen am Endprodukt, negative Beitragswahrnehmung und Wirkungswahrnehmung)

Die Reaktionen des Umfelds waren auch bei Proband 7 *verschwindend gering*, da er kaum jemanden von seiner Mitwirkung als Protagonist berichtete. Nur einige wenige Bekannte haben ihm eine Nachricht über soziale Netzwerke geschickt und ihm mitgeteilt, dass er gesehen wurde. Der Proband hat seine Mitwirkung größtenteils für sich behalten, da er es „*peinlich fand*“. Das lag jedoch nicht an der Gestaltung des Beitrages durch das Medienunternehmen, sondern eher daran, dass er sich selbst nicht fotogen findet und sich nicht gern auf Videos sieht. (keine materiellen Konsequenzen, geringfügige psychische Folgen durch unangenehme Selbstwahrnehmung)

Probandin 8 war mit dem Beitrag, für den sie interviewt wurde *keineswegs einverstanden*. Sie hatte nichts daran auszusetzen wie sie selbst in den Kontext gebracht wurde, doch fühlte sie sich in ihrer Funktion als Gamerin von den Aussagen des Off-Textes angegriffen. Die Probandin empfand den Beitrag als „*beleidigende, einseitige Darstellung*“, den sie nicht in Ordnung fand und der sie *sehr aufgeregt* hat. Die Gamer Szene wurde ihren Aussagen zufolge kategorisiert und *Tatsachen wurden verdreht*. Sie empfand die Entschuldigung des RTL-Teams als unehrlich und nur geschehen, weil sie sich von der Szene unter Druck gesetzt fühlten. Das Interview mit ihr dauerte circa fünf Minuten, es wurde viel herausgeschnitten. Letztendlich war sie mit einem Statement von etwa 15 Sekunden zu sehen. Ihre Mitschüler und weitere Menschen in ihrem Umfeld reagierten teils mit skeptischen Gesichtern und belustigt, da ihr Outfit in dem Beitrag (Cosplay) nicht dem entspricht, wie sie sich im Alltag kleidet. Ihr wurde außerdem öfter mitgeteilt, dass sie gesehen wurde, was mit zunehmender Personenzahl zu „nerven“ begann. Die Lehrer haben sich nicht dazu geäußert. Die Probandin sollte noch in einem weiteren Beitrag für einen Fernsehsender mitwirken, doch waren ihre Eltern besorgt, dass dieser wie der vorherige abwertend ausfällt. (Reaktionen des Umfelds, geringfügig psychische Folgen durch Bemängelungen des Beitrags, negative Beitragswahrnehmung)

Proband 9 hat sich bei dem ersten Beitrag, in dem er als Protagonist zu sehen war, gewünscht, dass er mehr in Tiefe geht. Die Psychologin hat seinen Fall nur unzureichend betrachtet, der ganze Beitrag hat das *Thema nur oberflächlich beleuchtet*.

Nach dem zweiten Dreh, der die Musik von Stefan Raab zum Thema hatte, bekam er E-Mails von Unbekannten, die ihn beschuldigten, dass er sich *in die Öffentlichkeit drängen* wolle, Stefan Raab den Erfolg nicht gönne bzw. sich an Raab *rächen* wolle, da der Proband einst Gast bei „TV Total“, der Sendung von Stefan Raab, war. Diese Konsequenzen waren nur von *kurzer Dauer und schnell wieder verflogen*. Der Proband selbst fand es, ähnlich wie Proband 7, *ungewohnt sich selbst im Fernsehen zu sehen* („Das bin doch nicht ich.“). Er erwähnt zudem, dass viel vom Rohmaterial weggeschnitten wurde. So wurden aus einem zehnminütigen Interview zwei bis drei Takes von 20-30 Sekunden Länge. Rückwirkend bezeichnet er sich bei seinem ersten Dreh als sehr *naiv*. Der zweite Dreh verlief seinerseits professioneller, da ihm der Ablauf bereits bekannt war. Inhaltlich bemerkte er, dass die Sendung „Blitz“ einen falschen Teil des Originalsongs der Spice Girls einspielte, obwohl der richtige Part von Bedeutung gewesen sei, da Raab diesen kopiert habe. (Reaktionen anderer Menschen, Ärger über falsche Inhalte, geringfügig psychische Effekte durch negative Kritik und ungewohnte Öffentlichkeit im TV)

Probandin 10, Lisa Loch, hatte negative Konsequenzen zu erleiden, die wohl vergleichsweise am schwersten wiegen. Anzumerken ist hierbei, dass die Konsequenzen durch die *Zweitverwertung des Materials* entstanden sind und nicht durch die Ausstrahlung in der Magazinsendung an sich. Lisa Loch nahm mit 16 Jahren an einer Misswahl in Köln teil und stellte sich dort, wie alle anderen Teilnehmerinnen, mit ihrem Namen und ihrem Alter vor. Diesen Ausschnitt „klaute“ das Team um Stefan Raab für seine Sendung „TV Total“. Dort *verunglimpfte er den Namen der Probandin*, machte sich über sie lustig und erzählte anzügliche Witze. Infolgedessen wurde Lisa Loch am nächsten Tag in der Schule zahlreich darauf angesprochen, Mitschüler haben Raabs Witze aufgegriffen und wiederholt. Es war eine schwere Zeit für die Probandin, da sie und ihre mediale Darstellung *großes Aufsehen* erregte. Fünf Monate nach den ersten Beleidigungen durch Stefan Raab, griff dieser den Namen der Probandin erneut auf und verwendete ihn in seiner Sendung. Die Nachricht, dass Jugendliche ab 16 Jahren auf kommunaler Ebene in die Politik gewählt werden dürfen, nahm Raab zum Anlass eine „Lisa-Loch-Partei“ vorzuschlagen. Das Ganze wurde mit einem von der Redaktion gestalteten anzüglichen „Wahlplakat“ untermalt, welches ein Paar beim Geschlechtsverkehr zeigt. Das verstärkte die Probleme der Probandin nochmals. Sie bekam nächtliche, *anonyme Anrufe* von Raab-Fans, sie wurde in der Schule und auf öffentlicher Straße *verspottet, verhöhnt und ausgegrenzt*.

Die damals noch minderjährige junge Frau begab sich daraufhin ein halbes Jahr in *psychologische Behandlung*. Zwar bekam sie Unterstützung von ihrer Familie und Freunden, doch musste sie die Geschehnisse mit einer neutralen Person aufarbeiten. Die Familie ging zudem gerichtlich gegen Stefan Raab vor und erwirkte eine *einstweilige Verfügung*, die es dem Moderator verbot, den Namen und das Gesicht der Probandin in seiner Sendung zu zeigen. Außerdem verklagte Lisa Loch Stefan Raab, die Produzenten und ProSieben und bekam 2004 in zweiter Instanz vom Oberlandesgericht Hamm 70 000 Euro *Schmerzensgeld* zugesprochen. Das Urteil lautete *Verletzung des Persönlichkeitsrechtes durch öffentliche Verunglimpfung*. Besonders stark viel ins Gewicht, dass die Klägerin zur Zeit der Verunglimpfung noch minderjährig war. Lisa Loch erhielt nie eine Entschuldigung von Stefan Raab, seiner Produktionsfirma oder des Senders. Der Probandin 10 zufolge habe der Fall *Rechtsgeschichte geschrieben* und wird noch heute an Universitäten in Lehrvorträgen besprochen und in juristischen Lehrbüchern behandelt. (starke psychische Effekte mit notwendiger Behandlung, ausgelöst durch die Reaktion anderer; durch Klage starke materielle Konsequenz, die für die Probandin einen Ausgleich der zu ertragenden Leiden darstellt, Verhöhnungsoffer)

Proband 11 fiel auf, dass TV-Beiträge von manchen Menschen nicht aufmerksam verfolgt werden, sodass *nur partielle Elemente des Berichtes im Gedächtnis* bleiben, auf die sich die Zuschauer bei der Bewertung des TV-Auftritts des Protagonisten beschränken. Er wurde von diversen Personen darauf angesprochen, allerdings ohne schwerwiegende negative Bewertung. Die Anfrage des Journalisten, ob der Proband als Protagonist in einem Beitrag wirken wolle, kam sehr spontan und kurzfristig, weshalb sich der Befragte nur geringfügig auf seine „Rolle“ vorbereiten konnte. Sein Selbstbild betreffend fiel dem Probanden negativ auf, dass er mit seiner *Frisur unzufrieden* war, d.h. er ist der Ansicht, dass er sich vorher die Haare hätte schneiden lassen sollen. (wenig Reaktion des Umfeldes, geringe psychische Effekte durch leicht negative Wahrnehmung der optischen Selbstwahrnehmung)

Boulevardeske Sendungsformate genießen teilweise einen schlechten Ruf, weshalb Probandin 12 *negative Kritik* und teilweise *schlechtes Feedback* auf ihre Mitarbeit als Protagonistin im Freundeskreis als Reaktionen des Umfelds bekam. Daran störte sie sich selbst kaum, da sie für sich diese Entscheidung getroffen habe und völlig dahinter stehe.

Peinlich berührt fühlte sie sich, da sie von Fremden auf der Straße erkannt wurde, worauf sie hätte verzichten können. Als negativ Konsequenz nannte sie zudem, dass sie mit *inhaltlichen Folgen des Beitrags* leben musste. Für einen Dreh ließ sich die Probandin einen „Undercut“¹⁹¹ wie die Schauspielerin Sophia Tomalla schneiden. Sie war mit der Frisur nicht zufrieden, musste jedoch warten, bis die Haare wieder nachgewachsen sind, um sich wohl zu fühlen.

10.3. Die Konsequenzen unfreiwilliger Darstellung in TV-Boulevardmagazinen

Es konnten für diese Interview-Studie keine Menschen ausfindig gemacht werden, die unfreiwillig zu Protagonisten von TV-Boulevardmagazinen wurden. Diese Menschen scheuten sich vor der Konfrontation mit Journalisten und führen dieses Verhalten meist auch nach Ausstrahlung des Beitrages, in dem sie zu sehen sind, weiter. Sie öffnen sich kaum in Foren oder anderen öffentlichen Austauschmöglichkeiten, sodass es schwer ist, sie einerseits zu finden und andererseits mit ihnen Kontakt aufzunehmen. Die hier aufgeführten Konsequenzen beruhen auf den Aussagen und Erfahrungen der befragten Redakteure. Es fällt auf, dass die Redakteure bezüglich der unfreiwilligen Darstellung in Boulevardmagazinen ausschließlich negative Folgen nannten. Zwar werden Personen, die mit der Kamera konfrontiert werden und nicht zu sehen sein wollen, zum großen Teil anonymisiert¹⁹² gezeigt, doch besteht die Möglichkeit, dass sie durch den Kontext der Geschichte trotzdem von Personen ihres Umfelds erkannt werden. Besonders bei Mitarbeitern bestimmter Firmen besteht ein großer Erkennungswert. Es gibt zudem Personen, die nicht als Protagonist in TV-Magazinen auftauchen, sondern, bei in der Öffentlichkeit gedrehten Bildern, unabsichtlich im Hintergrund zu sehen sind.

Die Konsequenzen unfreiwilliger Berichterstattung in TV-Boulevardmagazinen können in drei Kategorien eingeteilt werden: Verluste (verursacht durch Beiträge und darauffolgende Reaktionen des Umfelds), psychische Konsequenzen und Affekthandlungen.

191 Eine Frisur, bei dem das Deckhaar erhalten bleibt, aber die untere Kopfhälfte rasiert oder gekürzt wird. Bei einer Kürzung nur einer Seite des Kopfes spricht man von einem „Sidecut“.

192 Der Protagonist (z.B. sein Gesicht) wird nicht klar, sondern in großen Pixeln gezeigt, sodass er nicht mehr klar erkennbar ist (Verpixelung). Ggf. wird das Gesicht oder werden die Augen mit einem schwarzen Balken überdeckt. Diese Mittel dienen der Anonymisierung des Protagonisten.

Verluste

Als minimale Folge lässt sich hier nochmals der Fakt nennen, dass man von anderen Personen auf den Beitrag und die eigene Person in den Medien angesprochen wird. Werden Aussagen, die man getroffen, oder Taten, die man begangen hat, vom Umfeld schlecht bewertet (bspw. weil sich jemand dadurch persönlich angegriffen fühlt), können eine *Reihe von Verlusten* für den Protagonisten eintreffen: z.B. Beziehungen gehen auseinander, was mit dem Verlust des eigenen Kindes einher gehen kann; man verliert den Arbeitsplatz und daraus folgend die Wohnung oder das Haus.

Wird bei einer Karnevalsveranstaltung bspw. ein Mann gefilmt, der betrunken in seinem Auto sitzt und sagt, dass er kein Statement abgeben möchte und wegfährt, folgert dies u.U. Den Verlust des Führerscheins. An den Verlust des Führerscheins könnte wiederum der Verlust der Arbeitsstelle gebunden sein.

Bsp.:

Ein Mann verklagte das ZDF, da er in einem Beitrag, der auf dem Flughafen gedreht wurde, im Hintergrund mit seiner Geliebten zu sehen war, was sich auf seine Lebenspartnerschaft auswirkte. Der Mann wurde „aus Versehen“ im Fernsehen gezeigt, wurde nicht einmal konkret als Protagonist konfrontiert und hatte trotzdem mit den Folgen zu leben. Genauso ging es einem Mann, der sich, wie der Arbeitgeber dachte, im Krankenstand befand. Für eine TV-Sendung wurden Wetterbilder auf einer Wiese gedreht, auf der sich der Mann sonnte. Kollegen sahen den Beitrag, der Mann verlor seinen Job.

Bei diesen Beispielen handelt es sich nicht um Protagonisten der Berichterstattung, doch haben die Personen Fehler begangen, ohne die besagte Probleme nicht entstanden wären.

Psychische Konsequenzen

Ist der erste Eindruck des Beitrages für den Protagonisten ein negativer, leidet er darunter. Es stellt eine *psychische Belastung* dar, was sich in unterschiedlichster Weise äußert: Man fühlt sich durch die Medien *bloßgestellt* oder sieht darin eine *Kriminalisierung* der eigenen Person.

Es wurde mit medialen Mitteln in die *eigene Entscheidungsfähigkeit eingegriffen*, da man nicht selbst entscheiden konnte, ob man im TV gesehen wird oder nicht. Selbst bei Anonymisierung und wenn Kommentare des Umfelds ausbleiben, weiß man selbst von der baldigen Berichterstattung und rechnet eventuell mit Konsequenzen – ein Umstand, der stark belastet. Journalisten mit besseren Absichten, jene, die nicht schnell konfrontieren, sondern mit Hilfe der Menschen hochwertig berichten wollen, stoßen häufig auf „verbrannte Erde“, da die Menschen das Vertrauen in die Medienverantwortlichen verloren haben oder unter Schock stehen. Christoph Feurstein vergleicht das Gefühl dieser Menschen mit dem Gefühl überfallen worden zu sein.

In sehr kritischen Fällen können die Konsequenzen soweit gehen, dass die Dargestellten keinen anderen Ausweg aus der Medienbelagerung (und folgenden Konsequenzen) sehen, als sich einer *Gesichtsoperation* zu unterziehen, um nicht mehr erkannt zu werden, *auszuwandern* oder gar *Selbstmord* zu begehen.

Bsp.:

Ein Arzt begeht bei einer Operationen einen Fehler und die Medien berichten über diesen Fall. Für den Arzt stellt der Fehler an sich eine Bestrafung dar, weil er sich Vorwürfe machte und mit beruflichen Folgen rechnen konnte. Er wurde zusätzlich von vielen Medien belagert. Proband 1 wartete mit einem Kamerateam in einem Parkhaus, um den Arzt dort zu konfrontieren. Der Arzt hielt das Medieninteresse und die Selbstvorwürfe nicht mehr aus und hat sich das Leben genommen. Er hatte Frau und Kind.

Affekthandlungen

Die Probanden erwarten nicht von einem Journalisten interviewt zu werden. Ihnen werden ohne Vorwarnung Fragen gestellt, deren Antworten sie sich nicht vorher überlegen konnten. Sie haben sich im Vorfeld nicht mit der Medienpräsenz auseinandersetzen können. Das führt dazu, dass sich die Protagonisten *falsch oder unüberlegt* vor der Kamera *ausdrücken* und ihnen erst später, nachdem aus dem Affekt geantwortet oder gehandelt wurde, darüber nachgedacht wird, was man eigentlich gesagt oder getan hat.

Sie geraten in eine Situation, in der sie, egal ob sie auf die Fragen der Journalisten antworten, ob sie sich aufregen, ob sie schweigen oder gar die Tür zuschlagen, immer eine Form der Antwort geben, die in den Medien gezeigt und bewertet wird. Bereits Paul Watzlawick ging in seinem Metakommunikativen Axiom auf den Umstand ein, dass man nicht *nicht* kommunizieren könne. Jede Wahrnehmung und jedes Verhalten hat kommunikativen Charakter. Da man sich nicht *nicht* verhalten kann, ist quasi auch eine Verweigerung der Kommunikation mit Boulevardredakteuren unmöglich.

Probandin 2 sieht in den Konfrontationen der Protagonisten ein *langfristigen positiven Effekt*. Da man zum großen Teil Personen konfrontiere, die eine kriminelle Tat begangen, etwas anders Schlimmes gemacht, zwischen die Fronten geraten sind oder den Medien einen anderen Grund gegeben haben, diese sogenannte „Konfro“ durchzuführen. Diese Personen werden zum *Nachdenken über ihr Handeln angeregt*, bedenken eventuell Fehler und berichtigen diese. Die Probandin erwähnt jedoch auch, dass es schwer sei private Konsequenzen für diese Protagonisten einzuschätzen. Es komme generell wenig Rückmeldung von ehemaligen Protagonisten und umso weniger, desto weniger gewünscht die Medienaufmerksamkeit war.

10.4. Die Möglichkeiten der Postproduktion

Postproduktion meint die gesamte Bearbeitung des gedrehten Rohmaterials beim Fernsehen und Film. Dazu gehört der Schnitt, das Unterlegen der Bilder mit Musik und gegebenenfalls das Vertonen mit einem Off-Text¹⁹³. Die Postproduktion beeinflusst einen Fernsehbeitrag sehr stark. Die Cutter sind quasi verantwortlich für das Endprodukt des Beitrages. Erst durch die einzelnen Arbeitsschritte der Nachbearbeitung wird die „Geschichte“, die erzählt werden soll, zur „Geschichte“.

193 Der Sprecher ist nicht im Bild zu sehen, sondern nimmt eine Art Erzählerrolle aus dem „Off“ ein.

Redakteure über die Möglichkeiten der Postproduktion

Obwohl die Redakteure darin übereinstimmen, dass die Postproduktion einen extrem starken Stellenwert in der Gestaltung eines Beitrags habe, gehen die Meinungen bezüglich inhaltlicher Veränderungen der Geschichte durch die Nachbearbeitung auseinander.

Der Schnitt

Probandin 2 ist der Ansicht, dass die Postproduktion einen Beitrag sehr verändern kann. Sie zieht einen Vergleich zu Zeitungsberichterstattung, die ihrer Meinung nach allerdings viel mehr verändern könne. Im Fernsehen könne schließlich nur gezeigt werden, was die Protagonisten tatsächlich gesagt haben. Diese Interview-Parts können allerdings verschieden eingesetzt werden. Probandin 4 geht darauf ein und erläutert, weshalb sie den Schnitt für eine unnatürliche Technik halte: Für einen fünfminütigen Boulevardmagazinbeitrag werden durchschnittlich 60 Minuten Rohmaterial gedreht; im Schnitt werden für diesen Beitrag die emotionalsten und prägnantesten Antworten und Reaktionen der Protagonisten verwendet, das restliche Interviewmaterial wird nicht mehr verwertet. Laut Probandin bestehe die Möglichkeit das gedrehte Material unchronologisch zusammen zu setzen, sodass eine Geschichte ganz anders erzählt werden könne, als sie eigentlich passiert sei. Im Gegensatz dazu sagt Probandin 3, dass eben genau das nicht bei den Sendern, für die sie arbeitet, gemacht werde. Es werde nicht zusammenhangslos geschnitten, sondern die Thematik so geschildert, wie sie passiert sei.

Musik

Probandin 4 zufolge sei Musik der Hauptfaktor für die Gestaltung eines Beitrages. Musik ist sehr wichtig für die Emotionalität eines TV-Berichtes, vor allem im Boulevardfernsehen. Sie setzt Gefühle frei oder intensiviert sie; Emotionen können verändert und Inhalte des Beitrags stärker unterstrichen werden (z.B. Überraschung, Melancholie). Probandin 3 erläutert den Stellenwert der Musik am Beispiel von Horrorfilmen, die nur gruselig seien, wenn sie mit entsprechender Musik unterlegt wurden.

TV-Beiträge können aber auch mit anderen Geräuschen unterlegt werden, z.B. dem Surren von Insekten oder einem Rauschen, um ein Gefühl alter Filme zu vermitteln. Probandin 3 kritisiert, dass diese Geräusche nicht ausschließlich positiv verwendet werden und nennt als Beispiel die Sendung „Deutschland sucht den Superstar“, in der eine korpulente Frau den Castingraum betrat und diese Szene mit dem Getrampel von Elefanten unterlegt wurde.

Off-Text

Der Off-Text wirkt stark bewertend und gibt das Klima eines Beitrages vor (z.B. ironisch, mit einem Augenzwinkern erzählt, traurig). Durch den Off-Text wird der Zuschauer in eine Richtung gedrängt, die ihm vorgibt, was er von den Inhalten des Beitrages halten soll.

Da es sich bei Protagonisten oftmals um Fernsehlaien handelt, kennen sie kaum die Möglichkeiten, die die Postproduktion bietet. Laut Feurstein hat schon die TV-Erfahrung an sich einen so großen Stellenwert, dass Gedanken über die Postproduktion eine Überforderung der Protagonisten darstelle. Viele Personen können sich darunter nichts vorstellen, bedenken es deswegen gar nicht erst und legen so eine gewisse Naivität an den Tag. Dies könne den Protagonisten auch nicht zum Vorwurf gemacht werden, da sie es als Laien der TV-Branche nicht anders wissen können. Redakteure berichten, dass einige Protagonisten während des Drehs fragen, ob bestimmte Szenen, die ihnen nicht gefallen oder in denen sie sich versprochen haben, herausgeschnitten werden können. Dies lasse vermuten, dass sie vom Zusammenschnitt einzelner Clips wissen, jedoch nicht das Gesamtpotential der Nachbearbeitung erahnen. Für Redakteure ist es nicht immer leicht Versprechungen über die Herausnahme einzelnen Szenen zu geben, da gerade Journalisten freier Fernsehproduktionsfirmen teilweise „nur“ das Rohmaterial an den Sender liefern, welches dann dort von Cuttern bearbeitet wird. Erfahrene Protagonisten gehen vorsichtiger mit dem Drehablauf um, da sie durch frühere Beiträge wissen, wie ausgeprägt die Veränderungen sein können. Einige wenige Protagonisten wollen den Beitrag sogar in der Endfassung vor der Ausstrahlung sehen, um sicher zu stellen, dass sie damit einverstanden sein werden. Dieser Prozess ist aber eine Seltenheit, da es zu Zeitverzögerung und eventuellen kurzfristigen Änderungen kommen kann. Abhängig ist es vor allem von der Relevanz der Geschichte für die Sendung.

Wenn der Protagonist und das Thema wichtig sind, lässt die Redaktion (in seltenen Fällen) den Beitrag durch den Protagonisten abnehmen.

Protagonisten über ihre Erfahrungen mit der Postproduktion eines TV-Beitrags

Die Erfahrungen der befragten Protagonisten sollen aufzeigen, inwiefern Protagonisten über die Möglichkeiten der Postproduktion informiert sind und wie zufrieden sie nach der Nachbearbeitung mit dem Endprodukt waren.

Protagonisten, die berufliche Erfahrungen in den Medien gesammelt haben, geben an gewusst zu haben, was nach dem Dreh aus dem Material gemacht werden kann (Proband 7, Probandin 12). Aber auch Laien der Fernsehbranche äußern, nicht ahnungslos von den Mitteln der PP gewesen zu sein (P 8, 10, 11, 12).

Probandin 6 besaß bereits Medienerfahrung als Protagonistin, allerdings arbeitete sie zum ersten Mal für diese Magazinsendung. Sie wusste nicht, dass die Redakteurin nicht selbst schneidet, sondern das Material beim Sender abliefern. P 6 war *zufrieden* mit den Bildern und der Musik, *kritisierte aber den Off-Text*, da die Sprecherin als Quintessenz die Notwendigkeit ihres Workshops in Frage stellte.

Proband 7 fiel auf, dass das *Material durch den Schnitt stark komprimiert* wurde. So auch P 9, der zudem erwähnte, dass er beim ersten Beitrag sehr naiv war und sich zuviel erwartete, wohingegen er beim folgenden Medieninteresse eher wusste was ihn zukommt (auch bezüglich der PP). Probandin 8 wusste, dass für das Fernsehen „etwas zusammengeschnitten“ wird, war sich jedoch nicht bewusst, dass der Beitrag einen so *negativen Beigeschmack* haben würde (Games Convention). Sie war mit dem *Endprodukt nicht zufrieden*, da sie sich einen netten, positiven Bericht der Messe erwartet hatte. Lisa Loch (Probandin 10) hatte zwar eine Reihe von negativen Folgen durch die Mehrverwertung des Beitrages zu erleiden, schreibt dies jedoch nicht den Inhalten des Magazinbeitrags zu. Sie war sehr *zufrieden* damit, fand ihn „*gelingen*“, „*authentisch*“ und „*unterhaltsam*“ und hätte nichts daran verändern wollen. Auch Proband 11 erfuhr keine negative Überraschung, da der Bericht gesendet wurde, wie besprochen.

Die Möglichkeiten der Postproduktion war jedoch auch ausschlaggebend dafür, dass er sich den Beitrag selbst angesehen hat, da er sehen wollte, in welchem Ausmaß etwas nachbearbeitet wurde. Probandin 12 hatte selbst Erfahrungen in Magazinredaktionen gesammelt und wusste daher, dass geschnitten wird und man als Protagonist bloßgestellt oder Inhalte aus dem Zusammenhang gerissen werden können. Da sie die verantwortlichen Redakteure gut kannte, hatte sie eine *gewisse Kontrolle* über ihre persönliche Darstellung, die demnach nicht ungünstig für sie ausfiel.

10.5. Der Umgang der Boulevardredakteure mit potentiellen Konsequenzen für Protagonisten

Redakteure wurden nach ihrem Umgang mit möglichen Folgen der Berichterstattung für Protagonisten befragt. Hier bietet es sich an, die Aussagen der Redakteure einzeln zu betrachten, da die Antworten individuell verschieden ausfallen.

Proband 1 gibt an, dass ihm die Konsequenzen bei Personen, die es verdient haben, dass über sie berichtet werde, *gleichgültig* sind. Bei unschuldigen Protagonisten, die ihre Geschichte im TV erzählen, versuche er die *Konsequenzen so gering wie möglich* zu halten, z.B. werden Namen oder Wohnorte geändert. Erleiden diese Menschen negative Konsequenzen, was laut P 1 immer wieder vorkomme, mache es sich bei ihm durch *schlechtes Gewissen* bemerkbar. In besonders schweren Fällen, hier sei nochmals das Beispiel des Arztes erwähnt, der sich das Leben genommen hat, überkomme den Probanden *große Betroffenheit*. Erschwert werde dieser Umstand, da er den Beitrag nicht zwingend selbst machen wollte, sondern den Auftrag bekommen habe. Aufträge können aufgrund der wirtschaftlichen Lage nur selten abgelehnt werden. P 1 empfiehlt jungen Journalisten, dass sie die Boulevardbranche meiden sollen, wenn sie viel Anstand und Empathie besitzen. Er selbst hält sich inzwischen für zu „festgefahren“ und nicht mehr jung genug, um das Genre zu wechseln. Der Boulevard sei andererseits eine gute Möglichkeit für Journalisten in Ausbildung, um viel zu lernen, da man sich eine große Bandbreite an Recherchefertigkeiten und ein Gefühl für den Umgang mit (potentiellen) Protagonisten aneignen muss. Die Konsequenzen der Berichterstattung sollten aber jedem bewusst sein, wenn man sich für diesen Weg entscheide.

Probandin 2 *tue es leid*, wenn Personen aufgrund des Fernsehbeitrags zu leiden haben. Im gleichen Atemzug wird dieser Umstand von ihr *gerechtfertigt*, indem sie sagt, dass die Protagonisten nicht gezwungen werden im Fernsehen zu sprechen. Es sei ihre *eigene Entscheidung*, über die sie im Vorfeld nachdenken müssen. Der Redakteur versuche lediglich zu überzeugen. Bei unfreiwilligen Konfrontationen ist P 2 der Ansicht, dass die Menschen etwas gemacht haben, worüber *berichtet werden müsse*. Die Medien haben ihrer Meinung nach die Funktion etwas beweisen zu können, wo andere Menschen lieber wegschauen. Auch unfreiwillige Protagonisten werden vorher angefragt, hätten aber nach Ablehnung des freiwilligen Interviews mit einer spontanen Konfrontation zu rechnen. Bei freiwillig Mitwirkenden, die unschuldig sind, biete P 2 Unterstützung an und frage, inwiefern sie helfen könne. Als Beispiel nennt die Probandin eine Protagonistin, die sich bei einer Laserbehandlung zur Entfernung der Falten im Gesicht von dem Redaktionsteam begleiten ließ. Bei der Laserbehandlung wird das Gesicht stark beansprucht, ist danach sehr rot und wird bandagiert. Nach Ausstrahlung des Beitrags wurde die Frau sehr oft angesprochen. Ihre Familie und Freunde haben sich negativ darüber geäußert, da sie nicht verstanden haben, wieso sie sich bei dem Eingriff medial begleiten ließ. Die Protagonistin rief daraufhin in der Redaktion an, weinte am Telefon und äußerte ihren Missmut über die Bilder von ihr selbst. Probandin 2 hat dieser Anruf *sehr mitgenommen*, da die Frau stark darunter litt. Auf der anderen Seite hätte der Protagonisten bewusst sein müssen, dass diese im Fernsehen zu sehen sein werden. Es war ihre eigene Entscheidung. P 2 ist der Meinung, dass man bei solchen Fällen nicht viel an der Situation ändern könne. Die Medienbranche sei schnelllebig und man darf sich solche Fälle *nicht zu sehr zu Herzen nehmen*, sonst könne man diesen Beruf nicht ausüben. Es sei eine Gradwanderung, da man trotzdem Mitgefühl zeigen müsse. Sie vergleicht ihre Beruf mit Feuerwehrmännern, Ärzten oder Psychologen, die Fälle ihres Berufsalltags ebenso schnell verarbeiten müssen.

Probandin 3 stimmt P 1 und P 2 zu, in dem sie angibt kein Mitleidsgefühl zu empfinden, wenn jemand etwas Kriminelles o.ä. getan habe und so die Berichterstattung und Konsequenzen verdiene. Auch wenn die Menschen sich selbst lächerlich machen, habe sie kaum ein schlechtes Gewissen. P 3 ist eine vergleichsweise kurze Zeit in der Boulevardbranche tätig und scheint in einem Zwiespalt zu stecken.

Sie erwähnt, dass man in dieser Branche die Gefühle betreffend „abhärtet“, da man es gut für die Sendung und die Emotionalität findet, wenn ein Protagonist z.B. vor der Kamera weint. Menschlich kritisiert P 3 dieses Verhalten jedoch. Im Berufsalltag denke man darüber erst nach Drehschluss nach. Sie zieht eine Verbindung zu der Arbeit sogenannter Qualitätsjournalisten. Bei aktuellen und wichtigen Nachrichten, so P 3, stehe der Qualitätsjournalist genauso vor der Tür eines potentiellen Protagonisten, wie auch der Boulevardjournalist.

Den Umgang mit den Folgen der Berichterstattung schildert Probandin 4 ein Stück weit kritischer. Sie machte die Erfahrung, dass die eigene Arbeit von den Redakteuren bei negativer Rückmeldung der Protagonisten stark gerechtfertigt und verteidigt werde. Bei Telefongespräche mit Mitwirkenden werde zwar Verständnis gezeigt, da man sie eventuell noch einmal für einen weiteren Dreh gebrauchen könne, allerdings werden die Ansichten der Person im Nachhinein heruntergespielt („Der/die hat keine Ahnung wovon er/sie spricht“). P 4 habe diese Verteidigungsstellung ebenso eingenommen und Gründe gesucht, weshalb der Protagonist im Unrecht sei.

Christoph Feurstein musste als einziger Redakteur keine Erfahrungen mit negativen Konsequenzen der Beiträge für die Mitwirkenden machen. Dazu könnte damit zu erklären sein, dass er keine ungewollten Konfrontationen vornimmt, sondern nur Menschen interviewt, die damit einverstanden sind und gegebenenfalls im Nachhinein professionell betreut werden. Doch erwähnt auch er, dass man besser damit umgehe, wenn man durch Beiträge etwas Positives erreichen könne, als wenn es sich um eine tragische Thematik handelt. Da stoße auch er an von Zeit zu Zeit an seine Grenzen.

Die Redakteure stimmen darin überein, dass bei positiver Rückmeldung oder positiven Konsequenzen für Protagonisten Freude aufkommt. Man fühlt sich gut, seine Arbeit gelobt und glaubt etwas Gutes getan zu haben.

10.6. Weitere Ergebnisse

Die Interviews mit den Protagonisten und Redakteuren brachten eine Reihe weiterer Antworten hervor, die bis hierhin keine Verwendung fanden.

Alle Protagonisten gaben an, sich vorstellen zu können, *nochmals als Protagonist zu wirken*. Proband 7 führt jedoch auch an, dass es für ihn stark vom Thema abhängt, z.B. würde er einen Test einem Bericht über sein Privatleben vorziehen. Ähnlich sieht es Proband 9. Auch er möchte seine Familie und weitere private Inhalte nicht mehr ins Fernsehen bringen.

Inwiefern das Gesellschaftsmagazin THEMA des ORF dem Boulevardjournalismus zuzuordnen ist, beantwortet Christoph Feurstein folgendermaßen:

„Thema ist insofern Boulevard, als dass wir das Leben beschreiben. Ein Boulevard ist ja nichts anderes als eine lange Straße, bei der sich links und rechts alles vom Leben abspielt. Wo du genauso den Obdachlosen sitzen hast und dann aber die Frau im Pelzmantel siehst, die Juwelen einkaufen geht. An einer anderen Ecke verkauft jemand vielleicht Drogen. Eine Prostituierte ist genauso auf diesem Boulevard wie ein Student, eine Studentin und so weiter uns so fort. Das ist einfach die Straße des Lebens und insofern sind wir eine Boulevardsendung.“

Feurstein betont allerdings, dass THEMA nicht wie viele andere Boulevardmagazine Schwarz-Weiß-Malerei betreibe und mit Zuschreibungen wie „gut“ und „böse“ arbeite, sondern versuche das „Leben in seinen Grautönen zu beschreiben“. Sie wollen die Hintergründe aufdecken und sind nicht auf reine Emotionalität aus. Doch gibt Feurstein zu, dass auch THEMA von Quoten abhängig sei und Geschichten produziere, die „unter die Haut gehen“ und emotionalisieren. Ich wählte Christoph Feurstein als fünften Magazinjournalisten aus, da sich die Sendungen der anderen Redakteure stark ähneln und THEMA eine Art Gegenstück darstellte. Es handelt sich um ein Gesellschaftsmagazin mit boulevardesken Zügen.

Die Auswertung ergab, dass Feurstein, und andere Kollegen bei THEMA, weniger Erfahrungen mit negativen Konsequenzen der TV-Reportagen für die Protagonisten machen mussten, was an der sensiblen, einfühlsamen Arbeitsweise liegen könnte, die sie an den Tag legen.

Die Redakteure (P 1-5) wurden nach journalistischen Ethiken im Boulevardjournalismus und nach den persönlichen Vorzügen und Nachteilen eines Boulevardjournalisten befragt:

Journalistische Ethik sei nach Proband 1 eine nicht zu vernachlässigende Notwendigkeit. Er selbst musste bisher beruflich keine verwerflichen Taten begehen, wisse jedoch auch, dass es in der Branche Gang und Gebe sei, mit unmoralischen Techniken zu arbeiten. Grenzen, die man wahren sollte, sind von Geschichte zu Geschichte unterschiedlich und jeder Redakteur müsse einschätzen, wie weit er gehen könne (P 2). Bei Unsicherheit solle man weitere Personen zu Rate ziehen. Dies sei in der Praxis üblich. Mehrere Verantwortliche nehmen den Beitrag ab, bevor er auf Sendung geht. Gegebenenfalls werde zur Sicherheit der Rechtsschutz oder Jugendschutz befragt. Besonders bei jungen Protagonisten werde ein Beitrag mehrmals überdacht und notfalls gar nicht gesendet (Bsp.: Ein Jugendlicher begeht Selbstmord, die Gefahr der Nachahmung ist zu groß, der Beitrag wird nicht gesendet). Probandin 3 erklärt, dass für eine gute Recherche mindestens drei Quellen genutzt werden müssen. Dadurch werde eine einseitige Berichterstattung verhindert.

Positiv am Beruf eines Boulevardfernsehjournalisten bewerten die Probanden, dass man viele unterschiedliche Menschen kennenlernt, seine Neugier befriedigen kann, der Beruf ist spannend und abwechslungsreich und der Verdienst relativ gut. Probandin 3 hatte schon immer den Wunsch im Journalismus zu arbeiten und findet, dass der Boulevardbereich eine gute Möglichkeit zum Lernen bietet. Die Branche erlaubt es, tief in die Geschichten von Menschen einzusteigen, Hintergründe zu erfahren und zu hinterfragen. Laut Christoph Feurstein ist man als Redakteur „mitten im Leben“.

Negativ bewertet werden die möglichen negativen Folgen für die Protagonisten, mit denen man leben muss. Auch ist das Endprodukt eines Berichtes nicht immer das, was man sich als Redakteur selbst vorgestellt hat (wenn man das Schneiden anderen überlassen muss).

Christoph Feurstein benennt in diesem Zusammenhang die sogenannten „Schnellschüsse“. Damit sind Drehs gemeint, die tagesaktuell und schnell abgeschlossen werden müssen, da das Thema so schnell wie möglich auf Sendung gehen muss. Feurstein ist froh, solche Dreharbeiten nicht mehr machen zu müssen, sondern sich mit längerer Recherche und Vorlaufzeit auf eine Geschichte vorbereiten zu können. Weitere negative Aspekte können für Redakteure eine mühsame Themensuche, die Hemmschwelle bei schwierigen Telefonaten (z.B. bei Opferfamilien) und der Kampf mit den eigenen moralischen Grenzen sein.

10.7. Zusammenfassung der Ergebnisse der Interview-Studie

Die Zusammenfassung der Ergebnisse erfolgt in tabellarischer Form, um eine strukturierte Übersicht der wichtigsten Erkenntnisse zu erhalten. Die aufgelisteten Konsequenzen sind denkbare Folgen der Berichterstattung in TV-Boulevardmagazinen oder beruhen auf wahren Fällen (interviewte Protagonisten und Erfahrungen der Redakteure). Ebenso verhält es sich bei den angeführten (potentiellen) Gründen der freiwilligen Mitwirkung und den (potentiellen) Möglichkeiten der Postproduktion.

Proband 1 fasst die Konsequenzen für Protagonisten dahingehend zusammen, dass er behauptet, dass jeder Protagonist von TV-Boulevardmagazinen mit Konsequenzen zu rechnen habe. Seinen Erfahrungswerten nach handele es sich dabei in 80% der Fälle um hämische Kommentare und in 20% der Fälle um langanhaltende und schwerwiegendere Folgen. Die Erkenntnisse des Psychotherapeuten Mario Gmür können zu einem großen Teil durch diese Studie belegt werden, spricht doch auch Gmür z.B. von der seelischen Aufarbeitung vor Publikum oder der beruflichen Notwendigkeit der Selbstwerbung in der Öffentlichkeit.

Gründe für die freiwillige Mitwirkung in TV-Boulevardmagazinen (FF1)

Materielle Gründe	• Hoffnung auf berufliche Profite (mehr Aufträge, Expertenstatus erlangen etc.), • Werbung für Unternehmen, Werbung für eigene Arbeiten (Buchveröffentlichung etc.)
Persönliche Gründe	• Besonderer Bezug zum Thema • Hilfe für sich selbst durch Unterstützung der Medien • Hilfe für Rezipienten (Mut machen etc.) • therapeutische Aufarbeitung durch „von der Seele reden“ • Spaß
Selbstdarsteller	• Wunsch bekannt zu werden/ Prominenz zu erlangen • gesteigertes Geltungsbedürfnis • Exhibitionismus

Positive Konsequenzen für freiwillige Protagonisten (FF2a)

Materielle Folgen	• Werbung für sich und sein Unternehmen / berufliche Begünstigungen (mehr Aufträge etc.) • berufliche Referenz • neue Karrieremöglichkeiten • Unterstützung der Medien bei Arbeitssuche/ Wohnungssuche etc. • materielle Unterstützung des Umfelds nach Ausstrahlung des Beitrags (z.B. der Stadt) • Geld verdienen durch Aufwandsentschädigung • Kenntnisse der TV-Branche erweitern
Psychische Folgen	• Steigerung des Selbstbewusstseins (durch gesteigerte Bekanntheit, gelernter Umgang mit Kamera etc.) • offener Umgang mit heiklen Thema im Umfeld

	(sich nicht mehr verstecken müssen etc.) • Zuspruch/ Unterstützung von außen bewirkt Verbesserung des Lebensgefühls • Freude durch positiven Bericht (sekundäre Variablen)
Reaktionen des Umfelds	• Gewinnen neuer Freundschaften / Bekanntschaften • positive Resonanz online & offline • weitere Interviewanfragen • positive Kritik & Bestätigung des Umfelds (Stolz der Familie etc.)

Negative Konsequenzen für freiwillige Protagonisten (FF2a)

Materielle / berufliche Folgen	• Kündigung / Aufträge, Kunden verlieren • neue Jobsuche wird durch „Altlasten“ des Beitrags erschwert • evtl. Zuspache eines Schmerzensgeld bei Klage
Reaktionen des Umfelds	Reaktionen online & offline (z.B. im Internet oder auf der Straße) von Familie, Freunden, bekannten oder fremden Personen: • Spott, Hohn, hämische Kommentare • negative Kritik, schlechtes Feedback, Unverständnis • Ausgrenzung • Mobbing (Schule, Arbeitsplatz etc.) • Beschimpfungen, Beleidigungen, Belästigungen (anonyme Anrufe etc.) • Morddrohungen • Beziehungen können zerbrechen
Psychische Konsequenzen (starker Zusammenhang zu Reaktionen des Umfelds)	• Schlechte Selbstwahrnehmung („Das bin doch nicht ich“, schlechte Frisur, man findet sich zu dick, ist peinlich berührt etc.) • Unzufriedenheit über den Beitrag äußert sich in spontanem Ärger, man hat wenig Einfluss auf das Endprodukt • Schwinden des Selbstbewusstseins

- Depressionen (man verlässt das Haus nicht mehr etc.)
- Verlust von Vertrauen
- Rachefantasien
- Notwendigkeit psychologischer Behandlung(en)

Mögliche Konsequenzen für unfreiwillige Protagonisten (FF2b)

Verluste	• Verlust des Arbeitsplatzes • Verlust der Wohnung/ des Hauses • Verlust des Führerscheins • Verlust von Geld • Verlust von wichtigen Beziehungen (Partnerschaft, Kind etc.)
Psychische Konsequenzen	• Psychische Belastungen • Gefühle der Bloßstellung & Kriminalisierung der eigenen Person • Vertrauensverlust gegenüber anderen Menschen (vor allem Journalisten) • Gesichtsoperationen, Auswanderungen u.ä. starke Lebensveränderungen • Selbstmord • langfristiger positiver Effekt durch Nachdenken über das eigene Handeln und Fehlerkorrekturen
Affekthandlungen	• Falsche oder unüberlegte Aussagen/ Taten können andere Menschen vor den Kopf stoßen und negative Kritik zur Folge haben • man gibt dem TV-Team, egal was man tut, sagt oder eben auch nicht sagt, immer eine Antwort

Möglichkeiten der Postproduktion (FF2c)

Schnitt	Starke Veränderung des Beitrags, durch: • Veränderungen der Chronologie der Szenen • starke Komprimierung des Rohmaterials aber: • es kann nur gezeigt werden, was gedreht/ gesagt / getan wurde
Musik	Hauptfaktor der Beitragsgestaltung, weil: • hohe Relevanz für Emotionalität; setzt Gefühle frei und intensiviert sie • verstärkt/ unterstreicht Inhalte des Beitrags (Überraschung, Melancholie etc.) auch möglich: • Menschen mit Tieraufnahmen unterlegen, was lächerlich wirken kann (z.B. Elefantengetrampel)
Off-Text	• wirkt bewertend • gibt Klima des Beitrags vor (z.B. ironisch, traurig) und gibt so eine Richtung vor, was der Rezipient von Bericht halten soll
Protagonisten und PP	• 5 von 7 Befragten wussten laut Interview von den Möglichkeiten der PP • Aussagen über PP im persönlichen Beitrag: Kritik an Resümee durch Off-Text der Sprecherin oder des Sprechers (P 6/ P 8) gelungen, authentisch, unterhaltsam (z.B. P 10) • Redakteure glauben, dass nur erfahrenere Protagonisten vorsichtiger sind und eher um die Möglichkeiten der PP wissen, erstmalige Protagonisten sind meist arglos/ naiv

Umgang der Redakteure mit möglichen Konsequenzen für Protagonisten (FF3)

„schuldige“ Protagonisten (z.B. Heiratschwindler oder „Abzocker“)	• Kein Mitleid • Protagonist verdient die Berichterstattung • Berichterstattung dient der Aufklärung (und dem Nicht-Wegschauen, wie es viele andere tun)
„unschuldige“ Protagonisten	• Es wird versucht Konsequenzen gering zu halten (z.B. durch Anonymisierung) • sonst: schlechtes Gewissen, große Betroffenheit • Hilfe/ Unterstützung anbieten • Rechtfertigung/ Verteidigung der eigenen Arbeit (Protagonisten haben sich selbst dazu entschieden, Meinung der Protagonisten abwerten etc.) • man „härtet ab“ und lässt sich emotional nur gering auf die Fälle ein
Positive Konsequenzen für Protagonisten	• Gefühl von Freude und Lob der eigenen Arbeit • man geht davon aus, etwas Gutes getan zu haben

10.8. Hypothesenbildung

Folgende Hypothesen und Annahmen können nach der Aufbereitung und Interpretation der Untersuchungsergebnisse generiert und als Fundament für eine quantitative empirische Studie herangezogen werden:

1. *Wenn sich Personen dazu entscheiden als Protagonisten in TV-Boulevardmagazinen zu wirken, dann müssen sie mit Konsequenzen positiver oder negativer Art rechnen.*
2. *Wenn Personen von TV-Boulevardmagazinen für ein Interview angefragt werden und dieses ablehnen, dann müssen sie je nach Brisanz des Themas mit anderer oder weiterer journalistischer Belagerung rechnen.*
3. *Wenn man als Protagonist in TV-Boulevardmagazinen mitwirkte, kann das gedrehte Material zweit- oder drittverwertet (auch von anderen Sendern) werden. Es muss nicht bei der einmaligen Ausstrahlung bleiben. Dies kann weitere Folgen nach sich ziehen.*
4. *Erzählt man dem eigenen Umfeld nicht von der eigenen Funktion als Protagonist, so gibt es kaum eine Reaktion bzw. Konsequenz darauf.*
5. *Längere Beiträge ziehen größere Konsequenzen nach sich, als Kurzbeiträge.*
6. *Negative Konsequenzen wirken umso stärker, desto unstabiler die psychische Verfassung eines Protagonisten ist.*
7. *Jede Reaktion vor der Kamera, selbst Schweigen, stellt eine Antwort für die Journalisten da, da ein Protagonist nicht nicht kommunizieren und reagieren kann.*
8. *Je größer der Drang nach Selbstdarstellung, desto mehr Konsequenzen der Berichterstattung nimmt ein Protagonist in Kauf.*

11. Fazit und Ausblick

Die Berichterstattung über die Games Convention 2011 in Köln war eine der am meist kritisierten Berichte der vergangenen Monate. Nicht bekannt wurde allerdings, inwiefern die Personen, die in diesem Beitrag vorkamen, im Nachhinein mit Folgen zu kämpfen hatten.

Die Techniken, die Boulevardjournalisten zur Gestaltung ihrer Medienprodukte verwenden, wurden in der Vergangenheit mehrfach verurteilt. Trotz dieser Beanstandungen scheinen boulevardeske Medien auf dem Vormarsch zu sein, weisen doch bereits andere TV-Formate verstärkt boulevardähnliche Merkmale auf, sodass sich ein Trend zur „Boulevardisierung“ der Medienlandschaft abzeichnet. Neben aller Kritik darf nicht vergessen werden, dass klassische Boulevardsendungen nicht der reinen Information dienen, sondern primär zur Unterhaltung der Rezipienten beitragen. Fraglich ist nur, inwiefern diese Unterhaltungsfunktion zu Lasten der beteiligten Protagonisten ausfällt. Der Erfolg des Genres spricht für sich und zeigt, dass eine fortlaufende medienwissenschaftliche Betrachtung dringend erforderlich ist, wurde diese Forschung doch bisher weitestgehend gering betrieben.

Zusammenfassend hat die vorliegende explorative Studie wertvolles Input zur Erfassung potentieller Konsequenzen für freiwillige oder unfreiwillige Protagonisten ergeben. Generell sind pauschalisierende Aussagen über eben diese Konsequenzen und auch über die Gründe der freiwilligen Mitwirkung schwierig, da beides u.a. stark vom Thema und der Intensität der Berichterstattung, wie auch von der psychischen Verfassung der Protagonisten abhängt. Die Ergebnisse der Studie können nicht als vollständig angesehen werden, da es zweifelsohne bei der Betrachtung weiterer individueller Fallbeispiele zu ergänzenden Gründen der Mitwirkung, Konsequenzen etc. kommen könnte.

Die hier gewonnenen Ergebnisse bieten allerdings eine Grundlage der empirischen Wirkungsforschung auf Protagonisten, die es in dieser Form bisher nicht gab und auf die aufgebaut werden kann und sollte.

Da in der Boulevardberichterstattung die Emotionen, Gefühle und privaten Erlebnisse von Individuen Priorität „genießen“, handelt es sich um einen sensiblen Bereich menschlicher Erfahrungen, über dessen mediale Aufbereitung es nachzudenken gilt.

Journalisten des Unterhaltungsgenres, Boulevardjournalisten, Redakteure für Talk-Shows etc. dürfen sich aus der Beachtung ethischer journalistischer Richtlinien nicht herausnehmen, müssen sich mit den Folgen ihrer Arbeit auseinandersetzen und diese bedenken. Doch darf die Kritik an Medieprodukten nicht allein den Journalisten zugeschrieben werden. Die Rezipienten müssen sich ihrer eigenen Rolle im Kommunikationsprozess zwischen Medien und Publikum stärker bewusst werden, Sendungen selektieren und bewerten.

Die Interviews mit Protagonisten und Redakteuren ergaben, dass ein jeder Protagonist vor der Mitwirkung in TV-Boulevardmagazinen intensiv darüber nachdenken sollte, welche Folgen, positiver oder negativer Natur, nach der Ausstrahlung des Beitrags auf ihn zukommen können. Anzuraten ist, sich vor den Dreharbeiten mit den Inhalten des Formates, der Thematik und dem Ablauf des Drehs und den Möglichkeiten der Postproduktion auseinanderzusetzen, um nicht naiv und arglos überraschende Konsequenzen erleben zu müssen. Diese Konsequenzen weisen eine große Bandbreite auf und sind im Vorfeld nur schwer einzuschätzen. Sie reichen von z.B. positiver Resonanz im Umfeld, neuen Karrieremöglichkeiten und materiellen Vorzügen, bis hin zu schweren psychischen Belastungen, Spott und Mobbing. Weitere Auswirkungen wurden bereits zusammengefasst. Auf der sicheren Seite negative Konsequenzen zu umgehen, sind Protagonisten nur dann, wenn sie von den Redakteuren und Produzenten der TV-Magazine fordern, den Beitrag vor der Ausstrahlung abnehmen zu dürfen, um „grünes Licht“ zu erteilen. Auch hier kann die Verantwortung nicht ausschließlich den Redakteuren zugeteilt werden. Menschen, die für ein Interview oder anderweitige Dreharbeiten angefragt werden, müssen sich ebenso ihrer eigenen Rolle bewusst werden. Dabei ist das Nachdenken vor dem Handeln ein Muss, schließlich liegt es bei journalistischen Anfragen in der eigenen Entscheidungskraft, ob diese angenommen werden oder nicht. Unfreiwillig zum Protagonisten degradierte Personen wird diese Entscheidungskraft entzogen. Diese Problematik ist zweiseitig zu betrachten.

Auf der einen Seite haben Menschen, die aufgrund schändlicher Taten zum Mittelpunkt werden, mit der Medienbelagerung zu rechnen; auf der anderen Seite geraten auch immer wieder unschuldige Menschen in die mediale Öffentlichkeit, ohne dem ausdrücklich zuzustimmen. Die Auswirkungen freiwilliger oder unfreiwilliger Darstellung in TV-Boulevardmagazinen kann weitgehend folgenlos bleiben oder dramatische Ausmaße annehmen, mit diversen Zwischenschritten.

Die Betrachtungen von Mario Gmür, H.M. Kepplinger, Sonja Glaab und Silke Bernhart suggerieren auf den ersten Blick den Eindruck, es handele sich bei den Dimensionen reziproker Effekte, also Medieneffekten, vorwiegend um Effekte, die sich zum Nachteil der Lebensumstände der Protagonisten auswirken. Dafür gibt es zahlreiche Belege, doch ergaben die hier ermittelten Ergebnisse zudem eine Vielzahl positiver Effekte auf Protagonisten z.B. die Freude über einen Beitrag, die Unterstützung der Umgebung oder die Stärkung des Selbstbewusstseins.

Ich komme zum Schluss, dass sich nur sehr schwer allgemeingültige Aussagen über die Konsequenzen der persönlichen Inszenierung in TV-Boulevardmagazinen treffen lassen, da der Grad der Folgen in einer wechselseitigen Beziehung mit Unmengen anderer Faktoren steht und diese Kausalbeziehungen in jedem Einzelfall individuell beschaffen sind. Trotzdem behaupte ich weiterhin, eine hier ansetzende quantitative Studie in größerem Rahmen könnte den Wissensstand weiter vergrößern und dazu beitragen, die an dieser Stelle ermittelten Annahmen und Hypothesen zu bestätigen oder zu widerlegen.

Der Sinn dieser Arbeit, nach Vorstellung und Übersicht der Ergebnisse, besteht nun vor allem darin, Handlungsempfehlungen für potentielle zukünftige Protagonisten und (angehende) Boulevardjournalisten zu geben, wie schon in der Einleitung thematisiert wurde.

Kritiker von Boulevardformaten müssen bedenken, dass der Rezipient Unterhaltungsformate genauso benötigt, wie die Informationsgewinnung durch Qualitätsmedien. Die Unterhaltung dient der seelischen Entlastung und kognitiven Erleichterung durch eher „leichte mediale Kost“. Die richtige Mischung verschiedener TV-Formate scheint dabei das anzustrebende Ziel zu sein, um die gesamte Bandbreite medialer Produkte (Information, Nachrichten, Unterhaltung etc.) in geeignetem Umfang (individuell für jeden Rezipienten) abzudecken.

12. Literaturverzeichnis

Beater, Axel; Stefan Habermeier (2005): Die Verletzung von Persönlichkeitsrechten durch die Medien. Invasions of Personality Rights by the Media. Mohr Siebeck. Internationales Symposium Greifswald.

Bergmann, Jens; Bernhard Pörksen (Hrsg.) (2007): Medienmenschen. Wie man Wirklichkeit inszeniert. Solibro Verlag. Münster.

Bernhart, Silke (2008): Reziproke Effekte durch Sportberichterstattung. Eine empirische Untersuchung von Spitzensportlern. Deutscher Universitäts-Verlag und VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden.

Bonfadelli, Heinz (2010): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Haupt Verlag. Bern, Wien.

Bruck, Peter A.; Günther Stocker (1996): Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens. Zur Rezeption von Boulevardzeitungen. Falter Verlag. Wien.

Bublitz, Hannelore (2010): Im Beichtstuhl der Medien. Die Produktion des Selbst im öffentlichen Bekenntnis. Transript Verlag. Bielefeld.

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Böhlau Verlag. Wien, Köln, Weimar. 4. Auflage.

Hermann, Ursula (Hrsg.) (1996): Die neue deutsche Rechtschreibung. Bertelsmann Lexikon Verlag GmbH. Gütersloh.

Dulinski, Ulrike (2003): Sensationsjournalismus in Deutschland. UVK Verlagsgesellschaft mbH. Konstanz.

Düwel, Marcus; Christoph Hübenthal; Micha H. Werner (2002): Handbuch Ethik. Metzler Verlag. Stuttgart, Weimar.

Faulstich, Werner (2008): Grundkurs der Fernsehanalyse. Wilhelm Fink Verlag. Paderborn.

Faulstich, Werner (2002): Medienethik. Neue Zwischenbilanz. In: Fachjournalist Nr. 3/2002. Deutscher Fachjournalisten-Verband AG. Berlin.

Frankfurter Rundschau (Hrsg.); Matthias Thieme (2008): „Bild immer noch Vernichtungsmaschine“. Interview mit Günter Wallraff vom 15.10.2008, nachzulesen auf guenter-wallraff.com

Funiok, Rüdiger (2007): Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft. Kohlhammer Verlag. Stuttgart.

Gmür, Mario (2007): Das Medienopfersyndrom. Ernst Reinhardt Verlag. München.

Gmür, Mario (2002): Der öffentliche Mensch. Deutscher Taschenbuch Verlag. München.

Goffman, Erving (1969): Wir spielen alle Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. Piper Verlag GmbH. München. 8. Auflage 2010.

Hans-Bredow-Institut (Hrsg.) (2006): Medien von A bis Z. GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden.

Kepplinger, Hans Mathias (2011): Realitätskonstruktionen. Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien GmbH. Wiesbaden.

Kepplinger, Hans Mathias (2010): Medieneffekte. Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien GmbH. Wiesbaden.

Kepplinger, Hans Mathias (2007): Reciprocal Effects. Towards a Theory of Mass Media Effects on Decision Makers. The Harvard International Journal of Press/Politics 12:3.

Klöppel, Moritz (2008): Infotainment: Zwischen Bildungsanspruch und Publikumserwartung – Wie unterhaltsam darf Information sein?. Tectum Verlag. Marburg.

Kepplinger, Hans Mathias; Sonja Glaab (2005): Folgen ungewollter Öffentlichkeit. Abwertende Pressebeiträge aus Sicht der Betroffenen. In: Beater, Habermeier (2005), S. 117-137. (Publikation lag der Verfasserin dieser Arbeit als PDF-Datei,geschickt von H.M. Kepplinger, ohne Angabe von Seitenzahlen vor)

Lamnek, Siegfried (2005): Qualitative Sozialforschung. Beltz Verlag. Weinheim, Basel.

Lang, Kurt; Gladys Engel Lang (1953): The Unique Perspective Of Television And Its Effect: A Pilot Study. American Sociological Review. Volume 18. Number 1. Chicago.

Lang, Kurt; Gladys Engel Lang (2002, Original von 1984): Television And Politics. Transaction Publishers. New Brunswick.

Loch, Martina (2005): Rezension zu „Sensationsjournalismus in Deutschland“ von Ulrike Dulinski. Fachjournalist Nr. 20. DFJV. Berlin.

Löffler, Sigrid (1997): Gedruckte Videoclips. Vom Einfluss des Fernsehens auf die Zeitungskultur. Picus Verlag. Wien.

Mayring, Philipp (2002): Einführung in die Qualitative Sozialforschung. Beltz Verlag. Weinheim, Basel.

Mummendey, Hans Dieter (1995): Psychologie der Selbstdarstellung. Hogrefe Verlag. Göttingen, Bern, Toronto, Seattle. 2. überarbeitete Auflage.

Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (NLM) (1999): Die Tyrannei der öffentlichen Intimität und Tabubrüche im Fernsehen. Boulevardmagazine, Talkshows und Comedy. Dokumentation der Tagung der NML im Mai 1999. Hannover.

nr-Werkstatt Nr. 8; Netzwerk Recherche (Hrsg.) (2008): Getrennte Welten? Journalismus und PR in Deutschland. Wiesbaden.

Pürer, Heinz (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft: Ein Handbuch. UVK-Verl.-Ges. Konstanz.

Renger, Rudi (2000): Populärer Journalismus. Nachrichten zwischen Fakten und Fiktion. STUDIENVerlag Ges.m.b.H. Innsbruck.

Schenk, Michael (2002): Medienwirkungsforschung. Mohr Siebeck Verlag. Tübingen. 2. überarbeitete Auflage.

Schicha, Christian (2003): Medienethik und Medienqualität. In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie 2/2003, S. 44-53. Duisburg.

Schneider, Irmela; Christina Bartz (Hrsg.) (2007): Formationen der Mediennutzung I. Medienereignisse. Transcript Verlag. Bielefeld.

Scholl, Armin (2003): Die Befragung. UVK Verlagsgesellschaft mbH. Konstanz.

Strauß, Bernd (1998): Zuschauer. Hogrefe Verlag für Psychologie. Göttingen, Bern, Toronto.

Weischenberg, Siegfried (1997): Neues vom Tage. Die Schreinemakerisierung unserer Medienwelt. Rasch und Röhring Verlag. Hamburg.

Wiegerling, Klaus (1998): Medienethik. Metzler Verlag. Stuttgart, Weimar.

Wilfroth, Sarah (2008): Emotionalisierung der Massen? Eine inhaltsanalytische Untersuchung von Nachrichtenfaktoren in Boulevardmagazinen des deutschen Fernsehens. VDM Verlag Dr. Müller. Saarbrücken.

Wilke, Jürgen; Bernhard Rosenberger (1991): Die Nachrichtenmacher. Eine Untersuchung zu Strukturen und Arbeitsweisen von Nachrichtenagenturen am Beispiel von AP und dpa. Böhlau Verlag. Köln, Weimar, Wien.

Wolf, Fritz (2011): Wa(h)re Information. Interessant geht vor relevant. Studie der Otto Brenner Stiftung in Zusammenarbeit mit netzwerk recherche e.V. Wiebaden.

Zinsmeister, Annett (2007): welt[stadt]raum. Mediale Inszenierungen. Transcript Verlag. Bielefeld.

URL-Quellen:

http://www.monheimerinstitut.com/research_insights/boulevardmagazine_auf_dem_weg_zum_newsformat.html (03.06.2012)

<http://www.bildblog.de/1712/wie-bild-die-interessen-der-opfer-wahrt/> (02.06.2012)

<http://www.zeit.de/2005/24/Medienopfer/seite-5> (02.06.2012)

http://web.archive.org/web/20080502140648/http://www.presserat.de/Pressemitteilung_an_zei.pm+M5fa1 (02.06.2012)

<http://www.bildblog.de/hilfe-ich-bin-in-bild-teil-2/> (02.06.2012)

<http://le-bohemien.net/2011/04/11/interview-mit-wallraff-uber-die-bild/> (02.06.2012)

<http://www.guenter-wallraff.com/biographie.html> (02.06.2012)

<http://www.presserat.info/inhalt/dokumentation/chronik-der-ruegen/1997-2009.html>
(25.05.2012)

<http://www.presserat.info/inhalt/der-pressekodex/pressekodex.html> (25.05.2012)

<http://www.youtube.com/watch?v=STCUUrij7S8> (28.01.2012)

<http://www.youtube.com/watch?v=Ra3i3GV0Ehl> (28.01.2012)

<https://www.facebook.com/events/193355187397081/> (25.01.2012)

<http://www.duden.de/rechtschreibung/Darstellung> (20.01.2012)

http://www.dw-world.de/popups/popup_pdf/0,,1468774,00.pdf (05.1.2012)

<http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=900> (01.12.2011)

13. Anlagen

13.1. Anlage A – Interpretationsregeln nach Mayring

Z1: *Paraphrasierung*

- Z1.1 Streiche alle nicht (oder wenig) inhaltstragenden Textbestandteile wie ausschmückende, wiederholende, verdeutlichende Wendungen!
- Z1.2 Übersetze die inhaltstragenden Textstellen auf eine einheitliche Sprachebene!
- Z1.3 Transformiere sie auf eine grammatikalische Kurzform!

Z2: *Generalisierung auf das Abstraktionsniveau*

- Z2.1 Generalisiere die Gegenstände der Paraphrasen auf die definierte Abstraktionsebene, so daß die alten Gegenstände in den neu formulierten impliziert sind!
- Z2.2 Generalisiere die Satzaussagen (Prädikate) auf die gleiche Weise!
- Z2.3 Belasse die Paraphrasen, die über dem angestrebten Abstraktionsniveau liegen!
- Z2.4 Nimm theoretische Vorannahmen bei Zweifelsfällen zuhilfe!

Z3: *Erste Reduktion*

- Z3.1 Streiche bedeutungsgleiche Paraphrasen innerhalb der Auswertungseinheiten!
- Z3.2 Streiche Paraphrasen, die auf dem neuen Abstraktionsniveau nicht als wesentlich inhaltstragend erachtet werden!
- Z3.3 Übernehme die Paraphrasen, die weiterhin als zentral inhaltstragend erachtet werden (Selektion)!
- Z3.4 Nimm theoretische Vorannahmen bei Zweifelsfällen zuhilfe!

Z4: *Zweite Reduktion*

- Z4.1 Fasse Paraphrasen mit gleichem (ähnlichem) Gegenstand und ähnlicher Aussage zu einer Paraphrase (Bündelung) zusammen!
- Z4.2 Fasse Paraphrasen mit mehreren Aussagen zu einem Gegenstand zusammen (Konstruktion/Integration)!
- Z4.3 Fasse Paraphrasen mit gleichem (ähnlichem) Gegenstand und verschiedener Aussage zu einer Paraphrase zusammen (Konstruktion/Integration)!
- Z4.4 Nimm theoretische Vorannahmen bei Zweifelsfällen zuhilfe!

Quelle: Mayring, Phillip (2003): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Beltz Verlag. Weinheim, Basel.

13.2. Anlage B – Interview- und Fragebogenleitfaden

Interview- und Fragebogenleitfaden für Protagonisten, wurde je nach Interviewpartner leicht abgewandelt und im Laufe des Gesprächs durch weitere Fragen ergänzt. :

Name:

Alter:

Beruf:

1. In welcher(n) Magazinsendung(en) haben Sie mitgewirkt und wie oft?

2. Was waren Ihre „Aufgaben“ während der Drehs?

Worum ging es in den Beiträgen?

Wo wurde gedreht?

3. Wie sind Sie dazu gekommen? (freiwillig / unfreiwillig?)

4. Warum haben Sie sich entschlossen dabei mitzuwirken? Was waren Ihre Gründe dafür?

5. Welche Folgen hatte die Ausstrahlung des Beitrags für Sie?

Gab es positive und/oder negative Folgen?

→ Bitte nennen Sie Konsequenzen (pos/neg) im ...

a) familiären Bereich

b) beruflichen Bereich und

c) im Freundeskreis.

d) Gab es sogar psychische oder physische Folgen?

Können Sie noch weitere Folgen benennen?

6. Haben Sie sich die Beiträge angesehen, in denen Sie mitgewirkt haben?

Wenn ja, warum? Wenn nein, warum nicht?

Was war Ihr Gefühl nach dem Dreh und beim Anschauen der Beiträge?

7. Wurden Sie im Beitrag anders dargestellt als vorher vereinbart?

Waren Sie positiv oder negativ überrascht?

Hat die Postproduktion (Schnitt, Off-Text etc.) etwas stark verändert?

Wussten Sie von der Möglichkeit der Postproduktion (Sprache, Musik, Schnitt...)?

8. Waren Sie mit der Darstellung von sich selbst im Beitrag zufrieden oder hatten Sie etwas zu bemängeln? Wenn ja, was?

9. Was hätte anders gemacht werden können?

10. Würden Sie es wieder in TV-Magazinbeiträgen mitwirken? (Ja, warum? Nein, warum nicht?)

Interviewleitfaden für Redakteure, wurde je nach Interviewpartner leicht abgewandelt und im Laufe des Gesprächs durch weitere Fragen ergänzt.:

Name:

Alter:

Beruf:

1. Warum üben Sie diesen Beruf aus?
 - a) Was gefällt Ihnen an Ihrem Berufsbild?
 - b) Was gefällt Ihnen weniger an Ihrem Berufsbild?
2. Bei Protagonisten unterscheidet man 2 Typen: Die eine Gruppe will unbedingt ins Fernsehen, die andere Gruppe landet unfreiwillig in Beiträgen.
 - a) Was glauben Sie, sind die Gründe, die Personen dazu bewegen freiwillig in TV-Magazinbeiträgen mitwirken zu wollen (keine Promis, sondern „Normalos“) ?
 - b) Welche Folgen kann die Ausstrahlung für Personen haben, die freiwillig bei Magazinbeiträgen mitwirken?
 - im Freundeskreis?
 - in der Familie?
 - im Beruf?
 - psychische / physische Folgen?
 - c) Wenn Personen unfreiwillig im Fernsehen dargestellt werden: Welche Folgen kann das für die einzelne Person haben?
 - im Freundeskreis?
 - in der Familie?
 - im Beruf?
 - psychische / physische Folgen?
3. Was kommt häufiger vor: Eine positive Rückmeldung der Protagonisten oder eine negative Rückmeldung nach Ausstrahlung der Beiträge?
4. Was ärgert die Protagonisten nach der Ausstrahlung bzw. was freut sie?
5. Welches Gefühl haben Sie als Redakteur bei diesen Rückmeldungen, positiver und negativer Natur?
6. Stellt man als Redakteur (beim Dreh) die Protagonisten auch mal beabsichtigt schlechter dar, als sie es wollen, wenn es für die „Story“ gut ist?
7. Wie kommen Sie als Redakteur damit klar, dass die Ausstrahlung Ihres Beitrages für die Protagonisten auch negative Folgen haben kann?
8. Wie weit würden Sie gehen? Wo liegen Ihre Grenzen bezüglich der Darstellung der Protagonisten? Welche ethischen Richtlinien sollten auch im Boulevardjournalismus eingehalten werden?
9. Was glauben Sie hat die Postproduktion (Schnitt, Musik, Off-Text) für einen Einfluss auf einen Beitrag?
10. Wissen die Protagonisten über diesen Einfluss Bescheid oder sind sie ahnungslos?

13.3. Anlage C – Interviewtranskripte

Proband 1

Das Interview wurde mit einer kurzen Beschreibung der Berufslaufbahn des Interviewten begonnen, was aufgrund des Wunsches nach Anonymität des Befragten im beigefügten Transkript weggelassen wurde.

Wurde in deiner journalistischen Laufbahn denn je das Thema der journalistischen Ethik behandelt?

Nein, Ethik wurde während meiner Ausbildung nie behandelt. Das hat man selbst so im Laufe des Arbeitslebens kennengelernt. Ich unterrichte ja selbst in Mittweida und achte drauf, dass sie von diesen... wie heißt das jetzt... es gibt doch diese Kodexe für Journalisten, 12 etwa, mir fällt der genaue Name nicht ein. Ich finde, dass angehende Journalisten sich damit befassen sollten. Ich hatte das Glück, dass keiner meiner Auftraggeber von mir verlangt hat, ganz verwerfliche Dinge zu tun. Ich weiß von anderen, dass das da Gang und Gebe ist. Da wird schon mal gesagt 'jetzt hab dich nicht so, wenn das Klofenster offen ist, kletterst du da rein' oder man soll bei einer gebrechlichen alten Frau den Fuß in die Tür machen und sie weiß gar nicht was los ist. Das gab es bei mir zum Glück nie in der Form.

Protagonisten von Fernsehsendungen kann man in zwei Gruppen unterteilen: Die, die freiwillig vor der Kamera stehen und jene, die unfreiwillig zum Akteur des Beitrags werden. Was denkst du, warum Menschen freiwillig Protagonisten von Magazinbeiträgen werden wollen?

Ich denke die freiwilligen Akteure kann man in vier Gruppen einteilen: Die, die es wegen des Geldes tun, die anderen machen es wegen der Anerkennung, die von anderen Menschen bekommen, das denken sie zumindest. Wieder andere wollen den Menschen etwas mitteilen, die haben dann ein so großes Mitteilungsbedürfnis, und die letzte Gruppe steht wegen einem bestimmten Erlebnis unter Schock. Zum Beispiel bei Eltern, bei denen das Kind gestorben ist. Die realisieren das alles in dem Moment noch gar nicht richtig.

Welche Folgen kann denn die Ausstrahlung für die Menschen, die freiwillig in Magazinbeiträgen mitwirken, haben, ob familiär, privat, beruflich, psychisch usw. Was denkst du?

Das ist eine ganze Palette. Also es kann auch positive Folgen haben. Es ist durchaus so, wenn sich jemand im Fernsehen positiv präsentiert hat, aus seiner Kompetenz heraus, aus seiner fachlichen Kompetenz heraus oder aus...ähm...der Beschreibung eines Erlebnisses. Also wenn sich jemand positiv präsentiert hat, kann das insofern positiv sein, dass sich daraus wirklich eine Fernsehkarriere ergibt. Stichwort Daniela Katzenberger, die ja eher so eine Randfigur in irgendeinem Fernsehbeitrag war und sie hat sich dennoch da so positiv dargestellt, dass sie daraus.... da hat sich eine Karriere daraus ergeben. Weiteres Stichwort: Sewarion Kirkitadse. Kennst du den?

Nein.

Das ist ein Anwalt, ein Strafverteidiger hier in München, der, den wir, da muss ich... in dem Fall muss ich wirklich sagen den ich, vor vielen Jahren, vor 15, 16, 17 Jahren damals noch für das Regionalprogramm von RTL interviewt habe. Immer wieder mal. Weil der ganz viel Zeit hatte und immer bereit war und immer kompetent war. Seine Statements waren so kompetent, dass der in Köln... dass man den registriert hat. Da hat man gesagt, 'Mensch, der ist gut der Mann'. Das Ergebnis war, er wurde auch von anderen Redaktionen angefragt für Interviews. Strafrecht, sonstige juristische Sachverhalte. Und das Ergebnis war dann in Folge, dass die Fernsehserie, die es ja heute noch gibt, „Richter Hold“...

Ach...

Er ist nicht der Richter Hold, aber er ist der Staatsanwalt. Er spielt den Staatsanwalt in der Serie „Richter Hold“. Und die sind auf ihn zugekommen und haben gesagt 'das machen Sie so toll, wollen Sie nicht bei uns...?'. In der Folge wiederum explodierten die Mandantenanfragen seiner Kanzlei. Dieser Mann ist schwer reich, heute fährt er einen Bentley. Und wir sind auch in einem guten Verhältnis miteinander und waren auch schon mal Mittagessen. Also das gleiche, ein ganz typisches Beispiel dafür ist zum Beispiel auch der Professor Mang, der das auch sehr sehr geschickt gemacht hat. Die Geschichte des Professor Mang brauchen wir auch gar nicht zu erzählen. Heute ist er so reich, dass er mit'm Hubschrauber von Lindau nach München fliegt, wenn er hier irgendwas zu tun hat. Das gilt also nicht nur für Fachleute, ich hab einen Anwalt erwähnt, ich hab einen Arzt erwähnt. Das gilt auch für ganz schlichte Geschöpfe, wie Daniela Katzenberger oder ...ähm.... ja. Wer mir jetzt zum Beispiel einfällt ist dieser Tierpfleger vom Eisbären Knut. Ein Mann, der...für den sich nie irgendjemand interessiert hat. Ein einsamer Mann, der ja schlussendlich auch gestorben ist, der aber Starqualitäten bekommen hat. Also, das sind Beispiele für positive Folgen. Beispiele für negative Folgen, da kann ich dir ein Beispiel nennen, einen besonders tragischen Fall, wobei der ja eher Opfer unserer Berichterstattung war. Hier geht es ja um Leute, die freiwillig mitgemacht haben und die dann daraus irgendwelche negativen Konsequenzen zu erdulden hatten. Und da... (überlegt)... die Zahl ist unendlich.

Was für Folgen sind es denn konkret?

Was für Folgen? Das geht über...das beginnt bei so harmlosen Dingen wie belächelt zu werden. 'Na, haste den Typen von RTL oder wasichwaswo ein Interview gegeben? Haste dich wichtig gemacht, ne'. Hast du dich aus der Solidarität der Wissenden, aber auch der Schweigenden, selbst ausgeschlossen, in dem du diesen Säcken (mit Nachdruck) was mitgeteilt hast. Also das sind so die harmlosen Dinge, diese Stigmatisierung ist dann wohl auch eher eine vorübergehende, kann aber natürlich auch ganz dramatische Züge bekommen. Leute, die offenbaren, dass sie reich sind, können unter Umständen unter dem Entzug von Kundenaufträgen künftig zu leiden haben, weil die Kunden sagen: Der verdient wohl zu viel. Ein gutes Beispiel dafür, dass ein Protagonist wirklich auch Schaden nehmen kann durch seine mediale Präsenz, ist zum Beispiel der Thomas Stein. Thomas Stein ist ja ein ehemaliger Juror gewesen von „Deutschland sucht den Superstar“, gleichzeitig aber auch, aufgepasst, Europa General Manager, Präsident der Bertelsmann Media Group. Die Bertelsmann Media Group gehört zu den fünf weltweit größten Schallplattenherstellern, ich sag jetzt mal Schallplatten, Musikproduktionsunternehmen. Und seine Tätigkeit, in seiner Freizeit quasi, als Juror einer solchen Sendung und seine häufige Präsenz in den Medien, wurde durch seine Unternehmensleitung negativ kommentiert und negativ eingeschätzt und negativ dadurch kommentiert, indem sie ihn von heute auf morgen entlassen haben.

Thomas Stein war den Medien doch aber vorher schon ein Begriff, oder?

Nee, der war denen überhaupt kein Begriff, ach, überhaupt nicht. Thomas Stein war Manager, nur dadurch.

Wie ist es mit „Normalos“, sag ich mal. Die, die keine Managerposition haben oder ähnliches.

Normalos können ihre Jobs verlieren. Und das tun die auch. Also das ist.... es gibt ja....interessant, dass das auch Gegenstand deiner Befragung ist, denn damit beschäftige ich mich auch ein bisschen am Rande. Ich hab zwei Dinge aufgeschrieben, die ich demnächst in Mittweida, wo ich ja auch unterrichte, demnächst meinen Leuten erzählen wollte. Und zwar zwei Vorkommnisse, wo jemand, der sich den Medien gegenüber offenbart hat, mit unglaublichen Konsequenzen zu rechnen hatte. Ein Fall ist der frühere Chefredakteur der Leipziger Volkszeitung, der sich beworben hat um das Amt des Intendanten des Mitteldeutschen Rundfunks. Das ist ja vor einem Vierteljahr passiert. Dieser Mann hat sich insofern den Medien offenbart, als dass er irgendwann vor drei, vier Jahren mal einen Fragebogen ausgefüllt hat. So einen journalistischen Fragebogen, wie, was und so weiter. Und in diesem Fragebogen wurde dann irgendwie so neckisch gefragt: Zahlen Sie denn auch GEZ-Gebühren? Und diesen Fragebogen hat er ausgefüllt und hat dann oben handschriftlich drüber geschrieben, er hat geschrieben „ja“ und handschriftlich drüber geschrieben „leider“.

Und das wurde ihm jetzt zum Verhängnis?

Ja, oder jetzt erst. Oder früher nicht oder irgendwie sowas. Dieser Fragebogen ist kurz vor der Wahl zum Intendanten, immerhin zum Chef einer der größten deutschen Fernsehanstalten, aufgetaucht. Im Internet, das Internet hat ein sehr gutes, hat ein sehr langes Gedächtnis, kurz um...ähm, die Tatsache, dass er selbst, als künftiger Präsident einer

GEZ-finanzierten Anstalt, als Intendant, diese GEZ-Gebühr offensichtlich nicht so toll fand und zeitweise auch nicht bezahlt hat, mit „leider“ kommentiert hat, hat dazu geführt, dass er nicht gewählt wurde. Und das obwohl eigentlich alles klar war. Das war ein Beispiel. Und auch der war ja in gewisser Weise Protagonist, für denjenigen, der da diesen Fragebogen...

Es geht ja immer noch um Boulevardmagazine, versuche daran immer ein bisschen zu denken, bitte. Dafür arbeitest du ja auch.

Da muss ich überlegen. Mein Gott, es sind dramatische Dinge. Ich hab, wir haben eine Geschichte im Augenblick in der Produktion. Ein Mann, der vier Kinder bekommen hat von seiner Partnerin und es stellte sich heraus, dass alle vier Kinder nicht von ihm waren. Der Älteste 23, 17, 18, 13. Dieser Mann wird bis zum jüngsten Tag seines Lebens Gespött der Menschen sein. 'Ah, schau mal, du warst ja wohl n Versager, hastn nicht hochgekriegt'. Ich glaube der ahnt noch gar nicht, wir haben noch nicht gesendet, wir haben das Interview noch nicht ausgestrahlt, aber ich glaube an dem Fall könnte man wunderbar nachvollziehen, welche dramatischen Dinge jemand erleben muss, der sich freiwillig in die Hände von Journalisten begibt. Sein Motiv war einfach so, ich weiß nicht, Arglosigkeit.

Du meinst, die denken dann auch manchmal gar nicht so weit?

Ja, die denken nicht so weit. Die denken, „ja Gott, das kann ich ja erzählen.“. Der ahnt gar nicht, was ihm passieren wird und, ja, Leute, die sich freiwillig vor eine Kamera begeben, äh wo sie sich vielleicht offenbart haben, „Ja, ich hab die scheiß Katze mit dem Wasserschlauch nass gespritzt, die kommt ständig zu mir auf den Balkon und scheißt mir den zu und da hab ich nen Schlauch geholt und hab die abgespritzt, blöde Katz“. Ich muss gerade überlegen, es gibt solche Fälle. Es gibt derer reichlich. Die kriegen Morddrohungen. Die bekommen Morddrohungen.

Das wirkt sich ja dann wieder auf die Psyche aus...

Ja, selbstverständlich, klar. Wie gesagt, es gibt dann Fälle, die verlassen das Haus nicht mehr. Ich müsste jetzt intensiv nachdenken, da würde mir bestimmt noch eine ganze Reihe von Fällen einfallen. Also kurz um, zusammenfassend, für den Großteil derer, die sich als Protagonisten zur Verfügung stellen, ist es in der Regel, bleibt's bei hämischen Kommentaren. Aber der Großteil derer, die im Fernsehen auftreten, muss mit hämischen Kommentaren rechnen. Egal zu welchem Thema sie sich geäußert haben. Ein kleiner Teil hat mir handfesten Konsequenzen zu rechnen. Finanzieller Art, privater Art... Leute haben sich schon getrennt, nachdem sie erfahren haben, dass ihr Mann fremd geht oder ihre Frau fremd geht oder wie auch immer, sowas war ja alles schon da.

Da könnte man ja sagen, dass sie selbst Schuld sind, weil sie sich freiwillig da gezeigt haben.

Ziehen wir jetzt mal den Bogen, zu denen, die nicht unbedingt was dafür können, weil sie nicht freiwillig im Fernsehen waren. Welche Beispiele kennst du dafür?

Eins fällt mir da gleich ein. Wir hatten mal einen Fall von einem Arzt, der einen Fehler bei einer OP begangen hat. Dieser Mann war ja schon allein deswegen bestraft genug, da er einen Ärztefehler gemacht hat und da macht man sich ja auch Vorwürfe deswegen. Jedenfalls wurde dieser Arzt in der Folge so sehr von den Medien belagert... wir haben ihn in einem Parkhaus erwartet, weil wir ihn mit der Sache konfrontieren wollten... der hat das nicht ausgehalten. Am Ende hat sich der Mann sogar umgebracht. Der hatte Frau und Kinder zu Hause. Das ist dann natürlich schon heftig.

Hast du noch weitere Fälle?

Ja, natürlich. Die Leute verlieren ihre Jobs, die verlieren ihre Freundin, ihren Freund, sie verlieren ihr Geld, ihr Haus. Ähm genau, wunderbares Beispiel: Boris Becker.

Von Promis wollten wir ja eher Abstand halten, es geht eher um die Unerfahrenen.

Ja okay, aber trotzdem. Boris Becker, da ist egal ob er prominent ist, das wäre ein wunderbares Beispiel dafür, dass jemand, der permanent im Fokus der Medien ist, durch die permanente Berichterstattung, durch die tägliche Berichterstattung der Medien, auch einen finanziellen gewaltigen Schaden erlitten hat. Dieser Mann war ja eine zeitlang sehr sehr prominent. Irgendjemand war ein Fan von diesem Mann, von Boris Becker, und hat alle Zeitungsartikel, die er über diesen Boris Becker gefunden hat, alle, gesammelt, in einem Fotoalbum. In drei Fotoalben. Da stand dann 18. April, Boris wasweißich bei diesem oder jenem Turnier, 18. April Abends Party in Darmstadt, 19. April war er da und dort, er hat alle Zeitungsartikel... So, diese Bücher hat er irgendwo auf dem Flohmarkt verkauft. Diese Bücher sind einem Steuerfahnder, einem Steuerfahnder des Finanzamtes, zufällig auf diesem Flohmarkt in die Hände gekommen und konnte dadurch nachweisen, dass Boris Becker sich nicht etwa zwei Drittel des Jahres im Ausland aufgehalten hat, weil er nämlich seinen Steuerwohnsitz in Monaco hatte, sondern dass sich Boris Becker tatsächlich in acht von zehn Tagen in Deutschland aufgehalten hat. Das heißt, steuerlich wäre er in Deutschland zum Steuern zahlen verpflichtet gewesen und nicht in Monaco und deswegen hat er ein Strafverfahren an den Hals bekommen und musste, ich weiß nicht, ganz ganz viel...

Okay, Prominente zeigen sich ja aber öfter im Fernsehen und müssen ja dann fast damit rechnen, dass so etwas raus kommt.

Okay, dann frag nochmal anders.

Wie ist es in so einer Situation wie mit dem Arzt. Wenn bei einer Konfro Leute etwas gefragt werden, obwohl sie es gar nicht wollen. Was hat das für Folgen für sie? Du hast ja schon einiges genannt – sie verlieren ihren Job, ihre Freunde vielleicht... Gibt es sonst noch etwas, was dir dazu einfällt?

Gott, also sie verlieren ihre Wohnung...also man kann im Grunde genommen alles verlieren. Es passiert, dass jemand, wir drehen irgendeinen, der sitzt irgendwie schon leicht angeschüttelt in der Faschingszeit im Auto und sagt 'ich geb jetzt mal kein Interview mehr, vergesst das mal...Interview? Nee, ich sag nichts' und fährt danach mit dem Auto weg. Das sieht man, das sieht die Polizei und nimmt ihm den Führerschein ab. Unabhängig davon, dass sie den Beweis hatten, dass er besoffen war, ist das einfach so. Also schon allein, das ist auch interessant, dass eine Einschätzung von gesendetem Bildmaterial als Tatsachenbeweis gilt. Ein Richter oder Polizist kann aufgrund von Bildern, die er gesehen hat, einen Urteilsspruch fällen. Auch dann, wenn er nicht physisch dabei war. Also die Konsequenzen sind mannigfaltig und ich behaupte noch einmal, im Grunde genommen hat jeder, der sich in die Hände eines Boulevardmagazins begibt, mit Konsequenzen zu rechnen. Jeder hat mit Konsequenzen zu rechnen. 80% bei denen sind es hämische Kommentare, abfällige Kommentare. In 20% der Fälle würde ich sogar behaupten sind's Konsequenzen, die darüber hinaus gehen. Und die auch von langanhaltender Natur sind. Und manchmal ist es so, dass der Druck so gewaltig wird, dass man dem nur noch dadurch zu entgehen glaubt, indem man sich das Leben nimmt, auswandert, alles mögliche ist schon da gewesen. Gesichtsoperationen, um nicht mehr wieder erkannt zu werden. Also es ist gigantisch. Wird deine Masterarbeit eigentlich veröffentlicht?

Die Auswertung der Interviews wird in der Masterarbeit drin sein.

Mir ist nur wichtig, dass du es nachher so formulierst, dass ich nachher nicht rüber komme, wie so ein Aus-dem-Nähkästchen-Plauderer.

Wenn es dir lieber ist, kann ich das auch anonym machen.

Wenn das denkbar ist, ja. Das wäre glaub ich ganz gut, weil ich bin ja in gewisser Weise Nestbeschmutzer. Aber es ist so. Und es nicht nur deswegen so, weil ich sehr dosiert und sehr wenig Medien konsumiere, sondern es ist einfach faktisch so. Was hast du denn noch für Fragen?

Du hast ja jetzt einiges aufgezählt, was ziemlich negativ ist. Wie ist denn das für dich als Redakteur, wenn du weißt 'ich hab das mit produziert und jetzt hat das die und die Konsequenzen'? Wie ist das für dich selbst?

Das mach ich nicht. Wenn ich vorher schon weiß...das mach ich nicht. Da muss ich wirklich sagen... das würde bedeuten, dass all das, was ich eben beschrieben habe, nur für die Anderen gilt, aber für mich nicht. Nein, das gilt natürlich auch für uns. Aber wenn ich vorher schon ahne, oh Gott im Himmel, und diese Person ist, sagen wir mal, sagen wir mal so, wenn ich ein echtes Schwein vor die Kamera bekommen hab, wenn ich das Schwein vor die Kamera bekommen hab, dann will ich auch, dass es gesendet wird. Und dann sind mir die Konsequenzen auch völlig schnuppe. Wenn ich aber ahne, dass ich jemanden vor die Kamera bekommen habe, der im Grunde genommen arglos ist und unschuldig ist und wir senden das und ich ahne bereits im Vorfeld, das kann unangenehme Folgen für ihn haben, versuche ich das zu verhindern. Durch: Anonymisierung, Gesicht verändern, anderer Name, andere Örtlichkeit, ganz wichtig, wenn man natürlich sagt 'der 23-jährige aus dem Kleindorf Pötschenbroda bei...', dann weiß man ja wer's ist, aber dann sagt man einfach der '27-jährige aus Pusumuckel' und dann ist er halt ein Maurer und kein Zimmermann, d.h. wir versuchen ihm dann auch ein bisschen entgegen zu kommen oder ihn wirklich dann auch zu schützen.

Man vergibt dann wirklich falsche Namen?

Ja, absolut.

Sagt man dazu, dass der Name geändert wurde?

Nein, das sagt man nicht, das wäre beim Fernsehen untypisch. Also bei der Namenseinblendung kann man's machen. Da steht dann 'Franz Hintermüller', in Klammern 'Name von der Redaktion geändert'. Schreibt man manchmal drunter, manchmal macht man's auch nicht.

Ist es dann noch authentisch, wenn man einfach den Namen ändert?

Naja wobei, der Name an sich ist ja wie Schall und Rauch, das ist ja wurscht ob der Franz Hintermüller oder Sebastian Meiertaler heißt. Man versucht die Leute auf jeden Fall ein bisschen zu schützen und ich lasse sie nicht ins Messer laufen.

Im Fall dieses Arztes, der nicht nur wegen deines Berichtes, sondern auch wegen anderen Sachen, der trotzdem sich letztendlich das Leben genommen hat. Wie sehr lässt man das an sich selbst ran?

Sehr stark, sehr stark, also das hat mich sehr...ich hab davon durch Zufall in der Zeitung gelesen. Nach drei oder vier Wochen lese ich irgendwo in der Zeitung 'Namenhafter Orthopäde aus Ulm – Leben genommen' und ich ... und es hat mich deswegen auch so unglaublich betroffen gemacht, weil ich hab die Ehefrau und ich hab das Kind gesehen von dem. Ich hab mit der Ehefrau auch kurz gesprochen, junge Frau. Der hat nochmal jung geheiratet. Der Arzt war selbst schon irgendwie um die 60, er hat nochmal jung geheiratet und ist nochmal Vater geworden. Was für ein Glück, wie schön. Ein liebenswertes Kind von vielleicht 3,4,5 Jahren, ich weiß nicht, 3,4 Jahre etwa denk ich. Eine sympathische Frau. Und als ich das erfahren hab, ging es mir wirklich elendig. Solche Erlebnisse hat man natürlich öfter. Ich bin da nicht freiwillig hingefahren. Ich bin da hingefahren, weil ich verpflichtet bin diesen Aufträgen nach zu gehen. Ich kann die Aufträge nicht sortieren nach gefällt mir, find ich gut, find ich berichtenswert oder nicht, sondern als Dienstleister, egal ob jetzt im Angestelltenverhältnis oder in einem Vertragsverhältnis, wie das bei uns der Fall ist, hat man zu exekutieren, wofür man beauftragt wird. Unter Berücksichtigung, ja, bestimmter ethischer Standards, die man selbst definiert. Und für mich sind die ethischen Standards halt so, wie ich sie eben beschrieben hab. Nämlich wenn jemand völlig unschuldig und auch harmlos und arglos ist, dann versuche ich ihn zu schützen, das tu ich tatsächlich. Und ich glaube das tun die Kollegen bei mir im Büro auch.

Und wenn man dann doch mal so einen Fall hat, wo was Schlimmeres passiert? Wenn man hört, dass jemand total gemobbt wird oder eben jemand nimmt sich das Leben... Versucht man's dann einfach zu vergessen, damit man seinen Job weiter machen kann?

Nee, vergessen kann man das ja nicht. Judith, es passiert immer wieder, es passiert... jetzt wo ich darüber spreche, es passiert immer wieder, dass Leute anrufen oder man begegnet ihnen später und sie sagen 'mein Gott, was habt ihr damals berichtet? Das war ja völlig verkehrt'. Das liegt natürlich auch daran, das Material, das draußen gedreht wird, bedingt durch die Aktualität, durch den Aktualitätsdruck, von der einen Hand in die andere Hand geht. Schnell überspielt wird zu jemandem, der in der Zentrale sitzt, im Sender sitzt. Das Gleiche gilt natürlich auch für schreibende Kollegen. Die gehen dann per Telefon einen Bericht durch, irgendeiner tippt das dann mal eben. Mit griffigen Formulierungen, gemacht für die Boulevardpresse oder für eine Boulevardzeitung. Und da werden dann einfach Fakten verdreht oder bestimmte Hintergründe halt ausgeblendet oder unterdrückt. Ähm... und ähm und das passiert... ja, das passiert relativ oft, dass dann Leute sagen 'mein Gott, das war ja völlig verkehrt, was Sie da gemacht haben'. Hin und wieder passiert es auch, dass es andersrum...dass es andere Feedbacks gibt.

Was überwiegt denn? Das positive Feedback oder das negative Feedback?

Also man bekommt ja das negative Feedback nicht immer, aber man sieht ja den Beitrag.

Ich mein, von den Leuten, die dort mitgewirkt haben, kommt da eher das Feedback 'Ich fand das toll' oder...

Nein, wenn der Beitrag toll war, dann kommt es eigentlich eher zu seltenem Feedback. Zu Feedback kommt's dann, wenn der Beitrag eben den Fakten nicht ganz entsprochen hat und wenn derjenige dann halt irgendwas auf die Mütze bekommen hat. Und wenn jemand so richtig darunter zu leiden hat oder hatte, dann meldet er sich oft überhaupt gar nicht. Weil der will dann einfach mit Journalisten, Presse und sowas nie, nie, nie wieder in seinem Leben was zu tun haben.

Was ist mit Gegendarstellungen?

Ach, Gegendarstellungen sind doch ein völliger Witz.

In Zeitungen wird das ja manchmal gemacht, aber dann wird das ganze Thema ja wieder aufgewühlt.

Und selbst dann, sicher gab's bei uns auch schon Gegendarstellungen, das wird auch bei RTL gemacht.... Ein 13-jähriges Mädchen ist schwanger, bekommt ein Kind, wir begleiten sie. Vor der Geburt. Während der Geburt. Nach der Geburt. Über Wochen hinweg. Die wurde von allen nur noch als Schlampe bezeichnet. 'Du Schlampe!' - das hat die von morgens bis abends zu hören bekommen. Unsittliche Anträge. Dabei war die verliebt und ist schwanger geworden....

Ist das so das Los des Journalisten, dass Menschen, über die man berichtet, im Nachhinein so etwas widerfahren kann? Dass man damit als Journalist einfach lernen muss umzugehen?

Das würde ja bedeuten, dass das so ein Abfallprodukt unseres Berufes ist...damit müssen wir leben. Also ich finde, es ist ein Abfallprodukt unseres Jobs, dessen, was wir machen, aber man muss es nicht hin nehmen. Man muss einfach diesen Job nicht mehr machen. Und das ist auch das, was ich nach 20 Jahren in diesem speziellen Boulevardbereich jedem empfehlen kann. Er kann gerne eine Ausbildung da machen, weil der Boulevard, oder eine Ausbildung in einer Boulevardredaktion die beste Ausbildung ist, weil du alle Instrumentalien einsetzt um ans Ziel zu kommen und damit lernst du eine Fertigkeit in diesem Beruf als Journalist. Erlernst du eine Fertigkeit, die andere in vielen Berufsjahren nicht erlernen. Beispiel Politikberichterstatte: Die müssen nur den Politiker anrufen, der ist dann Nachts um 2 Uhr noch für ein Interview bereit, weil der ja naturgemäß gerne etwas zu erzählen hat. Bisschen was anderes ist es schon bei den investigativen Politikjournalisten, aber die gibt es ja nahezu gar nicht mehr. Noch dramatischer ist es bei Sportberichterstatte...

Aber es ist schon so, dass man sich, wenn man Job als Boulevardjournalisten ausüben möchte, sich dem bewusst sein muss, was auf einen zukommen kann?

Dessen sollte man sich bewusst sein und wenn man irgendwie ... und wenn man Anstand hat und Empathie und Mitgefühl für Menschen und eine ordentliche Kinderstube genossen hat, dann sollte man diesen Job nicht ausüben.

Würdest du von dir selber sagen, dass du das nicht hast? Keinen Anstand?

Doch, das hab ich. Der Grund warum ich meine eigenen Empfindungen unterdrücke, ist einfach weil ich zu lange gewartet habe einen anderen Weg zu gehen. Ich bin heute in einem Alter, wo der Schritt in eine andere journalistische Sparte einfach nicht mehr möglich ist.

Was würdest du denn jetzt gerne machen?

Also ich wäre damals, ich hab ja auch Politik studiert, ich wäre gerne in den Politikbereich gegangen. Heute z.B. würde ich gerne... alles machen, Reiseberichte, Natur, bisschen Sport. Berichte über schöne Dinge, positive Dinge, über Ereignisse, über Menschen, die etwas können.

Hat man irgendwann so ein bisschen die „Schnauze voll“ vom Boulevard?

Die Neugierde wird mich bis zum letzten Tag begleiten. Deswegen bin ich auch immer neugierig und deswegen ist auch jede Geschichte wieder spannend und es ist ja auch spannend ungewöhnliche Geschichten zu erfahren, Menschen kennen zu lernen. Dieses Bedürfnis, glaube ich, werde ich immer haben. Aber man hat längst die Schnauze voll davon, wenn man sieht, was aus dem erarbeiteten Material... was draus gemacht wird. Man hat die Schnauze voll wenn man sieht, was es für Konsequenzen hat. Man hat nicht die Schnauze voll, weil man auch vergleichsweise gut verdient. Vergleichsweise gut verdient, denn zwischenzeitlich ist es ja so, dass jemand...das war vor zehn Jahren noch anders und vor zwanzig Jahren war's überhaupt anders. Damals war die Nachfrage nach guten Reportern, nach guten Boulevardreportern so gigantisch groß, dass ein Boulevardreporter, wenn er es geschickt angestellt hat, mehr verdient hat, als ein Chefarzt.

Jetzt sind die ganzen Medienstudiengänge so überfüllt, da können sich alle kaum retten vor Bewerbungen.

Man ist im Dilemma, dass man auf der einen Seite schlecht verdient, schlecht beleumundet ist, ein schlechtes Gewissen hat, andere Menschen unter Umständen ins Unglück stürzt und es dennoch weiter macht und weiter machen muss, weil man überleben muss.

Eigentlich sollte der Spaß am Job und an der Sache, die negativen Dinge ja etwas aufwiegen...

Nee, der Spaß wiegt das, wiegt die eben genannten Nachteile nicht mehr auf und wie gesagt, es ist ja vor allem auch das Thema des Geldes. Früher konnte man sagen 'na in Gottes Namen, dafür werde ich gut bezahlt'. Heute bist du ein Schlechtbezahlter, der schmutzige Arbeit macht. Für schmutzige Verlage, für schmutzige Manager, für schmutzige

Geschäftsleute. Wir sind die Handlanger, wir sind die letzten in der Kette, die Ausführungen, wir sind die Exekutoren. Wir gehen raus und machen die Dreckarbeit, damit ein Werbeblock von möglichst vielen Leuten angeguckt wird und dieser Werbeblock dann irgendwelchen Shareholdern, Aktionären oder Eigentümern, Eigentümerfamilien, die Taschen füllt.

Der kleine Redakteur ist dann aber der Böse für die Protagonisten. Er war ja da und hat das gemacht.

Ja, wir sind ... Natürlich sind wir in der Wahrnehmung derer da draußen die Bösen, aber tatsächlich sind es noch nicht mal die, die in der Redaktion sitzen und etwas beauftragen. Es sind die, die das Programm verantworten. Die Geschäftsführer. Das sind diejenigen, die es zulassen. Die Geschäftsführer der Sender sind diejenigen, die zulassen, dass Schund gesendet wird. Es läuft zur Zeit eine Sendung, das hat man mir erzählt, ich hab sie nie gesehen, auf RTLII oder bei VOX am Sonntag, da geht's wohl irgendwie um Liebespaare. Es handelt sich aber hierbei um Behinderte. Die ahnen gar nicht, was mit ihnen gemacht wird. Es muss eine Sendung sein, wo ein Schenkelklopfer nach dem anderen ist. Die Menschen ahnen gar nicht, was ihnen eigentlich geschieht. Und für mich steht nicht derjenige in der Verantwortung, der das dreht, weder der Kameramann, noch der Redakteur, noch der Redaktionsverantwortliche. Für mich ist es der Geschäftsführer, der zulässt, dass dieser Dreck produziert wird und gesendet wird. Aber gerade auch aus diesem Grund ist mir die Anonymität wichtig. Kannst auch mein Alter ein bisschen verändern.

Okay. Du hast ja gerade erwähnt, dass das was man dreht ja noch gut sein kann, aber was wird im Nachhinein draus gemacht? Das liegt ja nicht in euer Hand, da ihr das Material größtenteils ja nicht selbst bearbeitet, sondern das in der Hauptredaktion geschnitten wird. Glaubst du denn, dass die Protagonisten wissen, was durch die Postproduktion, also durch Schnitt, Off-Text, Musik usw., noch verändert werden kann? Wie das den Beitrag noch verändern kann?

Sie wissen es meistens nicht. Sie ahnen es auch nicht. Erfahrenere Leute, die schon mal vor einer Kamera gestanden sind, ahnen es und sind deswegen auch etwas vorsichtiger, dennoch haben die überhaupt keine Vorstellung von dem, was da alles gemacht werden kann. Die allermeisten ahnen nicht was passieren wird.

Probandin 2

Wie sah deine berufliche Laufbahn aus und was gefällt dir an deinem Beruf?

Ich bin Büroleiterin der Redaktion (...). Wie bin ich da hin gekommen? Das Interesse hat eigentlich während des Studiums angefangen, wo ich ja mehrere Praktika gemacht hab, sprich im Online-Bereich, im Bereich Werbung, im Bereich Marketing, Radio, Printjournalismus und dann eben auch Fernsehjournalismus. Und da habe ich gemerkt, okay, das ist eigentlich meines. Ich muss da jetzt ganz hochgestochen reden (lacht)...

Musst du gar nicht, rede einfach wie du immer redest.

Ich bin das gar nicht gewohnt, sonst frage ich ja immer. Das ist so ungewohnt (lacht). Fernsehjournalismus ist das, wo ich gesagt hab, in Bildern eine Geschichte erzählen, das fand ich immer spannend, ja. Das Praktikum, das erste, hab ich ja tatsächlich bei RTL gemacht, danach noch weitere und dann hab ich gewusst, das ist es. Da möchte ich bleiben.

Gibt es denn auch Dinge, die dir eher weniger an deinem Beruf gefallen? Was machst du eher nicht so gerne oder was würdest du ändern, wenn du könntest?

Ähm... in meinem Beruf jetzt als TV-Redakteurin oder in meinem Beruf jetzt wo ich für ... arbeite?

Schon in deinem Beruf als Redakteurin, aber im Prinzip in deinen gesamten Tätigkeiten?

Hm...da muss ich mal überlegen...was gefällt mir da nicht so? Ähm...ich überleg gerade. Du erwischst mich gerade in einer Phase, in der mir eigentlich alles gefällt. Tatsächlich. Es gibt gerade nichts, wo ich sage, das gefällt mir nicht. Jetzt spontan, nö.

Ja, es ist ja gut, wenn es so ist. Nun gehen wir mal zu den Leuten, mit denen man dreht. Protagonisten kann man ja in die zwei Gruppen einteilen, die einen wollen freiwillig vor die Kamera, sie entscheiden sich freiwillig dafür. Und es gibt die Menschen, die unfreiwillig im Fernsehen landen. Was glaubst du denn, warum sich die Menschen dazu entscheiden, freiwillig in Magazinen mitzumachen?

Sie wollen einen gewissen Bekanntheitsgrad erreichen. Und mit diesem Bekanntheitsgrad, die leben ja von ihrem Bekanntheitsgrad, sei es jetzt ein Promi, ein Star oder so, die leben ja von ihrer Person an sich.

Es geht mehr um Menschen, die nicht so medienerfahren sind, wie Prominente. Menschen, die sich dazu entscheiden euch ein Interview zu geben oder die sich sogar selbst melden und ihre Geschichte erzählen wollen.

Die sich auch selbst melden? Lass mich mal überlegen, ich muss mir da immer mal ein konkretes Beispiel zu überlegen. Ähm, lass mich mal nachdenken, was hatte ich in letzter Zeit, heut hatte ich eine Geschichte, wo eine Frau unbedingt mitmachen wollte, weil sie gesagt hat...also es ging darum: Kind von Hund gebissen. Und ich hab mit der Nachbarin telefoniert und die Nachbarin ist wahnsinnig tierlieb, hat irgendwie Schafe, Kühe, Ziegen und so weiter. Ich hab gesagt, ich würde gerne einen Bericht machen über 'Kind von Hund gebissen', aber mal anders. Nämlich mit einem Hundexperten, der sich diesen Hund anschaut, der sagt, ob man den jetzt einschläfern sollte oder nicht und sie sagt: 'Da möchte ich unbedingt mitmachen. Kann ich denn da auch mitmachen?' Das möchte ich unbedingt, denn ich find das gut. Endlich mal ein Bericht über Tiere und ich meld mich da, ich hab ja auch soviele Tiere. Ich find das spannend. Ich möcht so gern.'. Das hat mich auch total verwundert.

Was denkst du, warum sie das unbedingt wollte?

Ähm, das ... warum wollte die Frau mitmachen,ja? Für mich der Grund ist einfach... ich glaub manche, lass mich überlegen. Ich glaub die hat das Gute an der Sache eigentlich entdeckt. Ich glaub einfach, die hat für sich gedacht, dass es schon lange ein Anliegen von ihr ist. Endlich kommt mal wer und möchte genau über das, worüber sie sich schon lange macht, endlich kommt mal wer und möchte genau über das Thema berichten. 'Da bin ich dabei.'. Oder in anderen Fällen, wenn es ums Thema Krankheit zum Beispiel geht. Ich lock die Leute dann schon so, dass ich sage, dass wir wollen, dass es anderen, die ein ähnliches Problem haben, dass man denen damit hilft, ja. Das verstehen die auch. Genau aus solchen Gründen machen viele Leute dann auch mit, dass sie sagen 'Ja gut, ich leide jetzt unter der und der Krankheit, aber viele andere auch. Wenn ich darüber spreche und erzähle und sag wie es mir damit geht und ich kämpfe manchmal damit, aber ich hab auch gute Momente.'. Ich glaub das ist auch ein Grund, warum viele dann auch sagen 'Da mach ich jetzt mit.'. Einfach um vielleicht dadurch anderen zu helfen, sag ich mal. Mit den eigenen Erfahrungen.

Gibt es noch andere Gründe, weshalb sich Leute melden und sagen, dass sie mitmachen wollen?

Was haben wir denn da in letzter Zeit für Geschichten gehabt, hm?

Einfach was du denkst und was du für Erfahrungen gemacht hast, warum die Leute bei euch mitmachen wollen.

Also manchmal glaub ich, wir haben ja so viele unterschiedliche Geschichten, aber manchmal glaub ich, es kommt schon so eine Art Selbstdarsteller auch. Die das wirklich gerne, die wollen, die wollen nach vorn. Die wollen vielleicht auch endlich mal bekannt werden oder wie auch immer. Das ist jetzt halt wieder ne ganz andere Schiene wie jetzt das Thema Krankheit, die wollen vielleicht anderen damit helfen. Die andere Schiene ist, wenn sich Leute sagen 'Gut, ich möcht da jetzt ins Fernsehen, ich möcht jetzt bekannt werden, alle sollen mich sehen.' oder so. So in die Richtung. Das ist eigentlich eine riesen Bandbreite von Sachen. Was gibt's da noch für Leute, die da wollen,ja? Manche lockt sicher auch so ein Aufwandshonorar. Die sagen, 'Ja gut, ich verdiene da jetzt ein bisschen was mit, ja gut, da erzähl ich jetzt was.' Da hatten wir erst letztes Woche was zum Thema Schuldnerberatung.'Ich bin schon verschuldet, dann geh ich jetzt mit meiner Geschichte ins Fernsehen.' Ansonsten, was sind noch die Gründe? Ich glaub, manche haben auch wirklich Spaß an der Sache, Lockvögel und so, die haben da Lust drauf. Warum gehen Leute sonst noch ins Fernsehen?

Also gerade bei euch. Gerade bei Magazinsendungen, weniger politische Magazine oder News, schon direkt für Sendungen, für die ihr arbeitet.

Also bei uns ist es ja jeden Tag so eine Überzeugungsarbeit auch. Das ist ja jetzt nicht so die Geschichte, dass die Leute sich oft bewusst freiwillig melden, sondern es ist oft eine wirkliche Überzeugungsarbeit, da muss man die Leute mit Argumenten ködern, in Anführungszeichen, um dann zu sagen, jetzt machen sie mit.

Was denkst du, warum die Menschen erst abweisender sind und erst geködert werden müssen?

Naja es ist einfach der Gedanke 'Oh, jetzt sehen mich alle. Jetzt sehen mich alle im Fernsehen. Jetzt bin ich total präsent.'. Manchen ist das nicht bewusst. Manche denken da nicht drüber nach und sind danach vielleicht auch enttäuscht. 'Oh jetzt komm ich so und so rüber.'. Weil die sich selber anders sehen. Sie sind auch skeptisch, weil sie sich die Programme ja auch selber anschauen. Die sehen wie manche Leute einfach rüber kommen und auf viele wird danach mit dem Finger gezeigt. 'Oh, schau dir den mal an. Peinlich. Oh Gott. Ich würd mich das niemals getrauen.'. Das ist schon die Meinung, die viele noch haben. 'Das würde ich niemals machen wollen. Warum stellt sich denn da jemand hin und wird dann bloßgestellt?' oder so. Und ich glaub, dass viele auch meinen, das Fernsehen, die Medien verdrehen die Tatsachen. Das hör ich auch immer wieder.

Ist es denn so?

Ich glaub nicht, dass es so ist. Also ich glaub nicht, dass es so ist, dass Tatsachen komplett verdreht werden, bis heut nicht, ja.

Und dass die Leute bloßgestellt werden, wie du es eben angesprochen hast?

Manchmal ja. Also das glaube ich schon, dass das passiert. Aber ich sag mal, man achtet auch als Redakteur drauf, dass es nicht passiert. Klar, man spielt mit Emotionen und Leute verstehen unter bloßstellen auch, dass wir die jetzt weinen lassen. 'Die heult jetzt, wie peinlich.' oder so. Aber das ist ja kein bloßstellen, das sind ja Emotionen. Das Fernsehen arbeitet halt mit Emotionen, aber bloßstellen, das ist so eine Ansichtssache.

Bleiben wir bei den Leuten, die freiwillig als Protagonisten fungieren. Was denkst du kann die Mitwirkung in Magazinen für Folgen für sie haben. Zum Beispiel im Freundeskreis, in der Familie, beruflich, psychisch auch oder sogar physisch. Wie weit können die Konsequenzen denn gehen, egal ob positiv oder negativ?

Also jetzt wirklich die, die freiwillig mitmachen?

Genau.

Ähm, ich glaub das... das ist ja auch so ein Grund, warum viele dann im letzten Moment auch noch abspringen, weil die Familie oder engere Freundeskreis sagt 'Oh Gott, mach das ja nicht.'. Und das kommt dann auch im Nachhinein, wenn viele mitmachen 'Oh Gott, warum hast du das denn jetzt nötig? Warum machst du denn da mit? Hat das jetzt sein müssen?'. So als negative Kritik aus dem engeren Freundeskreis. Als positives Feedback glaub ich einfach, und das hab ich selber auch schon erlebt, wer freiwillig mitmacht sind ja zum Beispiel auch Experten oder so, Ärzte, Psychologen wie auch immer, Kriminologen. Die haben natürlich den riesigen Vorteil, wenn die bei solchen Geschichten mitmachen, dass natürlich der Bekanntheitsgrad wieder steigt. Die werden auch bei den Zuschauern danach als DIE Experten angesehen, kriegen dann natürlich wieder mehr Aufträge, das ist natürlich der Vorteil der ganzen Geschichte. 'Die müssen ja gut sein und DAS ist jetzt der Psychologexperte schlecht hin.', so ungefähr. Für die ... das erleb ich dann auch immer wieder, dass die sagen, dass sie mehr Zulauf haben. Kunden zum Beispiel. Auf der anderen Seite, wenn man jetzt von Privatpersonen ausgeht, also nicht Experten, welche Vorteile, Nachteile...das war ja die Frage,oder?

Ja, also welche Vorteile oder Nachteile aus diesen Mitwirkungen in Beiträgen entstehen können...

Hm, mal überlegen...ich muss jetzt gedanklich zu letzten Geschichten zurück gehen, um mal zu überlegen was kam da auch auf mich zu als Feedback. Weil oft kriegt man das ja als Redakteur im Nachhinein nicht mehr mit,ja. Man dreht eine Geschichte, spricht mit den Personen, der Beitrag wird ausgestrahlt und danach kriegt man ja kaum mehr mit, wie geht's den Personen im Nachhinein. Ähm... und wie haben die den Bericht auch erlebt, ja. Ich sage es ist auch hier wieder unterschiedlich, es hängt wirklich vom Thema ab. Wenn sich jemand freiwillig als Lockvogel meldet und gerne mal in einem Bericht von uns dabei sein möchte, glaub ich, dass das für ihn sicher von Vorteil auch sein kann. Man weiß wie man mit der Kamera umgehen muss, man macht selber mal mit, das stärkt das Selbstbewusstsein, das glaub ich schon. Aber wenn's jemand ist, der..ähm...gehen wir mal auf das Thema Krankheit zurück, der zum Beispiel eine Krankheit oder irgendwie sowas hat, der unter irgendwas leidet, ja...hm... ich möchte mich da nicht zu weit aus dem Fenster lehnen, ehrlich gesagt (zögert in der Antwort).

Es geht ja darum, was passieren könnte, es ist ja kein Muss. Was hast du erlebt oder kannst dir vorstellen, was passieren kann?

Also ich denk da auch an eine spezielle Geschichte, an einen Vater der vier Kuckuckskinder hatte. Erst nach 21 Jahren ist er drauf gekommen 'Oh scheiße, die vier Kinder, die ich groß gezogen hab, kein einziges ist meines'. Alle von verschiedenen Männern, nur nicht von ihm. Ähm, und für den war das wirklich schlimm dann auch. Der hat mit uns dann auch gesprochen, aber dem war die Konsequenz offenbar nicht so bewusst. Der kam aus so einem kleinen Ort und auf den wurde mit dem Finger gezeigt. Das war vorher in dem Ort, in der Umgebung, auch gar nicht so bekannt oder vielleicht haben die Leute hintern Rücken gesprochen. Der hat sich wirklich in die Medien gestellt, in die Öffentlichkeit gestellt und gesagt 'ich leide darunter, dass das nicht meine vier Kinder sind' und was letztendlich passiert ist, er ist als der Depp der Nation dagestanden.

Warum hat er nicht damit gerechnet, dass das passieren kann?

Er hat Klagen eingereicht, weil er gesagt hat, er hat jetzt 20 Jahre für die Kinder gezahlt als ob das seine eigenen sind. Hätte er nicht müssen. Der Mann hätte für die Kinder ja keinen Cent ausgeben müssen. Da hat er ja, was fällt so in über 20 Jahren an, ich sag mal Fünzig- bis Hunderttausend Euro Geld ausgegeben, das eigentlich die Frau beziehungsweise die Männer ihr, die leiblichen Väter, hätten ausgeben müssen. Und ähm die Unterstützung der Medien hat er deswegen gesucht, weil er gesagt hat 'ich will klagen und das muss raus kommen und vielleicht kann mir da ein Medium oder die Öffentlichkeit weiterhelfen'. Ist auch passiert. Hat ihn auch unterstützt. Aber naja, das sind nun solche Beispiele, wo man sagt, naja zweischneidig. Da leiden die dann auch drunter, glaub ich schon. Weil das manchen am Anfang nicht so bewusst ist. Es tut als Redakteurin auch immer leid, wenn man des so mitkriegt, dann sagt man 'Autsch', aber es war seine Entscheidung. Ich als Redakteurin seh die Geschichte. Ich seh die Geschichte und wenn der Mann für einen Dreh zusagt, dann sag ich 'Okay, dann machen mir des'. Wir zwingen keinen, wir überzeugen die Protagonisten nur mit unseren zur Verfügung stehenden Mitteln. Das sind ja keine Lügen, das ist Überzeugungsarbeit.

Jetzt gibt es ja noch die zweite Gruppe, die nicht unbedingt ins Fernsehen will, sondern deren Geschichte so interessant ist, dass man da irgendwie ran will. Sei es wenn man jemandem im Parkhaus auflauert, um da ein Statement zu kriegen. Was glaubst du denn, welche Folgen es für diese Leute haben kann? Auch familiär, beruflich, bei Freunden... im Prinzip im ganzen Leben. Wie weit kann das denn gehen? Kann das vielleicht auch gute Folgen haben oder überwiegen die negativen?

Ich glaub das sind wirklich, das kann man wirklich von beiden Seiten sehen. Zum einen glaub ich, dass es ..äh...dass der erste Eindruck ist, dass es nicht gut ist. Der erste Eindruck für die Person, also ich glaube die Person leidet dann auch nach dem Bericht furchtbar drunter. Dass sie sagt 'Oh, woa, ich bin bloßgestellt worden. Ich bin da jetzt in einer Öffentlichkeit'. Die Leute werden ja auch ganz oft verpixelt zum Beispiel ja. Ähm 'ich bin da jetzt super bloßgestellt worden, ich bin da jetzt als Krimineller dargestellt worden'. Aber wenn man es langfristig sieht, glaube ich eigentlich, dass es einen positiven Effekt hat, weil bei den Personen findet dann ja, hoffentlich, auch ein Umdenken statt. Die müssen sich ja dann mal überlegen, warum sie da jemand konfrontiert vor laufender Kamera. 'Scheiße, da ist bei mir irgendwas schief gelaufen'. Das sind ja in den meisten Fällen auch in Konfros, wo die Leute auch Dreck am stecken haben, ja.

Meinst du sie haben es dann in gewisser Weise verdient so unfreiwillig ins Fernsehen zu kommen?

Ich finde wir fragen sehr oft für Interviews an. Auch die Leute werden von uns angefragt. Würden Sie für ein kurzes Interview zur Verfügung stehen? Würden Sie uns kurz was sagen dazu? Und wenn man dann am Telefon die Person anfragt und da kommt 'hee' oder aufliegen oder sonstiges, dann gibt es die zweite Methode, dass man sagt, gut, man versucht es jetzt auf die Art und Weise. Und wie gesagt, für die Personen, die Auswirkung danach ist sicher nicht angenehm.

Kannst du Beispiele für die Probleme nennen, die diese Personen bekommen können? Wenn sie der Chef oder die beste Freundin oder jemand anderes im Fernsehen sieht?

Also ich denk, also die Konfros, die ich gemacht hab sind meist auf beruflicher Ebene, bei Ärzten zum Beispiel ein Ärztepöfch, wenn ein Kind stirbt und so weiter...ich denke, natürlich hat das berufliche Auswirkungen. In wie weit das private Auswirkungen hat, das kann ich jetzt so auch gar nicht beurteilen, in dem Fall. Aber ich denke, beruflich hat es auf jeden Fall Konsequenzen, ja, ich glaub schon. Dass zum Beispiel der ganze Fall nochmal aufgerollt wird, dass das nochmal bearbeitet wird. Dass man sagt, gut, das sieht man sich jetzt nochmal an, da gibt es nochmal ein Gutachten oder sonstiges. Und wenn die Gutachten, ich hatte auch so ein Fall, bei dem mir das mehrmals passiert ist bei einem Arzt, denn wenn Gutachten das auch noch belegen, einwandfrei und du hast das wirklich schwarz auf weiß und das macht nicht ein Gutachter, sondern das machen fünf, dann gehört da auch

was getan. Und ich find wir..äh..oft wird zu wenig getan, oft wird weg geschaut. Die Leute schauen einfach weg und was wir machen mit einer Konfro ist einfach zu zeigen 'Hey, schaut da jetzt mal hin, schaut mal was der gemacht hat'. Da muss man mal hinschauen. Es ist hart, es ist wirklich hart. Es klingt...aber ja.

Was denkst du denn, was bei einem Arzt, der seine Patienten verliert, der vielleicht seinen Job gar nicht mehr machen kann, was kann das denn bei dem für psychische Folgen haben? Wenn man mal weiter denkt, auch wenn du es nicht immer so mitbekommst.

Ich glaub gar nicht, dass wir da so in erster Linie eine Riesenrolle spielen, sondern Tatsache ist ja, der hat ja was gemacht. Der hat einen Fehler begangen. Vielleicht auch mehrere Fehler. Und ich glaub das ist für den ab dem Zeitpunkt schon eine Belastung. Ab dem Zeitpunkt, der weiß ja genau, was er gemacht hat...äh...und irgendwelche Abzocker oder sonstiges, die wissen ja selber, was sie gemacht haben. Ich glaub die leben ab dem Zeitpunkt, also ich mein, nicht alle aber viele, ich glaub die leben ab dem Zeitpunkt schon mit einer psychischen Belastung. Das, was wir machen, ist jetzt das Ganze nochmal auf die Spitze zu treiben und nochmal das Ganze aufzurollen, aber ich glaub das ist schon viel vorher, dass er unter ner Belastung, unter ner psychischen Belastung steht.

Da fällt mir aber ein Beispiel ein, übrigens auch die Geschichte, weshalb ich dieses Thema für die Arbeit gewählt habe. Dieser Explo-Beitrag aus dem August letzten Jahres bei der Games Convention in Köln...

Oh ja...

...der ja ganz ganz große Reaktionen hervorgerufen hat. Da wurden ja auch Leute gezeigt, manche auch unfreiwillig, wenn auch teilweise von weiter weg, die ja in ein schlechtes Licht gerückt wurden, die ja eventuell zum Beispiel in der Schule dann vielleicht auch gehänselt wurden. Die Leute haben ja in dem Sinne nichts falsch gemacht und wurden trotzdem so gezeigt. Was ist denn mit denen?

Was ist mit den Leuten? Also ich find das übrigens ein super Beispiel, weil ich glaub da hat man mit einem Beitrag eine Riesengruppe angesprochen, die gesagt haben 'Hey stopp, so geht's jetzt nicht mehr'. Ich glaub solche Beiträge gab's vorher auch schon, aber das war vielleicht nicht so ne riesen Gruppe, die sich da angesprochen fühlte und ich glaub das war jetzt so der Punkt, um jetzt auch zu sagen 'Oh hoppala', auch für Explosiv oder RTL um zu sagen 'jetzt lieber mal vorsichtig'. Ja, aber was ist mit den Leuten danach?

Bei denen kann man ja nicht sagen, dass sie vorher etwas falsch gemacht haben. Finde ich, ich weiß nicht wie du das siehst...

Mhh, ich überlege gerade. Was könnte es für Konsequenzen haben, die Frage ist, ich mein, ich glaub durch diesen Aufruhr gab's überhaupt keine Konsequenzen, weil alle geschrien haben 'Stopp, jetzt halt, das stimmt so nicht'. Ich glaub damit haben sich die Konsequenzen ziemlich abgeschwächt. Wo ich sage, ich glaub nicht, dass der, der als meinetwegen stinkend dargestellt worden ist, im Freundeskreis gehänselt wird und mit dem Finger auf ihn gezeigt wird oder gesagt wird 'hey, das ist der, den kenn ich ausm Fernsehen und der stinkt', das glaub ich ist danach nicht passiert. Bei den Personen. Das glaub ich nicht. Dafür war der Aufruhr danach auch zu groß, um danach ganz schlimme negative Konsequenzen zu haben. Die einzige negativen Konsequenzen waren für Explosiv. Ansonsten... vielleicht bei einem anderen Beispiel, wo es nicht so einen Aufruhr gab. Vielleicht nehmen wir ein anderes Beispiel, lass mich mal überlegen. Ich find das Thema ist ja teilweise auch Übertreibung. Nicht nur bloßstellen, sondern Übertreibungen. Ich find man kann das im negativen Sinne und auch im positiven Sinne machen. Übertreiben ist zu sagen, dass jemand stinkt, nur weil er lange Haare und ein bestimmtes T-Shirt an hat. In der anderen Richtung geht es wieder in die positive Richtung, wo man sagt, wir machen einen Luxusbericht und treffen den Supermillionär und dabei hat er nur Neunhunderttausend am Konto, das kannst du ja in alle Richtungen spinnen. Für die hat das natürlich positive Auswirkungen, für die anderen negative. Negativ...hm...das ist schwierig, denn man kriegt es so wirklich nicht mit im Nachhinein. Also ich muss wirklich sagen, wenn ich darüber nachdenke, ich mach den Bericht, wie gesagt, dann wird er ausgestrahlt und was danach passiert, kann man nur vermuten, mutmaßen, errahnen, was danach passiert, ja? Vielleicht fällt mir ja nachher noch was ein.

Es rufen ja doch ab und mal Leute an und geben Feedback ab, auch wenn das nicht so oft vorkommt, oder man spricht doch im Nachhinein nochmal mit Menschen, die mitgemacht haben. Gibt es denn häufiger positive Rückmeldung oder dass die Leute anrufen und gar nicht mit dem zufrieden waren, was raus kam und gesendet wurde?

Eigentlich eine positive. Eigentlich wirklich eine positive. 'Danke für den schönen Bericht, der hat uns wirklich gut gefallen' oder so. Es kommen aber genauso negative. Wenn du nach der Gewichtung fragst, dann sind die Rückmeldungen überwiegend positiv. Einfach auch, nicht nur weil der Bericht denen gefallen hat, sondern einfach auch, weil die Stimmung am Dreh einfach dementsprechend gut war oder wenn man zwar über ein heikles Thema sprechen musste, aber die Stimmung dementsprechend aufgebaut war. Das war ne ruhige angenehme Atmosphäre, wo man sagt, hier kann man jetzt auch erzählen. Und wenn der Bericht danach auch dementsprechend ausfällt: super. Das ist so, da freut man sich auch im Nachhinein. Eine positive Geschichte gemacht zu haben. Mir ist das halt auch wichtig. Nicht nur der Bericht muss gut sein, die Leute müssen ja auch beim Dreh, man muss ja auch dieses Klima schaffen, dass einem Leute erstmal was erzählen. ja. Das gehört für mich genauso dazu. Negativ ist dann oft das, wo ich das Gefühl hab, die Leute kennen sich überhaupt gar nicht. Man sieht sich ja nicht oft selber im Fernsehen. Man sieht sich auf Fotos und auf Fotos ist es genauso das gleiche Thema, da sagt man 'oh das Fotos gefällt mir gar nicht, bitte löscht das und das andere find ich aber super'. Genauso ist das, wenn sich manche Leute dann selber im Fernsehen sehen, dann ist das genauso wie bei Fotos, dass die sagen 'Oh Gott, bin ich das jetzt? Nein...'. Dass sie sich optisch oder im reden oder beim hören, man hört ja auch seine eigene Stimme nicht oft, das ist ja auch, das kommt auch ziemlich oft.

Geben die euch dann die Schuld dafür?

Das sagen die nicht oft. Die sagen nicht 'Oh ich seh ja da scheiße aus und ich will das jetzt als Feedback geben', aber das kommt bei mir an ganz oft.

Und was sagen sie?

Na 'Warum habt ihr genau diese Szene reingenommen? Da haben wir danach doch noch eine andere gedreht, die hat mir besser gefallen.' So zum Beispiel. Die wissen ja auch, was wir gedreht haben ganz oft und gerade wenn da so Antextbilder sind, das kommt auch oder bei Antworten, die wir dann rein schneiden. Wo sie sagen 'Ja, aber ich hab das doch danach nochmal viel besser erklärt. Das wäre mir lieber, wenn Sie das andere rein genommen hätten. Warum ist das jetzt so?'. Sie hinterfragen, warum sieht der Beitrag jetzt so aus. Und bei mir kommt dann doch immer wieder an, sind die jetzt selber auch mit sich als Person unzufrieden in gewisser Weise, wie ist es?

Gibt es noch andere negative Kritik?

Ach es gab tatsächlich auch schon mal einen Fall, wo eine Frau auch mit dem Zusammenschnitt ihrer Antworten nicht zufrieden war, weil sie sagt, dass sie das ja noch viel ausführlicher erklärt hat. Beispiel: Eine Frau behauptet, Aids gibt's net. Ich glaub die Geschichte kennst du auch. Das ist jetzt gerade wieder aktuell, letzte Woche ist das wieder ausgestrahlt worden, und die hat jetzt einen Film gemacht, die Filmpremiere war letzte Woche in Graz und letzte Woche Montag ist das gelaufen. Und dadurch, dass dieser Film raus gekommen ist, gab's nochmal diesen Aids-Bericht. Und da, die Frau war sehr enttäuscht. Ihr Problem war, sie hat kritisiert, wir hätten das alles in ein ganz anderes Licht gerückt. Sie hätte doch gesagt, Aids gibt's nicht. Wir haben gesagt, Aids gibt's, aber diese Frau behauptet, das gibt's nicht. Der Beitrag ist natürlich darauf hinaus gelaufen, hmm, die Frau scheint ganz komische Ansichten zu haben zu diesem Thema. Das hat ihr überhaupt nicht gepasst. Und da gab's ne Klage. Das gab es eine Klage von ihrem Anwalt und die ist natürlich abgewiesen worden. Wir haben die Antworten, die sie uns gegeben hat, auch ausgestrahlt, auch ausgespielt, für sie war es aber immer noch zu wenig. Für sie war alles verdreht, von hinten und vorne so stimmt's nicht. Große Tragödie. Das sind manche Leute, die einer festen Überzeugung sind, sie leben ihr Leben jetzt richtig und so muss es sein. Und das ist eine Frau, die wollte das auch erzählen, weil sie einfach die Öffentlichkeit, die Medien gesucht hat, ne Plattform gesucht hat, um das mal darzustellen. 'Diese Krankheit gibt's nicht.' Punkt. Mit ganz vagen Argumenten außerdem. Du kennst die Geschichte. Einfach unglaublich.

Wie fühlt man sich denn als Redakteur selbst, wenn man positive Rückmeldung der Protagonisten bekommt?

Man fühlt sich gut. (lacht) Was soll ich sagen?

Und andersrum? Wenn jemand mal anruft und sagt 'Ihre Arbeit fand ich nicht gut'? Was löst das bei dir aus?

Hmm, wenn's jetzt umgekehrt ist...Ja, es ist oft schwierig zu sagen, weil ich die Beiträge ja nicht schneide. Das ist halt auch ein bisschen schade. Ich sag, man arbeitet als Redakteur ja nicht allein an einer Geschichte, da gibt's noch jemanden, mit dem du das gemeinsam machst und es hängt auch sehr viel vom Schnitt ab. Für mich ist das dann, wenn jemand sagt 'Oh Gott, das war jetzt ganz furchtbar' oder so, ich nehm's dann auf und überleg mir dann, war's der Schnitt oder war es wirklich die ganze Geschichte? War

da zu wenig nachgehakt, zu wenig kritisch nachgefragt? Oder war es zu oberflächlich? Oder je nachdem...das hängt ja auch immer von der Kritik ab. Ich frag ja auch immer nach, wenn jemand sagt, dass das oder das gar nicht geht. Warum?

Du sagst zwar es kommt nicht oft vor, aber wenn dich doch mal jemand anruft und sagt, dass er richtig Probleme hat, die Familie wendet sich ab oder so, wie geht man als Redakteur damit um?

Ich frag die Person immer: Kann ich Ihnen helfen? Also wie kann ich Ihnen helfen? Kann ich Ihnen was Gutes tun? Das ist ja nicht mein Anliegen jemanden bloßzustellen, außer er verdient es. Sondern mein Anliegen ist einfach eine gute Geschichte zu machen, ja. Und wenn dann jemand in dem Fall anrufen würde und sagen würde 'Oh Gott, alles furchtbar, alle wenden sich ab von mir', dann würde ich fragen, warum? Wie kann ich Ihnen jetzt helfen? Gibt's ne Möglichkeit? Kann ich Sie irgendwie unterstützen oder so? Das ist von Fall zu Fall verschieden. Es ist bei mir noch nicht vorgekommen. Es ist noch nie vorgekommen, dass jemand gesagt hat 'Uaah, ganz furchtbar'... Warte mal, ich überleg gerade. Doch es gab mal ne Geschichte. Es gab einmal eine Geschichte, ich glaub das war auch in der Zeit, in der du da warst, eine Frau um die Fünzig wollte sich die Falten aus dem Gesicht weglassen lassen. Das ist halt eine Operation, sie wusste worauf sie sich einlässt, man lässt sich wirklich mit dem Laser das ganze Gesicht, es verbrennt das ganze Gesicht. Und danach hier Verband, überall im Gesicht (zeigt am Gesicht), ganz schlimm. Und sie wusste, wie sie danach aussehen wird, das war ja auch klar und trotzdem hat sie gesagt, dass es in Ordnung ist. 'Ich mach da mit'. War natürlich Intention auch der Klinik, die gesagt hat, die diese Frau angesprochen haben, die gesagt haben 'Gut, das könnte eine passende Protagonistin sein, die ist offen für solche Geschichten und die würde da auch mitmachen'. Die hat auch mitgemacht, war auch super, wir haben sie vorher und danach nochmal gefilmt. Die hat Tage nach der Ausstrahlung vom Bericht nochmal angerufen und gesagt 'Ganz furchtbar, ganz furchtbar, mich haben so viele Leute angesprochen, aus der Familie, aus dem Freundeskreis, aus dem Umfeld', die haben gefragt warum sie sich für das Fernsehen zur Verfügung gestellt hat, ja. Und alle eher negativ. Wobei ich sage beim Thema Schönheitsoperationen, wer's negativ sieht, so what,ja? Das ist die Entscheidung von jedem selber und wer eine Schönheitsoperation macht und dann noch ins Fernsehen geht, der muss sich den Konsequenzen auch bewusst sein. Ist es die Busenvergrößerung oder ist es irgendwie ein Faltenweglaser-Dings. Man muss sich den Konsequenzen bewusst sein. Was ich als Redakteurin mach – ich frag die an, erklär denen worum es geht, erklär denen, dass wir über diese Schönheitsoperation einen Bericht machen wollen und frag einfach ob sie es machen wollen oder nicht.

Wie hast du dich gefühlt, als sie dir gesagt hat, dass es ihr so schlecht geht?

Ich hab mich nicht gut gefühlt. Ich weiß, die Frau hat am Telefon geheult. Die Frau hat am Telefon gehört, weil sie das so furchtbar fand. Und das war genau des: Die hat sich im Fernsehen gesehen und war mit sich selber total unglücklich. Mit den Bildern einen Tag nach der OP, man sieht furchtbar aus, man sieht grauenvoll aus, das sieht ganz schlimm aus. Das war ihr aber nicht bewusst, das war ihr absolut nicht bewusst, wie sie in dem Moment aussieht und dass es so aussieht, wie es da auf den Bildern, aber verständlich, aussieht. Und die war fertig, ich war auch fertig. Das war auch so ne Situation, wo ich sag Boah.

Was kann man da machen? Ändert man irgendwas?

Man kann nichts ändern.

Es geht dann einfach weiter wie gehabt?

Hmm, es ist ein schnellleibiger Job. Von einem Dreh zum nächsten, von einer Recherche zur nächsten. Wenn man solche Anrufe zwischendurch kriegt, dann nimmt einen das teilweise schon mit, aber... ich find, es ist ein Job, in dem man Mitgefühl zeigen muss, aber man darf es sich nicht zu sehr zu Herzen nehmen. Und das ist, das ist so ne Gradwanderung...wenn ich mir da zu Herzen nehme, dass von dem einen Mädchen, das von dem einen Mann das Mädchen gestorben ist oder schwer verletzt im Krankenhaus liegt und er erzählt mir das, wenn ich mir selber persönlich das zu Herzen nehme, dann könnte ich den Job fast gar nicht machen. Das würde net gehen. Aber ich sag mal, das ist genauso wie bei Ärzten, Psychologen oder sonstigen oder Feuerwehrleuten, die dürfen sich das auch nicht zu Herzen nehmen, was da gerade passiert. Nimmst du denn die Beispiele alle rein?

Ja, das würde ich schon, die sind ja alle schon gewesen und das illustriert das Thema ja sehr gut. Es sei denn du willst unbedingt anonym bleiben, aber du hast ja eigentlich nichts schlimmes gesagt.

Nö, ja das passt so.

Gut, wir haben ja gerade auch über den Schnitt geredet. Du lieferst ja auch meist das Rohmaterial ab, wie sehr kann den die Postproduktion, Schnitt, Off-Text, Musik und so weiter, das Ganze noch verändern?

Ähm, fangen wir bei der Musik an. Die Musik kann das Ganze emotional verändern, je nachdem welche Musik du einsetzt, find ich. Also das kann sehr sehr viel verstärken. Das kann ein Gefühl noch viel mehr, noch intensiver machen. Der Schnitt an sich... also das kannst du ja sehr sehr viel verändern. Das macht die ganze Geschichte dann erst eigentlich zur Geschichte. Das kann das Ganze rund machen oder eben auch nicht, find ich. Ich find's immer schwierig von verändern zu reden, denn ich sag immer, eine Zeitung kann viel mehr verändern, als dass wir im Fernsehen viel verändern können. Das, was die Leute sagen, das sagen sie und das bleibt ja auch das. Man kann das nur in gewissen Situationen so oder so einsetzen.

Wenn der Off-Text ironisch gesprochen wird, dann gibt das dem ganze Beitrag ja schon ein ganz anderes Klima, als wenn es ernst gesprochen wird, sag ich mal.

Hmm, total.

Glaubst, dass den Leuten, mit denen du drehst, dass denen bewusst ist, wie das Material später noch verändert werden kann?

Neel! Also ich glaub nicht, dass das den Leuten direkt bewusst ist. Ich sag oft dazu bei manchen Berichten, komm, das wird ein Bericht mit Augenzwinkern. Achtung, das wird jetzt nicht totemst. Ein Beispiel, das dreh ich jetzt allerdings erst, das dauert ja aber eh noch bis du das fertig hast...Wir haben jetzt ein Beispiel, das wir diese Woche auch noch drehen, Thema Skilehrer. Zieht der Skilehrer-Schmäh, sag ich jetzt mal, zieht des bei den deutschen Touristinnen oder nicht? Kommt das gut an oder nicht? Und das wird wirklich mit Augenzwinkern, das wird ein ironischer Beitrag, das wird lustig und das wissen die Leute auch vorher. Klar, nicht immer, je nachdem wie das Thema ist. Aber in diesem Fall weiß der Skilehrer, der mitmacht auch. Ich lass die Geschichten ja auch gern offen, die passieren ja oft dann erst vor Ort. Was natürlich sein kann, wir planen die Geschichte 'Skilehrer-Schmäh kommt an' und er behauptet er kommt super an und das kommt überhaupt nicht an. Kann für ihn natürlich die Konsequenz haben 'Scheiße, ich bin kein guter Skilehrer'. (lacht) oder 'Scheiße, wie komm ich denn hier rüber?'. Klar, kann ne Konsequenz haben. Wir lassen diese Geschichte, die wird ja am Anfang offen gelassen, das wird zwar in diese Richtung geplant, dass wir mal versuchen ein paar Mädels aufzureißen, ja. Kann aber sein, dass der fünf anspricht und keine einzige geht drauf ein.

Das könnte wirklich so sein, dass wenn er keine aufreißt, er als schlechter Skilehrer da steht, aber wenn er das macht, könnte er auch Probleme bekommen, weil ein Skilehrer ja sicherlich eigentlich nicht mit seinen Schülerin schlafen darf.

Ja, so oder so könnte was kommen. Ja, das kann man steuern, ich bin jetzt aber nicht so der große Fan vom steuern. Ich mag die Geschichten mit dem Ausgang, der noch offen ist. Das lassen wir mal offen, funktioniert's oder funktioniert's nicht, ja.

Generell meinst du, dass den Leuten nicht klar ist, was am Ende aus dem Beitrag durch Musik etc. gemacht werden kann?

Wem ist das als Laie schon bewusst? Ich glaub fast keinem Laien ist es bewusst. Es kommen dann schon vor Ort immer mal wieder so Sachen von Protagonisten 'Ja, das schneiden sie jetzt aber bitte nicht so und so'...

Was sagst du dann?

Was sag ich dann? Schauen wir mal. (lacht) Man kann nicht ja oder nein sagen und ich halt mich da sehr zurück mit Versprechungen, ich mein, das ist schwierig in der Situation, weil ich ja nicht schneide. Und selbst wenn ich schneide, was ich ja tatsächlich in letzter Zeit auch recht viel gemacht hab, für Focus TV, aber das sind dann eher ernstere Geschichten...

Stellt man die Protagonisten denn für die Story auch mal in ein eher schlechteres Licht oder in ein eher lächerliches Licht? Macht man das als Redakteur?

Hm.. macht man. Macht man tatsächlich. Das ist die Wahrheit. Aus meiner Berufserfahrung kann ich das einfach sagen. Ich weiß zum Beispiel, mir fällt da spontan eine Geschichte ein, allerdings eher eine Promi-Geschichte, das passt vielleicht nicht so dazu, wo wir gesagt haben. Komm, das ist doch einer, der will nur vor der Kamera gut da stehen...

Bei Prominenten ist es das Problem, dass sie ja fast damit rechnen müssen, von den Medien eher aufgegriffen zu werden.

Ich denke da an den Prinz von Schaumburg-Lippe und Bambi beim Wellness, wo wir ursprünglich geplant haben, mal zu schauen wie die reagieren, wenn sie denken, dass die Kamera aus ist.

Wie es bei Normalos, nicht-prominenten Menschen, wenn...

Ja, das ist wieder das Games Com Beispiel. Das passiert schon, ja.

Wo sind denn deine eigenen Grenzen? Wie weit würdest du nicht gehen?

Ich find man muss als Redakteur so ein eigenes Gespür haben. Was kann wirklich verletzen, was kann einem anderen wirklich schaden und was nicht. Und da muss man so ein eigenes Gefühl dafür entwickeln. Man will immer...also bis auf des, wenn es jemand verdient hat. Verdient hat, wenn er zum Beispiel ein Abzocker ist, der so und soviel Leute...oder der ist ein Heiratsschwindler oder wie auch immer. Aber bei normalen Menschen, da ist eine Grenze. Die muss man selber abwägen und das sieht man eigentlich meistens im Schnitt. Ich frag vielleicht kritischer als Redakteurin, wenn ich vor Ort bin, nach, aber man hat ja die Möglichkeit sich das danach im Schnitt nochmal anzuschauen und zu überlegen, ob ich jetzt die Antwort oder die Antwort oder die Frage mit rein nehme. Wo gibt's die Grenzen? Wo ist es bloß stellen? Und wo ist es einfach nur ironisch? Wo ist es lustig, wo sagt man, es tut keinem weh? Der Games Com Beitrag war ja zum Beispiel von den Bildern her nicht schlimm. Der Text war's, der die ganze Geschichte eigentlich schlimm gemacht hat.

Und da war noch dieses Model da, das gesagt hat, dass die Jungs unhygienisch sind...

Ja stimmt, das Model war ja auch noch da. Aber ich find es war weder der Schnitt, noch die Bilder, noch was die Leute, mal abgesehen von dem Model, gesagt haben, es war wirklich der Text. Der Text hat die ganze Geschichte eigentlich zunichte gemacht. Ich denke da achtet man dann auch drauf, wie textest du.

Gibt's denn bestimmte ethische Richtlinien, die man auch im Boulevardjournalismus einhalten sollte?

Klar, also ethisch, puh, natürlich gibt's das, aber ich kann dir jetzt nicht sagen, bis daher und nicht weiter oder so. Das ist wirklich von Geschichte zu Geschichte unterschiedlich und ich find, das ist wirklich dieses Gespür. Überschreitet man ne Grenze? Geht man zuweit oder ist es noch im Bereich des Möglichen? Und im Zweifelsfall würde ich, wo ich selber sag, dass ich mir nicht sicher bin, noch jemanden zu Rate ziehen. Und das passiert ja. Ein Beitrag wird ja nicht einfach geschnitten und dann ausgestrahlt, da schauen mehrere Leute noch drüber, ja. Da ist ne Abnahme dabei, da schauen fünf Leute noch drüber. Dann wird entschieden, ob man das so senden kann. Und im Zweifelsfall schaut auch nochmal der Jugendschutz drüber, wenn es um Jugendliche geht. Oder Rechtsschutz. Wenn man sagt, jetzt weiß ich nicht ganz. Kann man klagen? Gibt's ne schlechte Nachrede? Schadet man da jemandem? Gerade wenn es um junge Leute geht. Im Zweifelsfall wird's ja dann nicht ausgestrahlt. Ich hatte schon Geschichten, die nicht ausgestrahlt worden sind, weil man gesagt hat, dass man den Personen damit schadet. Da ist der Schaden zu groß, als dass der Beitrag es wert ist ausgestrahlt zu werden. Das kam auch schon vor, das man gesagt hat, lieber nicht. Das verletzt die Leute zu sehr. Da ging es jetzt um Selbstmord bei einem Jugendlichen. Wo die Eltern offen gesprochen haben, aus einer Laune heraus. Und Videos, Fotos von ihrem Kind zur Verfügung gestellt haben, alles. Die waren bereit mit uns über dieses Thema zu sprechen, weil sie gesagt haben, dass sie es selbst erlebt haben und es bei anderen Eltern auch schon mal passiert ist und das war auch so ne Aufklärungsgeschichte, wo die wirklich das Bedürfnis gehabt haben zu sprechen und die haben, ich hab selten erlebt, dass Leute so offen über ein Thema sprechen. Das ist niemals ausgestrahlt worden, was ich richtig fand. Wegen den Eltern des Kindes, auch wegen der Nachahmungsgefahr. Manche Geschichten werden auch genau deswegen nicht ausgestrahlt, weil...wer weiß. Du weißt ja nicht, was in nem Kopf von einem 13-Jährigen vor sich geht. Wenn das jemand anderer sieht, dann schadet man. Nicht nur den Protagonisten, sondern da schadet man vielleicht auch Leuten, die sich das ansehen. Das ist genau so ein Thema.

Probandin 3

Was machst du für einen Beruf und wie bist du dazu gekommen?

Okay, also ich bin Volontärin zur Redakteurin, mach das jetzt seit eineinhalb Jahren und ich wusste eigentlich schon immer, dass ich Journalistin werden will. Muss gestehen, dass mein Endziel nicht der Boulevard ist. Ich hab während meiner Studienzeit, also ich hab Theater-, Film- und Medienwissenschaften studiert, sehr viele Praktika gemacht, im Print-, TV-, im Hörfunkbereich eigentlich alles durchgemacht und hab dabei festgestellt, dass TV das ist, was ich machen will. Und bin da tatsächlich auch reingeschlittert, weil ich noch während der Diplomarbeitszeit die Annonce gelesen hab, mich hier beworben hab, eine Bewerbung geschrieben und direkt den Job hatte und ja, da bin ich.

Was gefällt dir an dem, was du gerade tust?

Ähm, auf jeden Fall, dass es abwechslungsreich ist, dass man, ja, dass man nicht diesen typischen 9 to 5 Job hat, dass man einfach journalistisch arbeiten kann, dass man in verschiedenen Richtungen was machen kann. Was gefällt mir alles? Klar gefällt mir, wie wahrscheinlich auch den meisten Journalisten, am besten, wenn man auch wirklich draußen ist. Das ist natürlich hier in einer Produktionsfirma weniger der Fall, als bei einem Fernsehsender selbst. Also ich glaub da hat man den Vorteil, wenn man beim Sender arbeitet, weil du da jeden Tag raus geschickt wirst. Wobei wir wieder den Vorteil haben, dass du teilweise, nicht immer natürlich, aber teilweise eine längere Vorlaufzeit hast und da auch ein bisschen mehr Arbeit in ein einzelnes Thema reinstecken kannst und das ist, was mir persönlich besser gefällt. Also ich bin jetzt nicht so der Nachrichtenmensch, ich krieg früh das Thema und in drei Stunden muss das fertig sein, auch mal schön, aber ich find's schöner, wenn man auch mal mehr Zeit hat und dann wirklich mehr Mühe und Arbeit und Recherche rein stecken kann und dann ein Ergebnis vor sich hat, wo man weiß, wow, da hab ich wirklich drauf hingearbeitet.

Welche Aspekte magst du nicht so an deinem Beruf? Was könnte geändert werden?

Also was mir persönlich wahnsinnig schwer fällt, wobei ich sage man gewöhnt sich dran, erschreckenderweise, aber muss man auch, was mir schwer fällt ist wirklich auf Opferfamilien zuzugehen am Telefon. Also ich find's persönlich immer noch einfacher, ist immer noch eine Hemmschwelle, aber ist auch effektiver da eine persönliche Bindung aufzubauen, sag ich mal. Aber das ist was, wenn ich jetzt vor mir hab 'Kind ermordet', so jetzt ruf mal die Eltern an, dann ist das was, wo man schon erst mal schluckt und was einem nicht leicht fällt. Ich glaub aber auch, es sollte einem ja nie wirklich leicht fallen. Wobei man ja doch erschreckenderweise so drin ist und ich glaub das geht fast jedem so, äh, man liest irgendeine Meldung und denkt sich, verdammt, da hätte jetzt aber auch mehr passieren können, das hätte doch auch bei uns sein können und dann im zweiten Gedanken, nee, eigentlich darfst du so nicht denken. Ich glaub sonst macht mir das meiste wirklich Spaß. Ich mein, klar, es gibt mal Themen, okay, die find ich jetzt einfach nicht so spannend, aber dann muss dann wohl einfach als Übung sehen und denken, okay, ich versuch trotzdem das Beste draus zu machen. Klar, gibt es einfach Themen, die einem mehr liegen, ähm, ja und manchmal kann auch einfach die Themensuche sehr mühsam sein, wenn einfach mal gar nichts los ist, dann kann's mühsam sein, aber dann muss man auch einfach ein bisschen kreativ sein und das ist auch das einzige, was mir wirklich schwer fällt.

Kommen wir mal zu den Protagonisten. Man kann sie in zwei Gruppen teilen: Die, die gerne mitmachen, die sich selbst melden oder zumindest wollen, wenn man bei ihnen anfragt und dann die, die eher unfreiwillig im Fernsehen landen. Was denkst du warum Menschen denn freiwillig ins Fernsehen wollen, speziell bei Boulevardmagazinen und Prominente ausgenommen?

Also ich denke mal, gerade wenn ich auf die RTL-Formate gehe, es ist sicher ein gewisses Geltungsbedürfnis da, sonst machst du's nicht. Wenn wir jetzt von ServusTV sprechen, dann haben wir ja eher Experten, die drin vorkommen, die was für sich selber haben. Die entweder ein Thema publik machen wollen oder die Sicherheit... egal, worum's jetzt eigentlich geht oder die ihre Firma präsentieren wollen oder halt irgendwie, sprich irgendeinen Nutzen davon haben. Das ist ja auch das, was wir uns vor jedem Recherchegespräch fragen müssen. Was kann die Ambition für denjenigen sein, ins Fernsehen zu kommen? Weil manchmal muss man ja dann doch Überzeugungsarbeit leisten. Dann hat man Protagonisten, die Lockvögel sind. Klar, dass das Schauspieler sind, die entweder ein bisschen was verdienen wollen oder die halt auch wieder ins Fernsehen wollen. Wenn das so ist, dass die bei dir anrufen oder totale Freaks von RTL sind, dann ist es mit Sicherheit ein Geltungsbedürfnis. Und ansonsten irgendein persönliches Interesse. Sei das jetzt die

Tochter, die ihren Vater sucht und versucht das darüber zu machen oder selbst bei so Geschichten, die eigentlich unfreiwillig sind, wo jemand umgebracht wurde, wo zum Beispiel das Kind umgebracht wurde, die einfach wollen, dass das aufgedeckt wird oder publik gemacht wird oder dass der Täter vielleicht noch nicht verurteilt ist. Es muss ja immer ein persönliches Motiv dahinter stehen.

Bleiben wir bei den freiwilligen Protagonisten. Was glaubst du kann es für Konsequenzen haben, wenn sie ins Fernsehen gehen? Ich meine positive und negative Konsequenzen. Was kann das im Freundeskreis, familiär, beruflich, psychisch auswirken?

Ich glaub das geht auch in zwei Richtungen. Wenn du jetzt die ServusTV-Geschichten her nimmst, dann wird das kein viel größeres Echo haben, außer 'Ach, ich hab dich gerade im Fernsehen gesehen'. Oder eben das Positive, was sie ja wollen, dass Leute mehr in das Sportgeschäft kommen, in dem wir eigentlich zu einem Wintersportthema was berichtet haben, aber das eben dort gedreht haben. Oder, wenn wir mal bei so einem Thema bleiben, wenn das der Sicherheitsbeauftragte ist, der sagt 'Mehr Sicherheit auf der Piste', dass die Leute darauf mehr achten. Das wären dann die positiven Auswirkungen. Aber wie gesagt, da, gerade bei diesen Kurzbeiträgen, da passiert nicht viel mehr, außer eben 'Ja, ich hab dich gesehen' oder eben diese positive Wirkung, dass die Leute mehr zum Nachdenken kommen. Oder wir hatten einen Beitrag über FSME-Impfung, dass die Leute vielleicht sagen 'Mensch, wenn dieser Doktor das jetzt sagt, dann mach ich das', das wäre jetzt die positive Resonanz. Der Arzt hat ja eine Berufung sagt 'Okay, ich möchte ja keine Leute mit FSME vor mir liegen haben, sondern ich will ja, dass die Leute impfen gehen, ich will ja aufklären' und das schafft er ja damit. Das ist ja seine Motivation ins Fernsehen zu gehen. Und wenn man ihn kennt, wenn jemand aus dem Bekanntenkreis sagt, er hat ihn da gesehen, dann ist es vielleicht auch ein 'Mensch, der war ja schon mal im Fernsehen, der muss ja was können', dass er vielleicht als Experte mehr wahrgenommen wird oder dass Leute sich wirklich dann eher impfen lassen.

Was wird das für die Menschen psychisch bedeuten?

Also das kann sie einerseits vielleicht freuen. Man kann vielleicht auch ein bisschen peinlich berührt sein, also wenn du jetzt sage 'Oh Gott, wie seh ich denn da aus?' oder 'Wie klinge ich im Fernsehen?' oder 'Macht ja doch fünf Kilo dicker.'. Wobei ich nicht glaube, dass das jetzt so eine wahnsinnige Tragweite hat. Ich glaube da muss man wirklich auch zwischen den Formaten, für die wir arbeiten, unterscheiden. Weil einmal die Zielgruppe eine ganz andere ist, weil RTL viel mehr Menschen gucken als ServusTV und die Beiträge auch eine ganz andere Länge und Aussage haben. Ich glaube wirklich, dass wenn du in einem ServusTV-Beitrag vorkommst, dass die Reaktionen darauf sich relativ gering halten beziehungsweise auch etwas ist, was keinen ewig langen Nachruf hat. Wenn man jetzt bei RTL was hat, dann kann ich mir durchaus vorstellen, dass vielleicht was, was vielleicht im Internet nochmal die Runde macht, was einfach eine längere Reichweite hat oder was einfach nach zwei Jahren nochmal aufgegriffen wird wegen irgendwas und jemand auf dich zukommt und sagt 'Mensch, da hab ich dich ja gesehen'. Und da ist positiv, wenn wir Lockvögel haben, da hatten wir ja auch schon Schauspielerstudenten, kann das für die natürlich positiv sein, dass sie eine Resonanz haben, dass sie das angehen können, dass sie vielleicht angesprochen werden, dass sie in ihrem Beruf vielleicht weiter kommen. Das gilt vielleicht für andere Protagonisten auch wieder. Wir hatten das letzte Woche, ein Dreh für ServusTV mit einem Typen, der aus Skiern Möbel baut. Natürlich hat der die positive Resonanz, dass er dadurch bekannter wird und dass die Leute jetzt bei ihm vielleicht was kaufen. Ich glaub das kann dann sicherlich, wenn wir jetzt wieder zu RTL gehen, kommt jetzt auf die Geschichte an, aber das kann sicher auch positiv sein. Wenn wir jetzt hernehmen, was weiß ich, die Britta hat man mit einem Mädchen gedreht, dass eine Prothese hat, ein kleines Mädchen. Ich denke, da geht's in zwei Richtungen. Aber bei dem Mädchen vermute ich, dass die Resonanz eher positiv ist und die Leute vielleicht sagen 'Find ich toll, dass du damit so offen umgehst' und dass kann, wenn wir jetzt vom positiven reden, das Selbstbewusstsein sehr stärken. Oder sogar anderen Leuten Mut geben zu sagen 'Okay, das mach ich auch'. Aber...wir sind ja im Boulevard und ich würde sagen, da gibt es sicher auch viele negative Auswirkungen, worüber die Leute sich wahrscheinlich so gar nicht bewusst sind.

Zum Beispiel? Auch in den Punkten, die ich genannt hab, Familie, Freunde, beruflich?

Ich mein, okay, du schau das Supertalent und denkst, haben die Leute keine Freunde? Weil sie sich so präsentieren. Und wir haben natürlich auch solche Leute. Wo du sagt, okay, die haben da jetzt nicht wirklich drüber nachgedacht. Entweder peinliche Aussagen, die sie treffen oder peinliche Sachen, die sie machen. Das kann sicher irgendwie dazu führen, dass sie aufgezogen werden und das kann sicher negativ wieder auf sie zurück kommen. Wobei ich sagen muss, dass die Leute das teilweise ganz anders aufnehmen. Wir haben vor ein paar Monaten mit so Millionären gedreht und der Bericht war eigentlich sehr ironisch und hat die eigentlich ein bisschen ins Lächerliche gestellt, aber die fanden den Bericht ganz toll. Die drehen jetzt auch nochmal mit und und fanden, dass ist eigentlich eine tolle Selbstwerbung für die gewesen. Sprich, es ist doch immer eine Ansichtssache. Wo ich eher damit gerechnet hab, dass sie anrufen und sagen 'Was war das denn?', aber war's überhaupt nicht. Oder ich kann mir auch vorstellen, aber das ist jetzt auch wieder, sieht man vielleicht auch eher, wenn man als Journalist dort ist, als als Zuschauer, aber man ist ja auch teilweise bei Leuten zu Hause, wo man sagt, okay, das sieht hier wirklich wahnsinnig grindig aus und auch das sieht du ja dann auch im Fernsehen. Vielleicht bestes Beispiel, ich hab mit einem gedreht und bin heute noch verwundert, dass der mich in die Wohnung reingelassen hat, das war so ein Tier-Messi und das hat gestunken, da waren 17 Hunde und Vögel und Kaninchen, die hatten keine Möbel mehr, die Hundewelpen haben auf den Boden gepisst und noch mehr. Der kann sich dessen nicht bewusst gewesen sein. Ich glaub der wollte einfach seine Tierliebe demonstrieren und da geht's einem schon so ein bisschen komisch, wenn du weißt, okay, das geht für den Kerl nach hinten los, aber in dem Moment musst du so das persönliche nach hinten stellen und zu sagen, okay, mein Job ist jetzt das genau so zu machen.

Was gibt es denn noch für negative Konsequenzen?

Naja, es kann schon auch sein, dass jemand seinen Job verliert, aber ich mein, das wären jetzt natürlich Extremfälle. Es kommt natürlich auch drauf an, was sie uns erzählen, ja. Oder dass wir von einem Konzert berichten und da sind Teenager, die die Schule schwänzen oder sowas kommt dann raus. Ich mein, solche Sachen können natürlich vorkommen. Oder es gab ja, das hat jemand in Rosenheim erzählt, da gab's einen Fall beim ZDF, da hat einer dann geklagt, weil er in einer Reportage im Hintergrund zu sehen war am Flughafen mit seiner Geliebten, wo die in Urlaub geflogen sind. Das sind dann natürlich schon negative Konsequenzen. Ist jetzt kein Protagonist in dem Sinne, aber kann natürlich passieren, dass dich das dann irgendwie wieder trifft. Ja. Ähm, es sehen halt wirklich alle Leute, es sehen alle Menschen, was da abgeht und ich glaub in dem Fall wird das den Typen jetzt gar nicht so wahnsinnig psychisch treffen, weil das ist ja eine Krankheit an der er leidet und er sieht das so glaub ich gar nicht und was danach war, ich hab danach nochmal mit diesem Veterinäramtstypen telefoniert und die haben tatsächlich sich danach eine größere...also sich ein Haus gesucht. Sprich, ich glaube nicht, dass die da jetzt sehr viel hygienischere Verhältnisse haben, aber zumindest den Tieren gegenüber war es was positives. Oder dass sie drüber nachgedacht haben, 'Okay, vielleicht ist das doch nicht so toll'. Und die Nachbarn, die mit drin waren, die waren sicherlich sehr froh über das, die hatten wir ja auch mit im Bericht. Das waren ja auch wieder komplett freiwillige Protagonisten, die das Ziel hatten 'Bei uns stinkt es, wir müssen darauf aufmerksam machen' und die lassen uns auch in ihre Wohnung rein und sagen 'Schau dir das mal an'. Die haben ihr Ziel erreicht und werden sicher positive Resonanzen bekommen, aber ich glaub, dass du halt bei ... also der Typ mit dem 17 Hunden wird sicher nicht so positiv dargestellt werden. Sowas kann natürlich nach hinten los gehen. Wenn so Sätze kommen oder auch einfach dämliche Aussagen, wo man denkt, der kann da gerade nicht großartig drüber nachgedacht haben oder warum erzählt der uns das gerade? Noch ein Beispiel, da war ich nicht dabei, aber das hat der Kollege letzte Woche erzählt. Die haben in einem Juweliergeschäft gedreht, dass überfallen worden ist. Und der Securitymensch sagt 'Wir haben, wenn wir überfallen werden, sowieso die Anweisung nix zu tun und im Nachhinein die Polizei rufen', das ist sicher eine negative Auswirkung, wenn ein Bandit jetzt denkt, dass der ja sowieso nichts macht, wenn ich da jetzt einbreche.

Weißt du warum sie nicht eingreifen dürfen?

Damit sie quasi nicht selber in Gefahr gebracht werden. Da steht ein Securitymensch, der nur zur Abschreckung da ist. Und sowas preis zu geben halte ich jetzt nicht für sonderlich intelligent.

Gehen wir mal zu denen, die unfreiwillig im Fernsehen erscheinen, bei einer Konfro oder im Hintergrund, wie du gerade schon gesagt hast. Was kann das für diese Menschen für Folgen haben?

Also was ich jetzt auch noch zu unfreiwillig getan hätte, aber was wahrscheinlich in die andere Kategorie kommt, sind ja wirklich auch diese Opferfamilien. Unfreiwillig dahingehend, sie sprechen zwar freiwillig, sind aber unfreiwillig in diese Rolle gerutscht.

Schon, aber sie sind ja freiwillig im Fernsehen.

Okay, aber die reden in der Not, in der Verzweiflung drüber und da sagt man ja ganz oft, die musst du sofort erwischen, sonst kriegst du sie nicht mehr. Und da glaube ich schon,

dass da im Nachhinein vielleicht kommen kann, also dass das dann ein psychisches Problem dann auch ist, was sich dann im Nachhinein erst raus stellt, wo sie wirklich dann die Möglichkeit haben in Ruhe drüber nachzudenken, was ist ihnen denn eigentlich gerade widerfahren und vielleicht hätte ich das jetzt gar nicht vor 10 Millionen Menschen erzählen sollen. Das ist glaub ich so ein Schockmoment, in dem die sich befinden, aber in dem Moment für sie auch Therapie, weil sie darüber reden wollen.

Glaubst du, dass das für die Menschen dann doch eher gut ist oder dass es schlecht für sie ist?

Das kommt auf die Leute an. Wie haben ja ganz viele, die zum Beispiel Bücher geschrieben haben. Die haben natürlich was positives davon, weil die sagen 'Okay, wir wollen unser Buch publik machen'. Die machen aus ihrer Not Geld. Ich hab mit einer Prostituierten gedreht, die sich in ihrem Freier verliebt hat. Die sind jetzt zusammen und sie hat ein Buch darüber geschrieben. Die hat natürlich was davon, aber trotzdem war es da so, dass wir die Geschichte damals gelesen haben und wir sind bei der Frau vorbei gefahren. Das war eine Stunde von Wien entfernt, wo sie gewohnt hat. Wir waren die ersten, die live mit ihr gesprochen haben. Die hat mich eine Woche später angerufen. Wir waren die einzigen, die den Mann, also zwar unkenntlich gemacht haben, aber auch mit dazu bekommen haben. Die hat sonst auch gesprochen, den hat aber keiner mit dazu bekommen. Wo ich mir denke, die wollten eigentlich nicht erkannt werden, weil er ja unkenntlich gemacht wurde. Da man sie ja aber sieht, erkennt man sie, wenn man die beiden kennt und das kann auch wieder negative Folgen haben. Aber ich denke mir, dass die sich das schon gründlich überlegt haben und das ist ja auch ein Schicksal, das länger zurück liegt und bedacht ist. Wenn das jetzt die Familie oder Freunde von jemandem sind, der gerade vergewaltigt, umgebracht oder weiß ich nicht was ist, dann kann das glaube ich auch negative Auswirkungen haben, schon insofern, dass von vielen Leuten auch ein Unverständnis da ist, dass sie das tun und ihnen das wieder vorgeworfen wird. Ich mein, bestes Beispiel ist ja Natascha Kampusch, wo alle nach einem halben Jahr sagen wie mediengeil sie doch ist oder sonst irgendwas und ihr das wieder zum Vorwurf gemacht wird und ich glaub, dann wird's wieder schwierig. Dann kann es einen auch belasten, dass man das gemacht hat und dass einen die Leute dann natürlich auch kennen. Wenn es jetzt nur heißt, das und das ist passiert, dann hast du eine Meldung dazu, hast vielleicht ein verpixelltes Bild. Wenn ich offen spreche, dann erkennen mich die Leute und ich muss natürlich auch damit rechnen, dass mich die Leute darauf ansprechen. Schon klar. Und ob das jetzt, lass es mich so ausdrücken, egal was jetzt passieren würde, ich würde keinen meiner Freunde oder meiner Familie mit irgendeinem Medium über sowas sprechen lassen. In mir drin gehe ich also schon davon aus, dass es nicht sehr positiv ist, beziehungsweise würde jetzt etwas passieren...würde gar nicht gehen. Und ich würde, glaub ich, auch fuchsteufelswild werden, wenn die Presse vor meiner Tür steht, ich würde den jetzt nichts tun, das nicht, aber nee, das geht gar nicht. Wenn du dann selber betroffen bist, spätestens da merkst du ja, okay, das ist negativ. Ich find das ist was, ich weiß jetzt nicht, ob ich das richtig ausdrücke, aber wo man sich selber auch schon getroffen fühlt. Als ich in der Grundschule war, in der Klasse unter uns, die haben in so einem Garagentor gespielt und sie ist zu spät runter gesprungen und ist eingeklemmt worden. Den Kopf hat's ihr irgendwie auf neun Zentimeter gequetscht und Schädel-Basis-Bruch und alles, sie hat aber überlebt. Dem Mädels geht's heute auch gut, aber die hatte einen vierfachen Schädel-Basis-Bruch und alles ziemlich heftig. Und ich weiß noch, dass Taff das damals nachgestellt hat und die haben eine Wassermelone da zerspringen lassen und ich fand das als Kind schon ganz schlimm. Und ich denk mir auch heute, also das ist so eine Hemmschwelle, die man vielleicht nicht überschreiten sollte. Das sind so Sachen, die sind einfach nicht positiv find ich, deshalb würde ich auch niemandem dazu raten, aber das ist...und ich erleb's auch, ich hab das erst letzte Woche erlebt, dass ich meinem Freund von einer Geschichte erzählt hab, an der ich gerade recherchiere und er hat zu mir gesagt 'Deine Arbeit ist so eklig, so widerlich was du machst', weil es um einen Jungen ging, der nur noch 13 Kilo wiegt, weil die Eltern ihn so misshandeln und ihm nichts zu essen gegeben haben und wir da an die neue Familie ran wollen. Da sag ich, ja, seh ich privat auch so, muss ich jetzt aber halt machen.

Fallen dir noch weitere Konsequenzen für unfreiwillige Protagonisten ein? Positive oder negative?

Da gibt es ja auch diese Schüler, die gerne mal im Hintergrund winken, die aber wahrscheinlich auch eher dafür verarscht werden, dass sie sich peinlich aufführen. Dann kann es natürlich Folgen haben, wie ich vorher erzählt hab oder ein anderes Beispiel, die haben glaub ich für's Wetter Wiesenbilder gefilmt und da lag ein fetter Kerl, der war mit im Bild, naja, der war halt krank gemeldet und hat dann seinen Job verloren. Das sind natürlich Sachen, die sind dann nicht so positiv. Ansonsten, ich glaube, wenn du wirklich nur von im Hintergrund, glaub ich weniger, dass du auffällst. Also da muss schon irgendwas sein, deshalb dachte ich auch vorhin, du meinst Leute, die eher in die Situation unfreiwillig reingekommen sind. Und bei einer Konfo ist es ja so, du überlegst dir ja schon vorher, wer ist der Gute, wer ist der Böse und der Böse wird halt dann auch als der Böse dargestellt. Natürlich, für dich als Journalist, du willst ja, wenn du da mit dem Nachbarn klingelst, dass der völlig an die Decke geht und am besten, weiß ich nicht, in die Luft schießt. Natürlich steht der am Ende nicht sehr positiv da. Im Normalfall wird der natürlich verpixelt sein, aber die Leute, die ihn kennen, werden ihn erkennen. Das ist natürlich eine Selbstdarstellung, die man so nicht haben will. Wobei man wie ich finde da sehr differenzieren muss, weil wenn das jemand ist, der wirklich was verbrochen hat, der was schlimmes gemacht hat, dann tut's mir da jetzt nicht sonderlich leid. Wenn das eine Nachbarschaftsstreit-Geschichte ist, die eigentlich wirklich eine persönliche Geschichte ist, ist es vielleicht ein bisschen kritisch, weil ... Da sollte man aber schon den Kodex so wahren, dass du wirklich irgendwie mindestens drei verschiedene Quellen brauchst, die das irgendwie belegen und dass man dem anderen auch die Chance geben soll. Gerade bei diesen Konfro-Geschichten wird sich ja schon genauestens überlegt, läuft das jetzt nur mit einer Konfo oder kann man sich beide Seiten anhören? Was man ja eigentlich tun sollte. Und dann wirklich abwägen, wie das Ganze jetzt wirklich aussieht. Ob ich jetzt nur von einem Zeitungsartikel ausgehe, wo der eine Nachbar angerufen hat und gesagt hat 'Der Herr Huber ist ganz böse' und ich glaub das einfach nur so, dann ist das natürlich journalistisch auch keine gute Arbeit. Vielleicht ist der Herr Huber ja gar nicht böse, sondern die Frau Meier. Das ist die Sache.

Ab und zu gibt es ja Leute, die nach der Ausstrahlung eines Beitrages Rückmeldung geben. Kann man sagen ob es mehr positive oder mehr negative Rückmeldung gibt?

Meistens kommt keine. Es gibt auch so Berichte, wo ich wirklich hoffe, dass das Telefon jetzt nicht klingelt. Weil man sich halt denkt, oh, könnte irgendwie kritisch sein. Ähm, jetzt muss ich echt mal überlegen. Die meiste Rückmeldung kommt wirklich dann, wenn's Geschichten sind, wo man selber auch das Interesse hat, dass man weiter in Kontakt bleibt und schaut da vielleicht noch einen Folgebericht draus zu machen. Und dann ist es eigentlich schon auch positiv. Aber ich muss schon gestehen, dass wenig Rückmeldung kommt. Die Leute wollen immer immer den Sendetermin wissen und melden sich oft fünf Mal bevor es gelaufen ist. Im Nachhinein, naja was schon öfter vorkommt, gerade wenn es irgendwie um Firmen geht, dass die Leute den Beitrag gerne hätten, um ihn auf die Website zu stellen. Dann wäre es auf jeden Fall positiv. Ich bin jetzt auch noch nicht beschimpft worden oder irgendwas, also würde ich mal sagen, im Endeffekt wahrscheinlich eher positiv, aber die meisten Leute lassen es, glaub ich, einfach auf sich beruhen. Aber die Nadja bekommt öfter, oder was heißt öfter, aber die hat medienechomäßig schon einiges zu hören bekommen. Sie hatte letztes Jahr eine Reportage, wo sie so Alkomaten-Girls begleitet haben und die haben sie dann ganz böse auf ihrer Homepage mit Name betitelt oder erst letzte Woche hat sie mit diesen Frauen gedreht, aber das sind eben auch verrückte Menschen, die sagen Aids gibt es nicht. Und die waren auch nicht wahnsinnig begeistert. Man kriegt es schon mit, aber ich selber hab es glaub ich noch nicht erlebt. Selbst bei diesen 17 Hunden, wo ich fast mit gerechnet hab, kommt jetzt was? Da kam nichts von der negativen Seite, nur vom Veterinäramt, dass das jetzt besser funktioniert.

Was ärgert denn die Leute bei negativer Rückmeldung?

Ich kann jetzt wirklich nur so Beispiele von Nadja nennen. Ihre Darstellung halt. Oder was auch ein sehr gutes Beispiel ist, ich weiß nicht ob du das mitbekommen hast, das war diese Gamer-MAZ.

Das war eigentlich der Aufhänger, warum ich dieses Thema gewählt habe.

Und da ist natürlich die Darstellung, das macht macht natürlich viel der ironische Ton. Was mir da persönlich passiert ist, ist, sprich, dass hat auch Auswirkungen auf Leute, die gar nicht direkt was damit zu tun haben. Ich hab eine MAZ mit versteckter Kamera gedreht. Da ging es um ein WG-Casting. Was tun die Leute für ein WG-Zimmer? Und ich bin dann rein, hab das aufgelöst und eben mit meinem Namen und RTL Explosiv hier und da steht der Typ vor mir und sagt 'Ja, seit diesem Bericht halte ich ja nichts mehr von euch'. Dann geht dir natürlich erstmal die Kinnlade runter und du denkst dir, okay, was machst du jetzt? Dann hab ich gesagt, Kamera aus und hab mich mit dem unterhalten. Das war dann auch einer der wenigen, der sich im Nachhinein unverpixelt hat zeigen lassen, wo ich aber auch in Köln drei Mal gesagt hab, bitte bitte bitte schaut, dass der jetzt nicht negativ weg kommt. Da sieht man schon, das kann natürlich schon ganz schön nach hinten los gehen, wenn ein Bericht, der ironisch getextet ist und ich glaub das macht wirklich viel aus. Einfach die Darstellung der Leute. Die dachten, sie werden da begleitet und das ist bei Nadjas Geschichten das gleiche gewesen, wenn man den Leuten einfach vormacht, das wird jetzt eine ganz tolle MAZ über euch und in Wirklichkeit führt man sie ja so ein bisschen hinter's Licht und das ist natürlich auch nicht ganz nett. Das ist natürlich auch das, was die

Leute dann auch nicht toll finden. Ich mein, wenn du dich jetzt begleiten lässt und danach heißt es, du stinkst oder bei der Alkomat-Geschichte, dass sie den miesesten Job der Welt haben oder ich weiß nicht mehr genau wie es war, dann ist das natürlich blöd.

Bei den Gamern ging es ja nicht um Leute, die begleitet wurden, sondern um alle, die dort waren. Sie wurden dort interviewt oder waren nur im Bild.

Wobei ich persönlich, also was ich auch wieder lustig fand, war dieser Beitrag, der dann gekontert wurde über RTL von den Gamern. Ich finde soviel Eigenhumor muss man dann auch haben, dass man das auch auf seine Kappe nimmt und als Reaktion darauf dann auch damit rechnen muss, dass man selber auf die Schippe genommen wird.

Aber ich frage mich, was ist mit den Jungs oder allen anderen, die dort im Beitrag als stinkend oder faul bezeichnet wurden? Haben die dann Probleme in der Schule oder woanders?

Sicherlich, das glaube ich schon. Das ist ja diese Hänsel-Geschichte, die dich dann sicherlich trifft. Und das ist was, bei dieser Reichweite, was dich wirklich auch jahrelang verfolgen kann. Im extremsten Fall.

Wenn man mal weiter denkt – wie können die Folgen da aussehen?

Ich bin jetzt kein Psychologe, aber das kann sicherlich zu Depressionen, oder Depressionen ist jetzt vielleicht ein bisschen hoch gegriffen oder dass sie sich vielleicht sehr einmauern oder sehr in sich gehen, weniger raus gehen, vielleicht noch weniger, als sie es so schon tun. Ist dann natürlich nicht sonderlich positiv und ich bin mir sicher, dass der Reporter, der das gemacht hat, der hat das ja augenzwinkernd gemeint, ähm, und hat mit Sicherheit nicht gewollt denen jetzt nachgiebig zu schaden. Also das glaube ich nicht. Der ist dann nur über das Ziel hinaus geschossen. Das ist ja die Gefahr, die da ist. Deswegen gibt es ja auch jemanden, der das Ganze abnimmt und sagt ob das zu krass war oder nicht. Aber was wir Boulevardjournalisten ehrlich sagen müssen, ist, dass es ja wirklich etwa jede dritte Geschichte ist, wo man weiß, ja eigentlich tut dem das jetzt nicht gut. Ein Geschichte, die hab nicht ich gedreht, aber ich war mit dabei. Ein Junge, der 160 Kilo gewogen hat. Da wusste man auch, das ist jetzt eigentlich nicht gut. Da hab ich mich danach auch mit Andreas nochmal unterhalten, wo ich gesagt hab, sowas fällt mir auch sehr schwer, dass muss ich jetzt noch mit dazu packen. Sowas find ich auch nicht gut. Das sind auch die Gründe, warum ich mich in Zukunft nicht beim Boulevard sehe, da jetzt aber so rein gerutscht bin. Ich bin auch der Meinung, dass der Boulevard ein sehr gutes Feld ist, um zu lernen. Du lernst wahnsinnig viel drin. Bei diesem 160 Kilo-Jungen, wir wissen, wenn er jetzt seine Spritze kriegt, sein T-Shirt hoch zieht, in Wirklichkeit geht es nur darum zu zeigen wie fett dieser Junge ist. Und dass der jetzt diese Treppenstufen nicht laufen kann. Und das ist nicht schön. Andreas meinte daraufhin, 'Stimmt ja alles gar nicht', es wäre so gewesen, das war eine Familie, die nicht soviel Geld hatte, dass im Nachhinein des Berichts die Stadt auf die zukam und verschiedene positive Sachen gemacht hat. Die haben ein Monatsticket für die bezahlt, haben eine größere Wohnung für die gesucht. Das sind die positiven Auswirkungen, die es haben kann, weil die Stadt sich, wie in vielen anderen Berichten auch, unter Druck gesetzt fühlt und dann tun sie was. Aber dieser Junge wird 100 pro danach in der Schule gehänselt worden sein. Das tut mir dann auch wirklich leid, weil man sich das anguckt und sich denkt, autsch. Da sind die Punkte, die mir schwer fallen. Einmal an die Leute ran zu gehen und dann zu wissen, du führst eigentlich gerade jemanden hinter's Licht.

Wie fühlt man sich denn wenn man positive oder negative Rückmeldung bekommt? Oder wenn man vorher schon weiß, was da passieren kann?

Also ich finde es ist wirklich so, man härtet ja schon sehr ab. Ich hab auch mal ein Interview geführt und da ging es darum, dass die Ehefrau...ich sag mal, fahrlässig getötet wurde. Der Mann hat geheult und du sitzt als Journalist da und denkst dir, ja ja Tränen gut, sehr gut, mach weiter. Du willst den ja eigentlich zum heulen bringen, was du aber menschlich unter aller Sau findest. Da denkt man dann aber eigentlich erst im Nachhinein drüber nach und denkst, dass es super war, dass das Bild drauf ist, im Nachhinein bin ich aber ein Mensch, dem das schon schwer fällt. Die ersten Monate hier hab ich wirklich drüber nachgedacht, ob ich das durchziehen kann, ob ich das machen kann. Ich hab mich dann entschieden, okay, ich mach das jetzt für eine begrenzte Zeit, zwei Jahre eben und wenn ich jetzt noch ein paar Jahre im Boulevard bin, dann ist es so, aber es ist jetzt nicht mein Ziel. Wobei man sich dann wieder fragen muss, man muss damit klar kommen, weil auch die Nachrichtensendungen interviewen die gleichen Menschen. Als dieser vermeintliche Julia Kührer-Mörder aufkam, da saß ich den ganzen Tag vor seiner Haustür, genauso wie jeder seriöse Journalist oder Qualitätsjournalist auch. ja. Wir sind jetzt nicht unseriös, aber Qualitätsjournalist ist wohl das richtig Wort. Sprich es ist eigentlich gehupft wie gesprungen, du hast es überall.

Es gibt doch Unterschiede in der Darstellung im Boulevardfernsehen und im, wie du sagst, Qualitätsjournalismus.

Es ist natürlich noch reißerischer, das ist klar. Die Darstellungsweise ist anders und was ist, was mich immer sehr wütend macht, wenn du irgendjemandem erzählst, dass du für RTL Explosiv arbeitest, dann musst du dir erstmal einiges anhören. Was ich aber wirklich wahnsinnig wichtig finde dann, dass man klärt, ja, die Darstellung ist reißerischer, aber die Ansprüche an diese Umsetzung die ist tausendmal höher als bei einem Nachrichtenbeitrag, die ist sehr viel höher als das Magazin vom öffentlich-rechtlichen Fernsehen für das wir arbeiten. Da braucht man teilweise noch gar keine Geschichte, da reicht der Event. Bei Explo braucht du die Geschichte drum herum. Du lernst es und die Umsetzung hat eine wahnsinnig hohe Qualität. Der Anspruch und die Umsetzung ist hoch. Deshalb sollte man sich auch nicht dafür schämen, dass man für den Boulevard arbeitet, wobei es wirklich Sachen gibt, man muss ja auch für sich selbst die Grenze setzen, was mach ich und was mach ich nicht? Ich würde mich jetzt nicht, ich weiß gar nicht mehr, welche Geschichte das jetzt war, da war mal was im Gespräch, ich würde jetzt nicht auf eine Beerdigung gehen und da auf jemanden zugehen. Wenn es heißen würde, das musst du machen, dann würde ich, glaub ich, auch jede Konsequenz eingehen, weil ich das nicht mit mir vereinbaren kann. Das geht einfach nicht. Mir fällt es ja auch schwer jemanden anzurufen, wenn jemand gestorben ist, aber dann kann der ja im schlimmsten Fall auflegen. Wenn es ihn ganz stört, wird er sowieso das Telefon ausgestöpselt haben. Aber in so einem Trauermoment hinzugehen, finde ich nicht gut. Ich finde es prinzipiell schon immer gut persönlich mit den Menschen zu sprechen, aber ich finde dann musst du schon irgendwie die paar Tage Zeit geben. Und nicht auf einer Beerdigung oder sowas, das auf keinen Fall. Wir sind voll abgewichen ja? Weil du fragst, wie man sich fühlt. Es gibt Sachen, die freuen einen, das findet man dann ja auch schön. Es können ganz einfache Sachen sein, wie zum Beispiel eine Supertalentkandidatin, die du drehst, das ist ja für die eine positive Sache, dann freut einen das ja auch. Oder auch mit diesem Prothesen-Mädchen, das ist ja auch eine positive dann. Man ist schon mit drin. Ich hab wirklich lang recherchiert zu einem neunjährigen Mädchen, das Krebs hat. Wenn du dann dort bist und das auch drehst, dann bist du emotional getroffen. Das nimmt dich mit und das wäre auch schlimm, wenn es das nicht tut. Das ist aber was, wo du mit dabei bist und wenn das Mädchen stark dargestellt wird und das toll macht, dann kann das auch wieder was positives sein, dann finde ich das auch in Ordnung. Bei den negativen Geschichten kommt es einfach drauf an, was die Menschen gemacht haben. Ich hab mit diesem falschen Notarzt gedreht, der zwei Menschen auf dem Gewissen hat, weil er irgendeine Rolle seines Lebens spielen wollte. Dass der persönlich nicht gut weg kommt, juckt mich jetzt wenig. Und da haben wir auch, das kam aber nicht mit rein, wir haben die Frau von ihm gefilmt, die mich total beschimpft hat. Die hat das Ganze ja auch mit gedeckt. Die kam zwar nicht mit rein, aber ich glaube ich hätte auch in dem Fall nicht das größte schlechte Gewissen gehabt. Einfach weil diese Menschen ja was gemacht haben, was wirklich nicht in Ordnung ist. Wenn es jemand ist, der eine psychische Krankheit hat, wie der Typ mit den 17 Hunden, ist man natürlich so ein bisschen skeptisch zu sagen, oder dieser Junge mit den 160 Kilo, da hab ich mich wirklich nicht gut bei gefühlt. Das muss ich wirklich sagen. War aber auch eine Geschichte, die sehr am Anfang war. Man härtet ja auch ab, wie gesagt, was gut oder schlecht sein mag. Also ja, ich bin ein emotionaler Mensch, d.h. ich fühle schon mit, aber man muss es ja dann auch irgendwo da lassen. Ich glaub anders funktioniert's ja auch nicht.

Du hast gerade gesagt, dass du nicht bei einer Beerdigung drehen würdest, hast du noch weitere Grenzen?

Wenn das jetzt ein öffentliches Staatsbegräbnis ist, ist das was anderes, aber ich würde jetzt nicht auf eine private Beerdigung gehen. Mit den Telefonaten, wir hatten das lustigerweise erst letzte Woche, wo ich gesagt hab, boah, das fällt mir jetzt wirklich schwer und da reiß ich mich wirklich nicht drum. Ich tu's dann, weil ich's tun muss, aber es fällt mir schwer und es fällt mir auch schwer dann zu glauben, ach nee, das ist ja eigentlich eine positive Geschichte, weil wir da ja jemandem helfen. In mir ist dann doch eher da, wir haben den ja doch ganz schön bloß gestellt. Ich glaub ich bin da nicht wirklich Arschloch genug wahrscheinlich, um das komplett durch zu ziehen. Sowas ist schwierig. Bei diesem falschen Notarzt, da bin ich auch hingefahren, aber da lag das schon Monate zurück als das passiert ist. Das ist mir auch nicht leicht gefallen, aber da man ja doch zu den Leuten so eine Bindung aufbaut....bei ihr, also bei einer Angehörigen, war das glaub ich auch was hilfreiches, die wollten das auch und dann ist es auch in Ordnung. Aber gerade wenn es um Kinder geht, die sterben...das ist nichts worum ich mich reiße. Wenn ich jetzt allein in der Redaktion bin und dann heißt es 'Los, fahr da raus', dann graust's mir schon davor. Ich würde es dann machen, aber erstmal definitiv ohne Kamera und hätte das größte Verständnis, wenn es nichts wird. Ich würde es niemals selber vorschlagen das zu tun. Ich weiß es nicht, wie ich in der Situation direkt handeln würde. Ich weiß, dass ich, wenn ich's nicht machen müsste, nicht machen würde. Es ist unschön,ja.

Ist es so, dass Redakteure, nicht nur du selbst, sondern auch was du mitbekommen hast, die Menschen auch mal gewollt schlechter oder lächerlicher darstellen, als die Leute das selbst wollen?

Das meine ich. Definitiv, wenn du diese Einstellung machst, wo du den Bauch von dem Jungen zeigst. Wobei ich persönlich finde, man muss es einfach im Rahmen sehen. Mir wird ganz schlecht, wenn ich mir Mitten im Leben oder Schwiegertochter gesucht anschau, was ich selber gar nicht tu, aber wenn man durchzappt, dann denk ich mir immer, um Gottes Willen, lass mich nie dafür arbeiten. Das ist zwar scripted, aber das sind echte Menschen, die dort sitzen. Was denkt sich ein Redakteur, diese Frau in einen Bescher pinkeln zu lassen, den auf den Wohnzimmertisch stellen zu lassen, damit sie da einen Schwangerschaftstest machen kann. Oder was denken sich die Leute diese übergewichtige Frau oder diesen übergewichtigen Kerl in Badeanzüge zu stecken und sie schwimmen zu schicken. Das wäre was, was ich nicht machen wollen würde.

Was denkst du warum es sowas gibt?

Weil die Leute das sehen wollen natürlich. Das muss man dann aber wirklich mit sich selber vereinbaren, dass ich Leute wirklich so bewusst lächerlich darstelle und das finde ich ist ein Unterschied. Wenn ich jetzt einen Supertalentkandidaten hab, der sich selber total lächerlich macht, aber der will das halt, dann denkst du dir auch, muss das sein? Aber das schlechte Gewissen ist nicht so groß, weil der will das ja wirklich. Oder Schwer verliebt hab ich mal gesehen. Das sind dann übergewichtige Menschen, die verzweifelt versuchen an jemanden ran zu kommen und dann müssen die sich in der Folge ungefähr fünf Mal umziehen lassen und dann zum schwimmen schicken lassen und zur Massage schicken lassen, Hauptsache ich seh diesen dicken Körper in jeglicher Einstellung. Das fällt auch in die Kategorie 'Würde ich nicht machen', also so eine Bloßstellung, die moralisch nicht mehr vertretbar ist.

Welche ethischen Richtlinien sollten denn auch im Boulevardjournalismus eingehalten werden?

Ich glaub man sollte sich manchmal doch Gedanken machen, was kann ich damit anrichten? Ich stell mir solche Fragen, aber ich glaube wenn du das seit 20 Jahren machst, dann geht es dir auch nur noch um die Geschichte. Und du machst soviel, dass du auch nicht dein Herzblut oder deine Emotionalität in jede Geschichte reinstecken kannst. Aber ich denke, man sollte es auch immer mit sich selbst vertreten können? Danach muss man auch gehen. Da wird mein Name genannt am Anfang dieses Berichtes und ich muss dafür gerade stehen. Da muss jeder für sich selbst wissen, was kann ich machen, wie weit kann ich gehen, was kann ich nicht machen? Als Beispiel, das war in der Konferenz, wo sie sich wahnsinnig schwer getan haben mit einem Bericht über drei Jungs aus Brasilien oder keine Ahnung woher, die alle Brüste haben. Da hat der Redakteur die oben ohne am Strand Fußball spielen lassen und sie wurden wirklich extrem bloßgestellt, wo Köln dann auch gesagt hat 'das können wir so nicht bringen'. Ich glaub das muss man sich auch für sich selber stellen. Ich find's schwierig zu sagen, das darf man, das darf man nicht. Natürlich ist es moralisch völlig inkorrekt, wenn vor zwei Wochen das Kind von jemandem abgestochen wurde, vor dessen Haustür zu stehen. Aber das würde jeder Nachrichtenjournalist genau so machen wie ein Boulevardjournalist, wenn er weiß, das ist die und die Familie. So ist das System einfach.

Ein journalistisches Problem im Ganzen?

Ja, natürlich. Ich glaub das schenkt sich oft gar nicht so viel. Natürlich ist die Darstellung eine viel reißerischere und viel bössere vielleicht noch, aber ich finde, dass sich das so gesehen heutzutage nicht mehr viel schenkt.

Was denkst du denn wie die Postproduktion, also Schnitt, Musik, Off-Text, die Darstellung beeinflussen kann?

Wahnsinnig viel. Musik sowieso. Sieht man ja auch, wenn man einen Horrorfilm guckt ist es nur gruselig, wenn man gruselige Musik hat. Das sind auch Dinge, was ich finde, was absolut zu weit geht, wenn beim Superstar eine dicke Frau rein kommt und die unterlegen das mit Elefantenge trampel oder sowas. Und das sind Dinge, das geht einfach nicht. Da denk ich mir auch, was für ein Vollhorst sitzt da im Schnitt und überlegt sich das? Das geht einfach nicht, finde ich. Deshalb könnte ich für diese Formate auch nicht arbeiten. Bei Expo ist es ja tatsächlich so, es soll nichts gefaked sein und es wird schon noch drauf geachtet, was kann ich machen und was nicht und zwar mehr, als der Zuschauer vielleicht denkt. Wir haben erst letzte Woche eine Viertelstunde darüber geredet, ob man in einer MAZ, wo die Leute ankreuzen wie weit sie beim ersten Date gehen würden, das Wort Geschlechtsverkehr hin schreiben kann oder ob das vielleicht jugendschutztechnisch zu schwierig wird, dass das irgendwie kritisch ist? Solche Sachen kriegt der Zuschauer ja gar nicht mit, aber da werden sich schon Gedanken gemacht. Sowas mit Getrampel geht einfach nicht. Natürlich macht die Postproduktion da wahnsinnig viel. Das geht auch in eine Richtung, dass du dir denkst, wie schade, also nicht mal dass der Protagonist schlecht dargestellt wurde, sondern dass man sich denkt, wie schade, ich hätte es selber ganz anders gemacht. Da waren doch noch O-Töne drin, die waren viel toller oder das und das hätte ich doch anders gemacht. Wir liefern ja meistens das Rohmaterial ab. Da gibt's schon Stücke, wo man sich denkt, ach Mensch, das hätte ich persönlich jetzt aber doch ganz anders gemacht und da kommt vielleicht was raus, was du selber gar nicht wolltest. Kann aber auch positiv laufen, dass du denkst, wow, das ist jetzt richtig cool geworden. Ich hab auch erlebt, ich war auf einem Dreh für die Punkte mit einer Superstarkandidatin und wir durften nicht verraten, was ihr Talent ist und meines Erachtens nach, also ich hab es so gedreht, wie die es haben wollten, aber für mich was das einfach keine Geschichte. Ich hab mich wahnsinnig schwer getan, ich mein, ich hab alles gedreht, was sie wollten und hab auch irgendwie versucht das heraus zu arbeiten und die haben dann da einen Dreiminüter draus geschnitten und ich was ganz fasziniert, weil es für mich eigentlich, also auch der Dreiminüter hatte keine große Geschichte, aber sie haben dann doch eine ganz nette MAZ draus gemacht, obwohl eigentlich keine große Geschichte da war. Es ist ein positives Beispiel, dass es auch so laufen kann, aber da läuft in der Postproduktion viel, klar.

Ist den Protagonisten bewusst, was aus dem Material noch gemacht werden kann?

Es gibt Leute, die sagen, und das wäre auch das Einzige unter welchen Umständen ich mich her geben würde, die sagen 'Ich mach das nur, wenn ich das Ergebnis sehen kann'.

Zeigt man es den Leuten oft vorher?

Nein. Ich hab einmal erlebt, dass Köln gesagt hat, dass es in Ordnung ist und die Protagonistin hat dann am Ende doch nicht mehr mitgemacht. Das wäre eine Magersüchtige gewesen, die selbst eine Doku gedreht hat über ihr Ess-Brech-Verhalten. Die hat gesagt, sie will das nur so und wenn die Geschichte wirklich so gut ist, dass man sie haben will und man auch selber weiß, dass man da niemanden reinreißen will, man will da was Seriöses draus machen, dann ist das so gesehen ja auch kein Problem. Wird natürlich schwierig, wenn man das gleiche Material nochmal verwenden will oder so, aber es kommt durchaus vor, dass Leute das fragen. Den Leuten ist ja viel weniger bewusst, dass ich gar nicht der Redakteur bin, der das schneidet. Man sagt schon dazu, dass man keinen Einfluss darauf hat, wann das gesendet wird. Was ich auch oft sage ist, dass wir kein Printmedium sind, das irgendwas schreiben kann. Wir können ja nur das senden, was sie wirklich sagen. Ich fände es auch nicht okay, und das machen wir ja auch nicht, dass man Sachen zusammenhangslos zusammenschneidet und es kommt irgendwas anderes bei raus. Im Normalfall sieht man ja auch, dass das irgendwie zusammengeschnipselt ist. Man kann natürlich nur das zeigen, was sie sagen, aber klar, der Text, der dann drüber gelegt wird, macht auch nochmal was aus.

Aber ist den Menschen klar, dass der Beitrag eigentlich noch in ein anderes Licht gerückt werden kann?

Nein. Also es gibt Leute, das sind dann die, die sagen 'Ich möchte das vorher sehen', die skeptisch sind. Oft kann man den Leuten das auch wieder ausreden. Das hab ich schon öfter erlebt. Dass man es ihnen wieder ausreden kann, weil es sich ja gar nicht umsetzen lässt. Aber ich glaube den meisten ist es nicht bewusst, da Fernsehen für die meisten irgendwie huui ist.

Probandin 4

Wie sehen denn deine beruflichen Medienerfahrungen aus? Was hast du bisher gemacht?

Also ich habe in einer freier Produktionsfirma, der Redaktion ..., gearbeitet. Zwei Jahre lang. Hab unten angefangen, mit einem Praktikum und hab dann als Teilzeitkraft als Redakteur dort gearbeitet. Hab Praktika gemacht beim Regionalfernsehen in Rosenheim und beim ORF in Wien.

Warum hast du dir das ausgesucht? Was hat dir an dem Berufsbild „Fernsehredakteurin“ gefallen?

Ich fand immer interessant, dass man sehr nah mit dem Menschen zusammen arbeitet und dass man sehr stark in die Geschichten von Menschen einsteigen kann und dass man

Hintergründe erfährt. Und ich hatte das Bedürfnis über Dinge zu berichten, die andere Menschen beeinflussen. Dinge aufzudecken, Dinge zu hinterfragen. Mir war sehr wichtig, dass man Sachen hinterfragen kann und Sachen in Frage stellen kann. Und hatte mir mal vorgestellt, dass das im Fernsehen geht und dass das Fernsehen das richtige Medium dafür ist. Und dass man damit natürlich eine besonders breite Masse erreicht. Ich hab mir Fernsehen ausgesucht, aus dem einen Grund, weil man damit so viele Menschen erreichen kann, wie sonst mit keinem Medium.

Nun bist du ja vor Kurzem etwas gewischt und arbeitest nun am Theater. Warum denn, warum bist du nicht beim Fernsehjournalismus geblieben.

Also es gab einen Punkt, an dem ich sehr enttäuscht wurde, von dem Medium und vom Boulevard an sich. Da hab ich für mich persönlich realisiert, dass man immer mehr zu kämpfen hat mit seinen eigenen ethischen Grenzen. Dass man immer wieder überlegen muss, was ist moralisch vertretbar und was nicht? Dass man immer wieder auch eine seine moralischen Grenzen getrieben wird und ganz oft diese Grenzen verschwimmen und man nicht mehr sagen kann 'Ist das jetzt ethisch okay?' 'Ist das moralisch vertretbar?' oder nicht?.

Kannst du da ein Beispiel nennen? Wo du gemerkt hast, dass du mit dir selber kämpfen musst?

Ja, also es gab einen Fall, der ist mir jetzt in Erinnerung geblieben. In der Geschichte wurde eine Mutter angegriffen, also von einem Pitbull angegriffen und dieser Pitbull war der Hund von ihrem Sohn. Sie ist dabei umgekommen und es ging darum, dass wir ein Interview haben wollten mit dem Sohn. Meine Aufgabe war es das zu recherchieren und ich hab auch die Telefonnummer von dem Herrn raus gefunden und die Adresse und alles und hab ihn angerufen. Das ist in der Nacht vorher passiert. Ich hab ihn auch ans Telefon gekriegt, das war irgendwann vormittags, mittags. Da hab ich ihn ans Telefon gekriegt und hab mit ihm geredet und ihm erzählt für wen ich arbeite und was ich gerne möchte und dass wir seine Geschichte gerne im Fernsehen berichten möchten. Dann hat sich raus gestellt, dass er gerade auf der Trauerfeier ist, dass sie seine Verwandten zu Besuch haben und gerade trauern und gerne Ruhe hätten und er jetzt nicht sprechen kann. Durch den Druck, den ich hatte, dass dieses Interview zustande kommen muss, hab ich ihn ewigkeiten von dieser Trauerfeier abgehalten und hab ihn immer weiter dazu gedrängt dieses Interview zu machen. Wir haben das Interview letztendlich auch nicht bekommen. Aber das war sowas, da hab ich am nächsten Tag schon gedacht das ist eigentlich nicht okay, jemanden in seiner Trauerarbeit zu stören oder beim Familienbeisammensein, wenn die Mutter gestorben ist.

Bei Protagonisten kann man ja im Prinzip zwei Gruppen unterscheiden. Einmal die, die freiwillig mitmachen, die sich vielleicht sogar selbst melden oder zumindest sofort dabei sind und die, die eher unfreiwillig gezeigt werden, bei einer Konfro zum Beispiel. Was glaubst du denn, was die Leute dazu bewegt, freiwillig in Magazinbeiträgen mitzuwirken. Jetzt nicht Promis, die lassen wir mal außen vor, sondern Normalbürger. Was haben die für Gründe, was denkst du?

Ein Grund ist auf jeden Fall der Wunsch eine Prominenz zu erlangen. Der Wunsch in den Medien zu sein und öffentliches Interesse zu wecken und daraus entweder Geld oder ne Art von Ruhm zu schöpfen und seine eigene Persönlichkeit bestätigt zu bekommen. Ich glaube es gehört auch immer eine Art von eigenem, also von persönlichem Exhibitionismus dazu. Dass man einfach das Gefühl hat, dass seine Person sehr wichtig ist und dass andere Personen daran teilhaben sollen.

Welche Folgen kann es für diese Personen haben, die freiwillig mitwirken? Welche Auswirkungen kann das für diese Menschen im Nachhinein haben? Positiv, wie auch negativ...

Positiv kann natürlich sein, wenn man das schlaue angeht, kann man da schon Geld draus schöpfen. Mit seinem Bild im Fernsehen oder seiner Person in den Medien kann man schon Geld machen und wenn man es schlaue anstellt auch über einen längeren Zeitraum und kann da mit Sicherheit eine Art von Karriere anstreben, die dann auch längerfristige Jobs einbringen.

Was für Jobs?

Im Medienbereich, denke ich hauptsächlich. Und negativ ist auf jeden Fall, dass man selber sich oft hergibt für Magazinbeiträge als Protagonist und keinen weiteren Einfluss darauf hat, wie das Material geschnitten wird, in welchem Kontext die eigenen Auftritte gezeigt werden, in welchem Moderationskontext man selber auftritt und welches Bild von einem vermittelt wird. Man kann sich ein Bild wünschen, das man möchte, dass es an die Öffentlichkeit gerät, aber das muss noch lange nicht passieren.

Welche Folgen kann es haben, wenn man schlechter dargestellt wird, als man es vorher dachte?

Also das kann, soweit ich das einschätzen kann, das kann bei Kindern und Jugendlichen zu Mobbing in der Schule führen, bis zu Problemen im Alltag, wenn man wiedererkannt wird und schlecht dargestellt wurde und das immer wieder auf einen projiziert wird. Und bei Erwachsenen, dass man einfach Probleme hat Jobs zu finden, wenn man zum Beispiel nicht ernsthaft dargestellt wurde, als eine Person dargestellt wurde, die keine Werte und Regeln befolgen kann, dann kann das total schwierig werden einen Job zu finden in seinem Bereich wieder.

Was ist mit den Personen, die unfreiwillig gezeigt werden, zum Beispiel wenn man bei einer Konfro irgendwo klingelt, obwohl das eigentlich jemand gar nicht möchte oder die Journalisten jemandem auflauern. Was kann das für die Leute bedeuten?

Negativ ist das auf jeden Fall, weil man ja im Affekt erwischt wird. Man weiß ja dann nicht immer, dass man jetzt für die Kamera spricht, das wird einem erst klar nachdem man geredet hat, denke ich. Weil im Affekt wird einem die Kamera vor die Nase gehalten und das Mikro und es werden einem Fragen gestellt und man handelt im Affekt darauf und kann sich vorher nicht damit auseinander setzen, was man sagen möchte oder um welche Problematik es geht. Das kann negativ sein, weil man dann natürlich unüberlegte Sachen sagt und weil man Dinge sagt, die man eigentlich anders denkt, aber falsch ausdrückt. Es wird ja damit auch in die eigene Entscheidungsfreiheit eingegriffen, wenn man selber sagt, man möchte dazu eigentlich nichts sagen und sich damit nicht beschäftigen und dann kommt doch ein Reporter oder Redakteur und hält einem das Mikrofon unter die Nase. Auch wenn man das quasi anonymisiert wird, man selbst weiß ja immer noch, dass man da ausgestrahlt wird.

Welche Folgen kann das haben, psychisch, im Freundeskreis, in der Familie?

Es ist immer die Frage ob man anonym ist oder ob man erkannt wird. Wenn man anonym ist und unerkannt bleibt, dann glaub ich, dass es keine großen Auswirkungen hat. Aber das ist schwierig, wenn es um Firmen geht oder Marken oder so offizielle Dinge, dann ist da immer ein Erkennungswert und immer jemand, den man beschuldigen kann, für das, was er gesagt hat und dann kann das Folgen haben. Das, was man gesagt hat, wird ja dann für bare Münze genommen. Und nie so bewertet wird, 'okay, der hatte jetzt nicht die Zeit darüber nachzudenken, was er sagen wollte', sondern es wird als seine Meinung genommen. Und die wird dann rezipiert und so bewertet. Wenn man sich schlecht ausgedrückt hat oder falsch formuliert hat, dann kann das auf jeden Fall dazu führen, dass andere sich entweder angegriffen fühlen oder dass man Beschuldigungen gegen jemanden erhebt, die so eigentlich gar nicht sind.

Du hast ja mit vielen Protagonisten zu tun gehabt. Ab und an melden die sich ja nach Ausstrahlung des Drehs nochmal und geben ihre Meinung dazu ab. Was kommt den häufiger vor, eine positive oder negative Rückmeldung?

Ich kann nur sagen, dass ich selten mitbekommen hab, dass jemand gesagt hat: 'Wow, das ist ein schöner Bericht geworden.'. Da kann ich mich nur an seltene Fälle erinnern und wenn ich es jetzt mit Zahlen benennen müsste, dann erinnere ich mich vielleicht an Einen, der mal gesagt hat, dass es ihm gut gefallen hat und dass er den Beitrag gerne auf DVD hätte. Das war ein Beitrag in Wien zu einem Weltrekordtag im Prater, wo unheimlich viele Weltrekorde aufgestellt wurden und wir den stärksten Mann Deutschland für Explosiv begleitet haben. Der hat sich im Nachhinein auch gemeldet und wollte die DVD davon haben.

Hast du auch Leute erlebt, die es ganz schlecht fanden, wie sie gezeigt wurden?

Ja, die Aids-Mutter zum Beispiel.

Ja, den Falle kenne ich auch noch. (Anmerkung: Es geht um eine HIV-positive Frau, die ein Baby bekommen hat, welches ebenfalls infiziert ist. Die Frau ist der Meinung, dass HIV und Aids nicht existiert, sondern nur eine Erfindung der Pharmaindustrie sei. Es wurde mit ihr ein Beitrag gedreht, in dessen Folge sie in der Redaktion angerufen hat und ihren Unmut über den Beitrag, der ihre Meinung nicht als die einzig richtige darstellte, klar äußerte.)

Hast du noch weitere Beispiele?

Ich überleg gerade...also meistens ging die Rückmeldung an den Chef und man selbst wird von dem negativen größtenteils ausgeschlossen oder wenn negative Rückmeldung kam, dann wurde einem das so verkauft, dass wir ja trotzdem das Richtige getan haben. Dann wurde immer gleich gerechtfertigt. 'Die Person weiß ja nicht worüber sie redet, sie kennt das

ja nicht und sie ist ja im Unrecht' und dann wurde das immer gleich verteidigt. Obwohl sich die Person halt schlecht behandelt gefühlt hat. Dafür wurde dann seitens der Redaktion am Telefon auch ganz viel Verständnis gezeigt, zu den Protagonisten, weil man sich das natürlich mit denen nicht verspaßen will, weil es immer sein kann, dass man die ja für nen neuen Beitrag nochmal gebrauchen könnte. Sobald das Telefon aufgelegt wurde, war das Gelächter dann teilweise groß. Da wurde dann gesagt 'Ach die hat sich beschwert, aber was möchte sie denn? Sie redet ja eh nur Blödsinn.'

Du warst ja im Prinzip ein Teil dessen. Wie hast du dich denn gefühlt, wenn so etwas mal vorkam? Welche Gefühle kommen denn bei guten und auch eher schlechten Rückmeldungen in einem als Redakteur auf?

Bei positiver Rückmeldung ist natürlich die Freude groß. Da fühlt man sich gelobt und denkt, man hat was Gutes getan und hat quasi das Beste aus dem Beitrag raus geholt und hat seine beste Arbeit dafür getan. Das ist natürlich einfach. Bei negativer Rückmeldung wird man sofort, so war es zumindest bei mir, ist man sofort in diese Defense-Stellung gegangen, in diese Verteidigungsstellung. Hab mich gerechtfertigt und hab Gründe gesucht, warum der Protagonist Unrecht hat und ich im Recht bin. Man ist selber so in diesem Boulevard drin, in diesem Redaktionsklima, dass man das auch immer verteidigt, auch offen verteidigt. Und immer sagt, dass das so doch richtig war oder das so doch die offizielle Meinung sein könnte und dass das der richtige Blickwinkel auf die Dinge ist.

Hast du denn mal erlebt, dass sich Zuschauer gemeldet haben, die gesagt haben, dass sie es schlecht fanden, was in dem Programm lief?

Doch, das war ein ständiges Problem, das war ständig präsent, weil du bei der Suche nach neuen Protagonisten ja immer mit diesen Argumenten konfrontiert wurdest. Das waren ja die Hauptargumente von den Protagonisten, die nicht mitmachen wollten, die kein Interview geben wollten. Dass sie nämlich gesagt haben, dass sie da nicht richtig dargestellt werden und nicht wissen, was dann damit gemacht wird und sie mit Boulevard nichts zu tun haben möchten, weil ihre Person danach falsch dargestellt wird. Das waren die Ängste auch von denen, von den Menschen, die man als Protagonisten gewinnen wollte. Die nämlich Beiträge gesehen haben, die sie nicht gut fanden oder die sie vielleicht gut fanden, wo sie sich aber gedacht haben 'Wäre ich die Person, ich würde es nicht gut finden'. Das war ständig präsent, da musste man immer gegen ankämpfen.

Kam es denn schon vor, wenn du bei einem Dreh dabei warst oder auch selbst gedreht hast, dass man den Protagonisten schlechter darstellt, als eigentlich ausgemacht, einfach der Quote wegen?

Doch, mehrfach. Auch als ich selbst Interviews geführt hab. Dass man natürlich sehr unangenehme Fragen stellt, auf die ... über den Beziehungsstatus oder in welcher Beziehung man ist oder wie man zu bestimmten Sachen steht und Sachen, die man eigentlich aus Höflichkeit nicht fragt, aber als Redakteur dann natürlich fragt, aber auch mit der Konnotation, dass die angestichelt werden, dass die teils vielleicht aggressiver antworten als sie eigentlich sollten. Man stellt seine Fragen, also ich hab meine Fragen oft so gestellt, mit so einer gewissen Stimmung oder Atmosphäre, dass die dann nur in dem und dem Maße so darauf antworten konnten. Und dann auch oft was gesagt haben, was sie so nicht gemeint haben. Es wurde dann trotzdem so ausgestrahlt. Allein schon dadurch, dass meine Fragen ja schon weggeschnitten werden und nur die Antwort gezeigt wird.

Die steht dann so allein im Raum und man hört nicht, wie darauf hingelenkt wurde. Das kam schon öfter vor?

Ja, also bei Prominenten immer. Da war das eh usus, dass das ja das Ziel war. Dass die entweder Peinlichkeiten ausplaudern oder sich im Ton vergreifen. Bei nicht-prominenten Protagonisten geht das dann nochmal in die andere Richtung, dass es wirklich auf die Emotionalität ankommt und dass, wenn das Kind gestorben ist oder wenn ein Bekannter gestorben ist, dass man natürlich Tränen sehen will. Und dass man dann wirklich vier, fünf Fragen hintereinander stellt, die sich um das Selbe drehen, einfach nur, damit der Protagonist gerührt ist und anfängt Tränen zu zeigen. Oder man sitzt als Redakteur dem Protagonisten gegenüber und verfällt selbst schon in so nen wehmütigen emotionalen Ton, dass der einem gegenüber gar nicht anders kann.

Eine Frage wäre noch gewesen, wie du damit als Redakteurin umgehst, wenn du weißt, dass ein Protagonist nach der Ausstrahlung negative Konsequenzen zu erleiden hatte. Hab ich richtig verstanden, dass du dir das meist gut geredet hast und für dich selbst gerechtfertigt hast, um dein Gewissen zu beruhigen?

Ja klar. Um eine Rechtfertigung zu haben für das, was ich überhaupt mache.

Was glaubst du denn hat die Postproduktion, also Schnitt, Off-Text, Musik für einen Einfluss auf den Beitrag? Was kann damit am Rohmaterial verändert werden?

Also die Postproduktion ist, wie ich finde, ausschlaggebend (mit Nachdruck) für einen Beitrag. Denn du kannst fast alles drehen und kannst danach eigentlich daraus machen was du willst. Besonders wichtig, oder besonders ausschlaggebend ist immer die Musik, weil jeder Mensch auch so ein melodisches Gedächtnis hat, dass wenn bestimmte Töne anklingen, dann ist man melancholisch oder man ist freudig überrascht oder...oder es ist unterhaltend. Über Musik werden ganz viele Emotionen frei gesetzt in Beiträgen. Deswegen ist eigentlich die Musik immer der Hauptfaktor, wie der Beitrag nachher auf den Zuschauer wirkt, weil er dadurch in die Stimmung versetzt wird und es dann erst gesprochen wahrnimmt. Dann hat man natürlich den Schnitt. Wenn man 60 Minuten Bildmaterial abliefern und der Schnitt sich fünf Minuten raus sucht und diese zusammen schneidet, dann weiß man ja, dass da 55 Minuten über bleiben, mit denen wahrscheinlich noch ne ganz andere Geschichte erzählt werden kann. Es findet ja was total Unnatürliches statt, dass einfach in fünf Minuten oder sagen wir acht Minuten Magazinbeitrag, da werden die knackigsten, die schlagkräftigsten oder die emotionalsten Antworten oder Statements der Protagonisten raus gefiltert und dann zusammen gefügt. Und sie werden ja noch nicht mal chronologisch zusammen gefügt, sondern man kann ja auch in der Chronologie hin und her springen. Und man kann ja, wenn man die Chronologie alleine schon tauscht, kann man ja ne komplett andere Geschichte erzählen. Wenn jemand erzählt 'ich bin über die Ampel gegangen und dann wurde jemand überfahren, ich war aber zu weit weg', das kann man ja so umstellen, dass es heißt 'Da wurde jemand angefahren, ich bin über die Ampel gegangen und war dann weit weg'. Allein im Schnitt. So bald man nen Off-Text rüber legt, ist das ja immer auch sehr stark bewertend. Das ist ja auch in jeder Dokumentation so, dass wenn man darüber spricht, fängt man ja an das Gesehene zu bewerten. Dadurch, dass sich eine Stimme durch zieht und abhebt von den O-Tönen der Protagonisten und es ist ja die bewertende Stimme oben drüber, die einem quasi vorgibt, was man jetzt von dem Gesehenen halten soll.

Was glaubst du denn wie sehr die Protagonisten, abgesehen von Promis, die regelmäßig damit zu tun haben und meist wissen was sie machen, was denkst du wie sehr sie von den Möglichkeiten der Postproduktion wissen? Meinst du es ist ihnen bewusst, dass diese Möglichkeit besteht?

Ja, ich glaube eine gewisse Art von Bewusstsein ist da, dass man einfach weiß, da wird was gefilmt und das wird dann zusammen geschnitten. Aber dadurch, dass Protagonisten meist nicht im Medienbereich arbeiten und meist mit Schnitt oder Musikauswahl oder Mischung nicht viel zu tun haben, können die glaub ich überhaupt nicht einschätzen, was das für Auswirkungen haben kann. Also es sind ja quasi Laien, die einfach wissen da wird was zusammen geschnitten und da redet dann einer und dann werden meine Sachen gezeigt und meine Geschichte erzählt. Das ist ja deren naiver Blick darauf. Das ist denen ja auch nicht vorzuwerfen, das ist ja nicht deren Beruf.

Sie können es ja nur durch die Rezeption von anderen Beiträgen wissen und da kennen sie ja nicht den Originalbeitrag. In der Literatur findet ziemlich schlimme Folgen der Berichterstattung geschrieben, das geht von Depressionen, zu Selbstmordgedanken, Schlafstörungen bis hin zu Rache. Hältst du das für übertrieben oder denkst du, dass das durchaus stimmen kann, auch aus deinen eigenen Erfahrungen heraus?

Nee, also ich glaub das kann total stimmen. Gerade so Rachegefühle kann ich mir gut vorstellen, dass das auf jeden Fall statt findet, weil man sich ja gedemütigt fühlt und aus der Demut kommen ja immer viele Energien raus, wie auch Rache und Depressionen. Ist halt schon das Endstadium, aber mit Sicherheit depressive Anwandlungen und so, indem du halt, das hab ich ja vorhin schon gesagt, indem du halt in deinem Alltag bloßgestellt wirst und Menschen dich auch in einer Position gesehen haben, in der du vielleicht nie sein wolltest, aber du deswegen gewertet wirst. Du wirst dann gesehen dargestellt hast. Ich glaub das kann auf jeden Fall dazu führen. Ich glaub das darf auch nicht unterschätzt werden, das darf auch nicht so klein geredet werden.

Blick doch mal in die Zukunft des Boulevardjournalismus. Meinst du es wird besser oder es wird schlechter oder dass ethisch mehr hinterfragt wird, wird es immer verwerflicher? Was denkst du zu welcher Tendenz, gerade bei Magazinen, wird es gehen?

(Überlegt) Also das ist schwer einzuschätzen, aber ich glaube es geht, was sich im Moment abzeichnet in der Fernsehlandschaft und was man auch selber im Fernsehen sieht, da geht es auf jeden Fall Richtung Demütigung. Es gibt viele, es gibt ja mittlerweile schon richtige Formate, die nur darauf ausgelegt sind Leute zu demütigen. Wenn man sich anguckt 'Schwiegertochter gesucht' oder da gibt es jetzt noch eine neue Sendung...

Wobei das vielleicht auch wieder etwas abzugrenzen ist, das ist ja oft geskripted...

Das ist gestellt ja, stimmt.

Werden in Magazinen auch Dinge gestellt?

Nein, aber was ich meine ist, dass wenn sieht, was so im Fernsehen kommt und was die Einschaltquoten kriegt, das ist ja auch das, woran sich der Boulevard orientiert. Und da es in diesen Sendungen ja viel, auch wenn es gestellt sein mag oder nicht oder gestellt ist, dann zeigt es ja trotzdem, dass die Menschen sich das gerne angucken, wenn andere Menschen gedemütigt werden und dann findet das natürlich auch im Boulevard statt und in Magazinen, denn das bringt ja dann die Einschaltquoten.

Es wird also immer krasser?

Ja! Muss es ja vielleicht auch, weil man sich ja auch schnell an alles gewöhnt, was man sieht. Und weil man sich an alles gewöhnt, was man oft sieht, dann ist man einmal geschockt und dann muss das wieder übertrieben oder überspitzt werden, damit man wieder sagt 'wow, was hab ich denn da jetzt gesehen?'. Man stummt da schnell ab.

Proband 5

Die Sendung THEMA ist ja jetzt keine Boulevardsendung im klassischen Sinne, aber welche boulevardesken Elemente gibt es da denn vielleicht doch?

Naja wie du richtig sagst, wie definiert sich Boulevard? Thema ist insofern Boulevard, dass wir das Leben beschreiben. Und ein Boulevard ist ja nichts anderes wie eine lange Straße, wo sich links und rechts alles vom Leben abspielt. Wo du genauso den Obdachlosen sitzen hast und dann aber die Frau im Pelzmantel, die Juwelen einkaufen geht...äh... an einer anderen Ecke...äh...verkauft jemand vielleicht Drogen oder eine Prostituierte ist genauso auf diesem Boulevard wie ein Student, eine Studentin und so weiter und so fort, ja...das ist einfach die Straße des Lebens und insofern sind wir eine Boulevardsendung.

Und die Einflüsse des Boulevardjournalismus, was ja schon eher buntes Fernsehen ist und teilweise schon eher...

Es ist eine...äh... der Begriff ist sehr in Besitz genommen worden, deswegen sage ich auch: Thema ist keine Boulevardsendung, weil wir beschränken uns nicht darauf die Menschen mit Emotionen und Gefühlen zu überschütten, sondern wir sind immer bemüht die Hintergründe zu beleuchten. Ja, also sehr wohl auch mit Expertinnen, mit Experten. Boulevard so wie wir das jetzt wahrscheinlich verstehen ist oft eine Schwarz-Weiß-Malerei. Man hat immer gut und man hat immer böse. Wir versuchen in unserer Sendung eigentlich eher diese Grenzen aufzuweichen, eher das Leben in seinen Grautönen auch zu beschreiben. Oder äh ja, weil Schwarz und Weiß gibt es nicht. Ja, auch in jedem dramatischen Fall gibt es zwei Seiten und es gibt immer einen Grund warum etwas geschieht. Und das bemühen wir uns hauptsächlich.

Was gefällt dir selbst an deinem Beruf? Warum hast du ihn gewählt, was macht es für dich aus?

Also von der ersten Sekunde an, ich hab ja Deutsch und Theaterwissenschaft studiert und von daher hat mich Literatur fasziniert. Und Literatur ist ja in Wirklichkeit auch nichts anderes wie das Leben. Um was geht es in der gesamten Weltliteratur? Ob Schund oder hochgeistige Literatur? Es geht ums Leben. Um die großen Gefühle, ja, das sind Liebe, äh Sehnsucht äh Tod, Alter, Jugend, Schönheit, Hässlichkeit...ja? Um all diese Dinge geht's. Und ich hatte dann die Möglichkeit Regieassistent zu sein bei einer Dokumentation und da ging's um Geburten. Wir haben drei Frauen begleitet – vor der Geburt, während der Geburt und nach der Geburt – und ich war von Anfang an fasziniert wie nahe man hier Menschen kommt und wie nahe man Problemen auch kommt. Eine dieser Frauen damals, also da war ich 19 Jahr alt, die hatte keinen Mann, also der hat sich getrennt, ... die Frau war in diesem Zeitpunkt dieser Geburt in einer wirklichen Krise, ja, und dann auch noch allein zur Geburt zu gehen und all diese Gespräche, diese diese Empfindungen. Ich hab mir gedacht: so nah am Leben kann ich nie wieder sein. Darum hab ich dann das Theater aufgegeben, ich war ja Regieassistent am Theater. Theater ist auch eher so eine Abbildung der Realität. Und ich hatte in diesem Moment so das Gefühl, ich bin mitten im Leben. Und bin dann eigentlich immer in diesem Genre geblieben. Also in diesem sehr emotionalen, in diesem sehr gesellschaftspolitischen Genre.

Gibt es denn auch Dinge an deinem Beruf, die dir nicht so gefallen? Welche man eben machen muss, aber worauf du auch verzichten könntest?

(überlegt) Ja also ich muss sagen, was ich heute nicht mehr so gerne mache, Gott sei Dank aber auch nicht mehr machen muss, sind so diese, diese Geschichten wo halt wirklich am Freitag ein Mord passiert und am Montag muss man eine Geschichte dazu haben.

Also schnell schnell schnell...

Ja...und diese Schnellschüsse. Damit hab ich...da hab ich gelernt, ich hab das sooft gemacht. Es ist auch wirklich schwierig. Also das mag ich nicht so gern.

Es ist ja schön, wenn man die Möglichkeit hat, sich länger mit etwas zu beschäftigen, auf jeden Fall.

Gut jetzt kommen wir mal zum eigentlichen Thema so, ähm, man kann ja Protagonisten im Prinzip in zwei Gruppen einteilen: Die Einen, die freiwillig ins Fernsehen wollen und sich vielleicht sogar selbst bei Sender melden oder zumindest gleich sagen 'ja, ich mach mit' und die, die eher unfreiwillig im Fernsehen landen z.B. bei einer Konfrontation, auch wenn es verpixelt ist. Was glaubst du denn sind die Gründe für die Menschen, die freiwillig mitwirken wollen? Warum möchten die denn ins Fernsehen? Warum möchten sie bei diesen Magazinen mitwirken?

Bei diesen Magazinen oder bei uns, bei THEMA? Wenn du von THEMA redest, dann ist das sicherlich was ganz anderes als z.B. bei Talkshows oder Exklusiv oder eben diese sehr boulevardesken Magazine.

Ja, also Prominente lassen wir mal generell außen vor, die haben ja meistens schon Erfahrungen mit den Medien, wir reden eher von Menschen, die keine Erfahrungen mit den Medien haben.

Wir haben es bei Thema sehr wenig, im Gegensatz zu anderen Formaten, mit Selbstdarstellern zu tun. Das ist ja die eine große Gruppe, die unbedingt ins Fernsehen will. Mit denen haben wir es eher weniger zu tun. Wir haben es mit Menschen zu tun, die oft in schwierigen Situationen sind und die jetzt in erster Linie erstmal nicht so daran interessiert sind oder denen es schwer fällt über etwas zu sprechen.

Und warum entscheiden sie sich trotzdem dafür, sich vor die Kamera zu stellen?

Wenn es uns gelingt, sie von der Sinnhaftigkeit zu überzeugen. Das ist auch wirklich meine ganz große Meinung. Ich möchte nie mit jemanden ein Interview machen, der nicht selber für sich erkennt, dass es Sinn macht. Und dieser Sinn kann sein, also für viele Menschen wirklich etwas loszuwerden. Wertschätzung für etwas zu bekommen. Anerkennung für etwas zu bekommen. Verständnis für etwas zu bekommen. Gerade in harten Sachen, gerade bei Opfern, erlebe ich das sehr oft. Wenn die dann positive Reaktionen, auch für den Mut bekommen, ja, dass sie sich bereit erklärt haben für ein Gespräch, dass das unglaublich wertvoll sein kann. Und ich sage auch, ich hab in 18 Jahren äh kann ich mich nicht erinnern, dass es jemanden gegeben hätte, der nach einem Interview zu mir gesagt hätte, „ich bereue es, dass ich ein Interview gegeben hab“.

Aha, Gut...

Auf das bin ich sehr stolz. Und bei unserer Sendung, auch bei meinen Kollegen und Kolleginnen, es ist echt ganz ganz selten. Und die zweite Schiene ist eigentlich: Was bringt es anderen Menschen zu reden?

Also dass sich die Protagonisten auch denken, dass sie damit helfen können...

Genau. Denn da gibt man ihnen ja auch wieder einen ganz besonderen Stellenwert. Und bei der Täterseite ist es natürlich so, dass es dann sehr oft in diesen Menschen sehr brodet, weil sie halt eine Geschichte haben. Und da muss man dann natürlich sehr aufpassen. Wollen die sich reinwaschen? Oder steckt mehr dahinter? Und da schauen wir auch sehr genau. Ja, also ich stell das auch immer sofort klar, dass ich keine Entschuldigungen hier mache und ich werbe nicht um Verständnis. Aber wir können erklären. Und dass Lebensumstände von Menschen, die einfach darzustellen, sagt oft Bände. Ja, also da braucht man dann oft gar nicht mehr viel zu sagen.

Wenn man Täter hat, ich habe zum Beispiel etwas über den Missbrauch von Kindern gelesen, dass man ja nicht weiß, was sie selber erlebt haben und dann kommt das „Verständnis“, zumindest wie es mit dem Menschen soweit kommen konnte, schon eher in irgendeiner Form.

Aber das Verständnis... im Grunde möchte ich mit solchen Dingen immer versuchen, dass die Menschen, die zu Hause auf dem Sofa sitzen und das sehen, dass die sich in irgendeiner Form in diesen Geschichten spiegeln. Wenn Menschen vor der Kamera Geschichten erzählen, sollen die Menschen, die das anschauen, das Gefühl haben „Das kenn ich.“ „Das kenn ich auch von mir selbst.“ „Über diese Grenze bin ich auch schon gestoßen.“ oder „Das hab ich mit meinem Kind auch falsch gemacht.“ oder „Vielleicht sollte ich mit meinem Kind doch mal reden.“ oder mein Kind fragen „Ist dir sowas schon mal passiert?“ oder „Rede ich mit meinem Kind überhaupt offen über Sexualität?“, „Ist mein Kind aufgeklärt?“, „Wie gehe ich mit meinen Kindern um?“.

Wenn ein Menschen in einem Magazin wie eurem bzw. bei THEMA selbst dargestellt wurde, was glaubst du kann das für Konsequenzen für diesen Menschen haben? Wenn dies freiwillig passiert ist, du hast ja aber gesagt, dass das eh so gut wie immer so ist. Welche Folgen kann das denn haben: familiär, im Freundeskreis, physisch oder auch psychisch? Ob positiv oder negativ.

Also ich muss sagen, dass wir auch sehr drauf achten, dass solche Dinge im geschützten Rahmen passieren. Ich möchte so gut es geht vermeiden, dass ich die Verantwortung hab, dass es einem Menschen danach wirklich schlecht geht, wenn er uns ein Interview gegeben hat. Da sind wir bei der Re-Traumatisierung, da sind wir bei, dass sich jemand zu viel erwartet von mir. Drum schau ich, wenn möglich, dass das in geschützten Räumen stattfindet. Das heißt mit Betreuungspersonen. Diese Menschen sollen Betreuung haben. Wenn das jetzt eine geschlagene, von Gewalt betroffene Frau ist, ist es gut, wenn es im Rahmen des Frauenhauses statt findet. Wo diese Frau schon aufgefangen worden ist, ja. Und wo es, wenn ich wieder verschwinde, auch weiter eine Reflexion gibt. Drum arbeiten wir sehr eng zusammen mit allen Sozialeinrichtungen. Ob das NEUSTART ist, ich weiß nicht ob du das kennst. Das ist so eine Täter-Organisation, die Bewährungshilfe macht, macht Sozialarbeit für außergerichtlichen Tausch, also eine riesige Organisation, Opfer-Hilfsorganisationen, Selbsthilfegruppen, Frauenhäuser wie gesagt, Drogenberatungsstellen, und so weiter und so fort. Also es ist, es sind meistens Menschen, die auch Betreuung haben.

Aber kann so eine Mitwirkung im Fernsehen in z.B. der Familie nicht auch negative Folgen nach sich ziehen? Oder auch positive? Oder z.B. im Freundeskreis, wenn die Freunde sagen: „Warum hast du das nur getan? Warum bist du damit ins Fernsehen gegangen?“ ?

Ich hab's noch nie erlebt...

Okay, also es waren immer nur...

...also wenn, dann hat man es mir nicht gesagt. Ja, also das kann auch sein, aber ich hab einfach dieses Feedback nie bekommen. Ich hab ja ein Buch geschrieben und es war ganz interessant, weil ich ja in diesem Buch alle Menschen, die ich dort portraitiert habe, aktuell nochmal befragt habe. Und die waren sofort... ich habe gefragt „Ich würd so gern wissen, wie es dir oder Ihnen heute geht“...alle waren bereit. Ob das der Pädophile war oder die Frau, bei der der Mann hingerichtet wurde oder die Asylwerber oder die Frau Kampusch oder...wurscht ja. Alle waren bereit hier wieder zu reden und haben gesagt, dass das damals so toll war, dass es eine Aufarbeitung war. Es war betreut, es war nicht... Man muss auch abschätzen, welche Menschen man weiter betreuen muss, indem man auch immer wieder nachfragt. Wie geht's Ihnen? Einfach zu schauen, wie geht es weiter?

Da merke ich jetzt echt Unterschiede zu anderen Redakteuren, Journalisten, die ich befragt hab, weil die, wenn ich mit Boulevardjournalisten geredet hab, die haben meistens überhaupt nicht die Zeit, sich so intensiv mit einer Person zu beschäftigen. Das macht ganz große Unterschiede aus.

Es ist aber natürlich auch die Erfahrung, das muss man schon sagen, wie man sich auf die Psychologie einlässt. Und welche Gedanken man selber spinnt. Und wenn man es immer auf die Gesellschaft runter bricht. Ich glaub warum es im anderen Fall so ist, da geht es um eine Abbildung von irgendwas. Da ist etwas Schreckliches passiert und das knallen wir den Menschen jetzt vor den Latz. Die Menschen sitzen dann auf der Couch und denken sich: Schrecklich.

Das ist wieder der Punkt: Es muss ja dann schnell gehen...

Aber gelernt hat man nichts draus. Und gebracht hat es in Wirklichkeit auch niemandem was, außer dass alle da sitzen und sich denken, wie schrecklich das doch ist. Das finde ich ist der Unterschied.

Hattest du tatsächlich nur mit Menschen zu tun, die freiwillig vor der Kamera waren oder gab es nicht doch Leute, muss jetzt nicht bei Thema gewesen sein, die man nicht doch man unfreiwillig vor die Kamera bringen musste, einfach der Story wegen?

(überlegt) Es ist immer so schwierig, von was für Geschichten wir sprechen. Jetzt zum Beispiel, Aufdeckergeschichten funktionieren natürlich anders. Bei Aufdeckergeschichten konfrontiert man die Menschen natürlich eher mit Tatsachen und stellt sie auch zur Rede. Und da ist es natürlich was anderes. Aber das liegt, finde ich, in der Sache. Aber wenn wir jetzt davon ausgehen, es kommt zu Gewalttaten. Man macht Hintergrundberichterstattung, dann muss man sich ja an die Menschen wenden. Ich kann ja niemanden zwingen zu reden.

Es gibt ja Leute, die klingeln einfach an der Tür, halten die Kamera rauf...

Das tu ich nicht.

Kannst du dir zumindest vorstellen oder davon ausgehen, was du von Kollegen gehört hast, was die Berichterstattung bei solchen Leuten, z.B. für die, bei denen einfach ohne deren Wissen geklingelt wird, die Kamera drauf gehalten und das gesendet wird, was das für diese Leute nach sich ziehen kann?

Das ist schrecklich. Ja, das hab ich ganz oft erlebt, weil wir oft einmal vor verschlossenen Türen gestanden sind, also wenn andere Medien schon da waren. Die wirklich geklingelt haben, das Mikrofon hingehalten haben und...

... dann ist man natürlich skeptisch anderen Medien gegenüber.

Ja, also da war verbrannte Erde. Das ist einmal das Eine und warum die Leute das dann echt ablehnen, ist weil sie echt schockiert worden sind. Und überfallen worden sind. Es gibt ja nichts Schlimmeres wie überfallen zu werden. Und sich dann nachher überlegen zu müssen: Was hab ich denn da überhaupt gesagt? War das gut? (Überlegt) Natürlich hab ich das ganz massiv bei der Kampusch-Geschichte erlebt. Bei den Eltern, die damals in dieser Krisensituation bereitwillig allen Journalisten Interviews gegeben haben und zwar auch, weil man es ihnen von der Polizei angeraten hat. Weil man gesagt hat, jede Geschichte, die wir bringen, alles, was wir tun, das schauen die Leute an und dann kommen Hinweise. Und die haben das bereitwilligst gemacht und vieles von dem, ist ihnen dann auf den Kopf gefallen. Da haben dann Leute aus Kisten Fotos gestohlen. Diese Fotos sind dann auf einmal aufgetaucht als Missbrauchsphotos...

Journalisten haben Fotos gestohlen?

Ja ja, als pornografische Fotos sind die dann plötzlich verkauft worden. Auf Titelseiten. Dann kommen die Leute aber auch wieder sehr gern zu uns, weil sie sagen, wir würden das gerne richtig stellen.

Weil sie wissen, dass sie es bei euch können?

Ja, weil wir einfach auch hingehen und fragen: Wie war es wirklich? Und so hast du dann auch wieder eine gute Geschichte, aber sie ist näher bei der Wahrheit.

Eine Frage von mir wäre auch noch gewesen, ob es mehr positive oder negative Rückmeldung der Menschen nach der Ausstrahlung gibt, die hast du ja aber eigentlich schon beantwortet, da du ja eigentlich nur gute Rückmeldungen hattest.

Eigentlich, also...ja. Mir fällt wirklich nichts anderes ein.

Das ist ja auch gut so. Was freut denn die Menschen so daran, was haben sie denn in den positiven Rückmeldungen so gelobt an der ganzen Arbeit mit euch?

Dass sie nachher in ihrem Umfeld vielleicht viel offener mit einem Thema umgehen können. Dass sie sich sogar vor den Arbeitskollegen, bei denen sie vorher Angst hatten, dass das alles schlimm ist und sie sich verstecken müssen, sogar Zuspruch bekommen haben. Wieso hast du uns das nicht früher gesagt? Und...was noch? Wir konnten auch Menschen schon helfen, dass sie trotzdem einen Job bekommen haben, wenn sie was Schlimmes gemacht haben.

Das ist wirklich interessant, weil ich sonst auch viel das Gegenteil gehört hab. Dass die Leute nach der Fernsehberichterstattung eher ablehnender waren, weil sie es nicht wussten, aber das kommt dann eben wirklich auch das Wie der Darstellung an.

Es kommt nur auf die Darstellung an. Und was natürlich und da sag ich wieder, ich find das was ganz Schlimmes, was mit dieser Kampusch-Geschichte war, aber das ist so ein eigenes Thema und das sticht so hervor unter so vielen alltäglichen Fällen, die nicht einmal alltäglich sind, die auch krass sind teilweise, aber die sprengt alle Ketten. Was da passiert

ist, dass das Opfer eigentlich so unglaublich dargestellt wird. Und da habe ich so die Befürchtung, dass das viele andere Opfer wieder abschreckt. Wenn ich meine Geschichte erzähle, dann geht's mir auch so. Dann wird das bösartig, dann wird alles ausgeschlachtet. Dann könnte...die Leute haben nie genug. Ja, sie wollen immer noch mehr, sie wollen immer noch Schmutzigeres. Sie sind nicht zufrieden, mit dem, was sie sehen. Das hat aber wieder mit der Boulevardbeschreibung des Opfers zu tun. Denn wenn ein Opfer nicht weint und nicht zerbrochen ist, sich nicht versteckt, dann ist es anscheinend kein gutes Opfer. Dann glaubt man dem Opfer nicht. Die Gesellschaft hat ein eindeutiges Bild vorgezeichnet bekommen, wie ein Opfer auszusehen hat. Und das finde ich ganz schlimm. Das ist auch unsere Erfahrung, dass das nie so ist. Jeder Mensch reagiert anders.

Du hast ja meist auch länger Kontakt zu den Protagonisten. Ist das bei fast jedem so oder nur bei bestimmten Fällen? Und wie sieht der Kontakt dann aus? Triffst man sich regelmäßig? Telefoniert man?

(Zögert) Also erstens einmal sieht der Kontakt für mich viel mehr so aus, dass ich die Betreuungsorganisationen frage. Es ist nicht mal so sehr, dass ich mit den Opfern oder Tätern in Kontakt bleibe. Das halte ich eigentlich auch nicht für angemessen. Da könnte wieder passieren, dass es in das Gegenteil umschlägt. Die glauben dann ich bin ein Freund, das bin ich nicht. Und ich glaub das muss man auch von Anfang an klar stellen. Das wäre ganz ein großer Fehler. Ich frage oft über die Betreuungsorganisationen, manche Leute schreiben auch wieder...

Von allein?

...Ja. Oder es kommt eben eine neue Entwicklung in einem Fall und dann hat man automatisch wieder mit Leuten zu tun und dann merkt man es eh sofort. Ich hab jetzt zum Beispiel...es war doch vor zwei Wochen diese Geschichte, ich weiß nicht, ob du das mitverfolgt hast, von diesem Mädchen, das vor 14 Jahren in Südtirol mit einem Stein erschlagen worden ist. Die hat geheißt...äh... tja so schnell geht's.

Erschlagen, sie ist also auch gestorben daran?

Ja, sie ist ermordet worden. Sie war bei der Loveparade in Zürich, ist dann mit dem Zug nach Innsbruck gefahren, ist dort wahrscheinlich in den falschen Zug eingestiegen, ist nach Südtirol und nicht nach Graz gefahren. Sie ist am nächsten Bahnhof aber ausgestiegen, hat dort gefragt, wie sie wieder nach Innsbruck kommt, der hat gesagt, sie soll ein Taxi nehmen und dann ist sie erschlagen aufgefunden worden in einem Bachbeet. Und wir haben es damals geschafft, dass eine Kollegin von mir die Mutter in einem Interview bekommen hat. Das war sehr frisch. Also ich mein, die wurde gerade ermordet, ja. Die hat echt, glaub ich am nächsten oder übernächsten Tag ein Interview gegeben. In diesem Fall war das dann auch so, für diese Frau so reinigend. Ah ja, ich weiß warum. NEWS hat damals geschrieben, dass dieses Mädchen im Drogenrausch war und wir haben dann angerufen und wollten wissen, wie war das wirklich? Und diese Mutter wollte ihre Tochter reinwaschen. Weil es stimmt nicht, es hat einfach nicht gestimmt. Deswegen hat sie uns das Interview gegeben, für ihre Tochter. Und jetzt 14 Jahre danach haben sie an ihrem Pullover wieder neue DNA-Spuren gefunden.

Erst 14 Jahre später?

Durch neue Untersuchungsmethoden. Und ich hab wieder diese Mutter angerufen und die war sofort...sie hat gesagt, das war damals so wertschätzend dieses Interview. Meine Kollegin hat der Frau damals einen Brief geschrieben, ich glaub sie hat auch öfters nachgefragt wie es ihr geht und sie hat jetzt sofort gesagt, ja. Es haben bei ihr wieder hunderttausende Leute angerufen, sie hat niemandem ein Interview gegeben, nur uns. Weil sie gesagt hat, das war damals so wertschätzend. Sie hat mir nur leider drei Stunden vor dem Interview wieder abgesagt und zwar weil die Tochter es nicht wollte. Die Mutter hat auch zu mir gesagt, dass es ihr jetzt so leid tut, weil sie hätte das wirklich gern gemacht, um eben anderen Mütter den Weg aus der Krise zu zeigen. Wie schafft man das zu verarbeiten? Wie hat sie es geschafft weiter zu leben? Dann ist aber herausgekommen, dass die Tochter dieses Ereignis überhaupt nicht verarbeitet hat und dass die das total verdrängt und das hat die Mutter wiederum als Anlass genommen, dass sie sagt, wir müssen das aufarbeiten.

Sie hat mit der Tochter dann therapeutische Hilfe gesucht?

Genau. Ich hab da selbstverständlich gesagt, das ist zu respektieren. Sie geben den Rhythmus vor, das war ausgemacht. Ich will sie da zu nichts überreden oder ihr rein reden. Wie gesagt, sie muss den Sinn erkennen. Wenn sie keinen Sinn erkennt, dann soll sie es nicht tun.

Dann würde das Interview ja auch nicht so gut oder zweckerfüllend sein.

Sie hat das wirklich abgesagt wegen der Tochter.

Eine weitere Frage, die du im Prinzip auch schon beantwortet hast, wäre noch, ob man der Story wegen, den Protagonisten auch schon mal in ein schlechteres Licht rückt. Dass man beispielsweise ein Opfer als krasser Opfer darstellt, da sagtest du ja, dass du das nicht möchtest.

Wobei ich sagen muss, aber das ist glaube ich der schwierige Spagat, wir sind keine Sozialarbeiter und wir sind auch nicht Sozialarbeiter-TV, sondern wir machen schon Fernsehen. Wir sind auch abhängig davon, dass möglichst viele Menschen das anschauen. Von daher muss man natürlich auch eine Geschichte so gestalten, dass sie aufregt, dass sie unter die Haut geht, dass sie emotionalisiert. Da gibt's ja Werkzeuge dafür und es wäre jetzt falsch da zu sagen, dass wir so heilig sind. So etwas gibt es nicht, aber es geht um die Gewichtung. Und es geht um das, um das einhalten von Grenzen und wahren von Respekt. Dass man aber trotzdem mit Musik dramatisiert, dass man mit Bildern dramatisiert und sowas, das ist keine Frage, das ist unser Geschäft.

Meinst du, dass die Protagonisten von den Mitteln der Postproduktion, also was im Schnitt gemacht werden kann, was mit Musik gemacht werden kann, was durch den Off-Text vielleicht gemacht werden kann, dass denen das bewusst ist? Das kann ja so einen Beitrag nochmal in ein ganz anderes Licht rücken, als wenn man nur das Rohmaterial benutzt.

Absolut.

Aber ist den Menschen das klar?

Nein, glaub nicht. Das wäre auch eine Überforderung. Weil die Menschen, glaub ich, prinzipiell, das erlebe ich in meinem Geschäft tagtäglich, gar nicht so recht wissen, was wir eigentlich genau tun. Dass sie gar nicht wirklich begreifen, was passiert.

Trotzdem machen sie mit.

Eben ja, eben.

Was denken die Leute, was man macht? Was stellen sie sich falsch vor?

Ich glaub sie stellen sich gar nichts vor. Oder sie stellen sich das vor, was sie halt immer im Fernsehen sehen. Das kommt dann auch ganz drauf an, wie sie das rezipieren. Vielleicht gibt es ja auch Leute, die Explosiv total super finden.

Es gibt ja auch Leute, die schauen es sich an, würden aber selbst niemals Teil davon sein wollen.

Ja, absolut.

Gut. Gibt's denn...es gibt bestimmt ganz viele Themen, aber gibt es denn ein paar ganz bestimmte herausragende Menschen oder Geschichten, die dir ganz besonders im Gedächtnis geblieben sind aus deiner Vergangenheit, aus deiner Berufslaufbahn?

Ja, da gibt's viele.

Also kann man das gar nicht herunter brechen auf eins, zwei bestimmte?

Also ich mein, man kann jetzt zum Beispiel sagen, dass ich mein Buch genau nach diesen Kriterien ausgewählt hab. Also diese zehn Geschichten, die in meinem Buch sind, das sind jetzt schon lauter Geschichten, die mich schon sehr beschäftigt haben.

Das Buch hab ich mir auch bestellt, da ich jetzt davon gelesen hatte...

Das Buch beginnt auch nicht zufällig mit der Hinrichtung, bei der ich dabei war, in den Vereinigten Staaten, mit der Frau, die ich dorthin begleitet hab, auch zu der Hinrichtung. Also das hat mich schon sehr geprägt. Das war schon etwas sehr einschneidendes.

War das eine Amerikanerin?

Nein, sie war Österreicherin, die einen Todeshäftling geheiratet hat. Ich war dort auch, ich war bei der Hochzeit dabei, ich war... und dann eben auch bei der Hinrichtung dabei und hab mit dem Interviews gemacht vor der Hinrichtung.

Das war schon krass, oder?

Ja, das war schon, das war krass. ja. Und das krasse daran war eigentlich, also warum das so belastend war, weil man friert. Also du kannst nichts tun. Der ist tot. Wir haben 14 Beiträge gemacht. Die hat ja sehr gekämpft für ihren Mann. Vor dem Europäischen Gerichtshof, hat hunderttausende Unterschriften gesammelt...

Wie haben die beiden sich denn kennen gelernt?

Über Briefe, Brieffreundschaft. Und am Ende verlierst du. Er ist tot. Und das ist eine Ohnmacht.

Habt ihr im Nachhinein auch noch mit der Frau geredet?

Ja, ganz oft. Die hat auch die Rede auf meiner Buchpräsentation gehalten.

Wie geht man als Journalist damit um, wenn man sowas erlebt?

Also damit schlecht.

...dass man darin nicht selbst zugrunde geht, wenn man bei solchen Geschichten dabei ist?

Mit dieser Geschichte schlecht, weil eben, weil du voll an die Grenze dessen stößt, was du eigentlich ausrichten kannst. Während ich bei jeder anderen Geschichte noch immer versuchen kann, irgendetwas zu finden, wofür es sich lohnt. Und wenn das nur ist, dass ich ein Opfer interview und diese Geschichte zwar extrem tragisch ist, aber andere Opfer was sehen und dann vielleicht auch den Mut haben.

Kann man bei dieser einen Geschichte aber nicht sagen, dass es der Frau in irgendeiner Form geholfen hat?

Das mein ich, das war da vollkommen so. Deswegen stehen wir ja heute noch in so gutem Kontakt. Die wär allein gewesen, wär ich nicht da gewesen.

Freunde oder Familie standen nicht so hinter ihr?

Eher weniger. Oder es gab oder gibt eigentlich keine Familie. Freunde schon, aber nicht nur das, auch ihm hat es geholfen, weil wir ja gekämpft haben. Ihm hat das auch sehr gut getan, dass wir da waren. Der war sogar froh, dass ich bei der Hinrichtung war. Aber auch nur, weil er bis fünf vor zwölf gewartet hat, ob er begnadigt wird. Weil er einfach gehofft hat, dass unsere Berichterstattung hilft. Die hunderttausend Unterschriften haben dem gut getan.

Damit man weiß, es gibt Leute, die stehen noch zu einem...

Der österreichische Präsident hat für den unterschrieben. Die ganze EU-Kommission damals, das ganze österreichische Parlament hat sich da beteiligt. Das hat dem natürlich extreme Rückendeckung gegeben. Sie hat dann das Grab gesponsert bekommen. Also das waren schon auch positive Auswirkungen.

Probandin 6

Sagen Sie mir doch am Anfang bitte für welche Sendung Sie gedreht haben und worum es dabei überhaupt ging?

Ja, also das war ein Beitrag für RTL Explosiv und es ging darum, ich mach ja immer wieder Knigge für Kinder und Jugendliche und es ging darum, dass das Fernsehen mitdreht, meinen Workshop, für diese...genau, diesen Workshop mitdreht. Ich hab mich total gefreut am Anfang, das ist aber dann eben anders abgelaufen als, ja... es wurden Dinge nicht gesagt. Ich wusste zum Beispiel nicht, dass die die ganze, den ganzen Workshop dabei sein würden. Das war mir neu. Ich hab gedacht, die machen halt kleine Interviews und machen so immer wieder kleine Aufnahmen, aber die waren ständig da.

Haben sie Ihnen vorher gesagt, dass sie ständig dabei sein werden?

Nein, nein, das hab ich nicht gewusst, dass die immer da... sie haben dann alle immer wieder interviewt, sowie die Kinder als auch die Eltern. Mich auch, das war gut, das war wieder super, sie haben mich sicher drei Mal interviewt und ich war auch tatsächlich mit drei Statements drinnen. Das war super! Weil das war auch eine Werbung für mich. Soll ich jetzt schon eingehen auf das, was nicht gesagt wurde?

Nein, das kommt später noch. War das ihre einzige Erfahrung mit dem Fernsehen, mit Magazinsendungen im Fernsehen?

Ich hab noch was mit dem ORF gemacht.

Für welche Sendung denn?

Das ist auf meiner Homepage oben. Einmal, ich weiß es schon gar nicht mehr, das ist schon so lang her. (Anmerkung: „Willkommen Österreich“, ORF 2006 | Puls4 2004)

Für RTL war das, das einzige Mal?

Ja. Aber unlängst war 'Hallo Okidoki'. Kindersendung. Und das war super. Das war genau das Gegenteil. War zwar ein viel kürzerer Beitrag, aber die Kollegin von ihnen beziehungsweise die Moderatorin hat mir ganz genau das Drehbuch gesagt, hat mir ganz genau gesagt wie lange das dauern wird, wie sie sich das vorstellt, das war tiptop. War eine junge Frau. Die war total fair und es war alles in Ordnung.

Wo wurde für RTL gedreht? Auch hier in Ihren Räumlichkeiten?

Nein, in der Steirerstuben in der Wiedner Hauptstraße. Das ist ein Edelrestaurant, also ein gehobenes Restaurant und da finden diese Seminare meistens statt.

Wie sind Sie denn dazu gekommen, dass der Beitrag mit Ihnen gemacht wurde?

Es wurde angefragt und zwar bei meiner Kooperationspartnerin in Graz, die das mitorganisiert. Die haben offensichtlich ihre Adresse zuerst gehabt und haben angefragt und dann wurde das an mich weiter geleitet.

Sie waren auch sofort dabei und wollten mitmachen?

Ja freilich. Also ich bin da immer offen, grundsätzlich.

Was waren denn Ihre eigenen Gründe, warum wollten Sie bei dieser Sendung mitwirken?

Naja, diese Knigge-Seminare für Kinder und Jugendliche gibt es ja wirklich noch nicht so lange und das ist einfach Werbung und es ist immer gut in den Medien zu sein. Ich versteh mich auch gut mit Medienleuten und das ist einfach ein Geben und Nehmen, ja. Sie kriegen das Know-How beziehungsweise die Information die Medienleute und dafür krieg ich die Werbung sozusagen. Das ist der vorrangige Grund.

Welche Folgen hatte denn der Beitrag bei RTL Explosiv für Sie? Positive Folgen, wie auch negative. Was war beruflich danach, wie hat Ihr Umfeld reagiert, Freunde, Familie?

Naja, das erste, was nach den Aufnahmen jetzt, abgesehen von der Art und Weise wie es durchgeführt wurde, was sehr unangenehm war, ist, dass es ein halbes Jahr nicht erschienen ist. Sie haben uns erst gesagt, in 14 Tagen erscheint das. Nein, Entschuldigung, sie haben gesagt, das könnte ein bisschen länger dauern, aber voraussichtlich in 14 Tagen, drei Wochen oder so. Fakt ist, es ist im Frühsommer glaub ich aufgenommen worden, im Juni 2011 oder so, die Zeit geht schnell, das merk ich gerade, und ausgestrahlt wurde es dann ohne mein Wissen. Wir haben das nicht gewusst, wann das ist. Ich glaube im Oktober dann. Und die Frau... war auf Urlaub, sie hat gesagt, sie war auf Urlaub und konnte es mir nicht mitteilen. Ja, aber sie hätte es ja auch organisieren können, dass ich es erfahre, ja? Auf jeden Fall, ich hab das dann nicht erfahren. Das war ungut den Eltern gegenüber, weil wir den Eltern natürlich gesagt haben, dass sie sofort erfahren wann das ausgestrahlt wird und wir haben die sicher drei, vier Mal vertrösten müssen. Die haben immer wieder angefragt.

Da muss ich dazu sagen, das Material wird ja dann nach Köln zu Explosiv gesendet und dann hat man da leider nicht mehr so sehr die Macht darüber, wann das gesendet wird. Als Redakteur einer externen Produktionsfirma weiß man dann auch leider nicht immer genau, wann das nun gesendet wird.

Ich verstehe. Okay, ja gut. Ansonsten, ich hab das vor allem meiner Familie weiter gegeben und Freunden. Und hab halt, das Drehbuch, das wusste ich nicht. Die hatten ja ein Ziel. Ein Ziel, das auf eine bestimmte Art und Weise zu drehen, damit das so und so rüber kommt und so ist es meines Erachtens nach dann auch rüber gekommen. Das war aber nicht meine Intention und das war eigentlich auch keine Werbung für meine, für meine, für meinen Workshop.

Was war das Ziel von denen?

Es war das Ziel von denen, extrem, ich sag jetzt einmal, eine extrem arme Familie, sag ich jetzt einmal, oder zum Teil mittellos, er war Straßenbahnfahrer, ich weiß nicht was sie gemacht hat, ich glaub sie hat auch irgendwas gearbeitet, ich glaub Abwäscherin oder sowas, sehr einfach. Jetzt nicht abwertend gemeint. Überhaupt nicht. Aber die Umstände zu Hause waren dann doch sehr chaotisch, das wurde dann alles aufgenommen und letztendlich kam es dann doch ein bisschen so raus, naja, Umgangsformen das können sich ohnedies nur die Reichen leisten und die zwei Kinder wurden jetzt eingeladen auf diesen Workshop und normalerweise ist das eh alles nicht so wichtig, denn das ist...ja. Letztendlich ist es eher so diese Klassen, also also dieser Spalt zwischen Arm und Reich wurde forciert durch den Beitrag und letztendlich, naja, ist ja nett, wenn man Umgangsformen hat, aber die Kinder sind halt so wie sie sind, das ist eigentlich nicht so wichtig.

Wurden die Familien von der Redaktion ausgewählt?

Ja ja ja. Naja, nein, alle Familien wurden von uns gesucht. Von meiner Kollegin in Graz und von mir. Die Familien wollten Workshop sowieso machen. Und RTL, also die Frau ... und ihr Team, haben dann diese zwei Kinder mit ausgesucht, das war die Voraussetzung, dass sie diesen Film drehen. Hab ich gesagt, okay, ist in Ordnung. Nur, ich wusste natürlich nicht was das für Familienverhältnisse sind, wie die auftreten, wie sie aussehen und das war mir dann eher unangenehm und das was eben, was ich nicht so stehen lassen konnte, das weiß auch die Frau ... nicht, ich hab dann im Nachhinein diesen Film zusammen geschnitten und die Sachen raus genommen, die meines Erachtens nach ins Asoziale gehen. Also für meine Website. Ich hab das einfach heraus genommen. Jetzt geht's, ja, man sieht zwar auch kurz die Eltern, aber es ist dann nicht mehr so ein katastrophaler Eindruck, weil das einfach mir schadet, das schadet meinem Image. Es ist natürlich richtig, dass ich mich eher an betuchte Leute wende, denen wichtig ist, dass die Kinder sich gut benehmen, das ist schon richtig, aber es kann auch nicht so sein, dass durch die Eltern, die dort auftreten mein Image angekratzt wird.

Gab es denn für sie berufliche Konsequenzen nach der Ausstrahlung? Mehr Zuspruch für sie oder weniger?

Nein nein, das hatte überhaupt keine Auswirkungen. Ich hab dadurch nicht mehr Workshopteilnehmer bekommen, aber auch nicht weniger. Das ist mein Eindruck.

Was gab es für Resonanz im Freundes- und Familienkreis?

Ja eben, meine Familie hat eben gemeint, ja also die anderen, mit denen man nicht wirklich eng ist, die äußern sich ja auch nicht so, die tun sich die Arbeit ja nicht an und die wollen dann auch nicht diskutieren, aber meine Schwester und mein Bruder haben gesagt, dass das möglicherweise nicht so rüber kommt, wie ich mir das vorgestellt habe. Es wurde der Gemeindebau gezeigt und die Wohnung und wie die Kinder spielen, es war laut, die Kinder haben geschrien und dann wurden sie immer wieder ermahnt, dass sie leise sein sollen und dann hat das Mädchen gesagt 'Ja, wir müssen leise sein, sonst kommt wieder die Polizei'. Das war nicht so ganz in meinem Sinne, das wusste ich aber alles nicht.

Haben sich denn Freunde wegen des Beitrags abgewendet von Ihnen oder haben sie Beleidigungen zu hören bekommen oder so etwas in der Art?

Nein, das gab es alles gar nicht. Nein, ich sag mal so, die Ausstrahlung war auch nicht so, dass da ganz Österreich zuschaut und auch RTL Explosiv, ich hab mir da zum ersten Mal auch die anderen Beiträge angeschaut, das ist sowieso eine Richtung, die ich mir sonst nicht anschau. Von daher, meine Freunde hätten das sowieso nicht angeschaut, weil RTL Explosiv nicht einfach Format ist, das wir unbedingt schauen, auch das soll jetzt nicht abwertend klingen. Jeder hat so seine...der eine liebt Ö1, der andere liebt Ö3, doch RTL Explosiv geht in eine...wie heißt das noch... Boulevardrichtung?

Ja, das gehört schon zum Boulevardfernsehen.

Ja und das ist halt schon was eigenes.

Aber Sie haben ja zum Glück keinen weiteren Schaden genommen. Können Sie nochmal zusammenfassen, was Ihnen an dem Beitrag gefallen hat und was nicht?

Das Schlechte war, dass ich überhaupt nicht über das Drehbuch aufgeklärt wurde. Überhaupt nicht. Mit keinem Wort. Mir wurde nur gesagt, dass sie mitfilmen werden, aber dass sie den ganzen Workshop dabei sein werden und dann unterbrechen und sagen 'Wie ist das jetzt?' und 'Können sie das so und so machen?', das war auch nicht ausgemacht. Das was einen negativen Beigeschmack hat, für mich, die Frau ... betreffend, ist, dass sie mir das Drehbuch nicht gesagt haben, das ist eigentlich...

Haben Sie vorher gefragt, ob Sie ein Drehbuch haben können?

Nein, das habe ich nicht, das war mein Fehler. Das war meine Naivität, das war immer selbstverständlich bei den Sendungen, dass ich weiß worum es geht und was da gemacht wird und ich war da zu naiv und hab nicht nachgefragt und das werd ich nicht mehr machen. Ich werd mich ganz genau erkundigen. Aber man lernt draus, aus Naivität und Gutgläubigkeit. Das war aber so, dass die Frau ... das wirklich so in ihrem Format bringen wollte, wie sie das wollte und hat sich da nicht irgendwie gerichtet nach mir. Das heißt, sie wollte wirklich dieses Arm-Reich herausstreichen und sozusagen die Umgangsformen relativieren, sag ich mal so. Es ging vor allem um die Familie. Und die Kinder, die zwei, die gratis eingeladen wurden, die waren eh okay, also die haben eh brav mitgemacht und haben auch viel gelernt, ja. Sie haben viel profitiert und das war überhaupt kein Problem.

Wie war ihr Gefühl als Sie den Beitrag das erste Mal gesehen haben, was haben Sie dabei gedacht?

Ich hab gedacht, naja, da ist aber auf viel dabei von Dingen, die eigentlich gar nicht besprochen wurden. Ich hab überhaupt nicht gewusst, dass sie in den Gemeindebau gehen und diese Familie filmen und wie die Kinder da rumtollen und das Chaos herrscht und herumgeschrien wird, das hab ich alles nicht gewusst. Das hab ich dann gesehen und hab gedacht, aha, na schau an, interessant. Und hab's mir dann öfter angeschaut, wir haben darauf bestanden eine DVD zu bekommen, die haben wir dann auch Gott sei Dank bekommen und hab gedacht, dass ich das so eigentlich nicht stehen lassen kann.

War es für Sie ein beschämendes Gefühl, dass Sie damit in Verbindung gebracht wurden?

Naja, nicht beschämend, aber es ist einfach nicht imagefördernd, es ist überhaupt nicht meine Zielgruppe, überhaupt nicht. Und es ist eher so, wenn die wenn die betuchten, ich sag jetzt mal die betuchten, für Eltern, die sich das leicht leisten, auch das soll jetzt nicht abwertend klingen, muss ich mal dazu sagen. Wenn solche Eltern sowas sehen, die sagen ja 'Um Gottes Willen, was sind denn das für Leute da, da stecken wir unser Kind sicher nicht hin'. Das war's, was ich nicht wollte. Das ist aber jetzt herausgeschnitten und das kommt jetzt auch nicht mehr so rüber. Ich benutze das jetzt eben ein bisschen eingeschränkt auf meiner Website. Ein bisschen.

Die Überraschung nach diesem Beitrag war aber eher negativ, können Sie das so sagen?

Nein, es war beides. Es war negativ bezüglich der Punkte, die ich gerade angesprochen hab, aber es war positiv, weil die Kameraführung gut war, es war die Musik gut, es war gut gemacht, es war von Profis gemacht, ich bin gut rüber gekommen, habe ich gefunden. Sie haben mich öfter gebracht, die Statementauswahl war einwandfrei. Da kann man überhaupt nichts sagen.

Okay. Hat die Postproduktion wie es so schön heißt, also der Schnitt, die Musik, der Text, der da noch gesprochen und drüber gelegt wird, hat das denn den Beitrag noch sehr verändert oder war das in Ordnung für Sie?

Das war zum Großen und Ganzen in Ordnung, zum Schluss war's nicht in Ordnung. Die Quintessenz so nach dem Motto, die Kinder sind halt Kinder und bekleckern sich halt, das stimmt eh ja, aber so quasi nach dem Motto, Umgangsformen sind zwar nett, aber ja sind nicht wirklich notwendig.

Als ob es nicht wirklich nötig ist, was Sie machen?

Ja genau, genau so. Von der Sprecherin ganz zum Schluss.

Die Postproduktion, also der Schnitt, der gesprochene Text und so weiter, kann ja einen Beitrag schon stark verändern. War Ihnen das vorher bewusst?

Nein, das war mir nun überhaupt nicht klar. Das war eben dieses leicht manipulative, so hab ich das erlebt. Das ist eben, es war kein, das ging in die Richtung, wie RTL Explosiv das wollte und Frau ... hat da wahrscheinlich auch so ihre Vorgaben, die muss das vielleicht so machen, ich weiß es nicht.

Man spricht das ja mit der Hauptredaktion durch und die äußern auch ihre Wünsche und das ging wahrscheinlich in diese Richtung.

Das ist ja auch okay, nur dann muss sie mich da briefen vorher. Und dann muss ich entscheiden dürfen ob ich das dann trotzdem noch mache oder nicht.

Der Text, der da noch eingesprochen und drüber gelegt wird, da hat Frau ... keinen großen Einfluss drauf, weil das in Köln gemacht wird. Sie liefern zwar das Rohmaterial und schreiben die Hauptpunkte auf, aber der Rest wird dann dort gemacht. Das ist so ein bisschen das Problem an der Sache.

Ah, ich verstehe. Das ist gut von Ihnen auch zu wissen, denn da muss ich dann auch die Konsequenz ziehen und in Zukunft eher mit Menschen zusammenarbeiten, wo alles in einer Hand ist.

Wie fanden Sie denn die Zusammenarbeit mit dem Drehteam am Tag des Drehs? Hat Ihnen das gefallen oder lief da auch etwas nicht so gut?

Das war im Großen und Ganzen in Ordnung. Es war halt so, dass wir uns in der Gruppe natürlich immer stark nach dem Team richten mussten. Sie haben sich nach uns auch gerichtet, aber es war halt immer ein...bis die Einstellungen passen, dann wurde da unterbrochen. Dann hab ich ein Statement gegeben, warum wir das so machen, also sie wollten, dass wir bestimmte Dinge einfach erklären oder so machen für den Beitrag.

War es störend?

Es war im Rahmen, sagen wir es so. Aber das was eben nicht im Rahmen war, das sie die ganze Zeit gedreht haben, also dass das die ganze Zeit war. Weil das geht vier Stunden. Das war mir eigentlich nicht...weil wir ja doch...es wird ständig gedreht und ich bin dann eigentlich doch in einer Ausnahmesituation, weil ich nicht so referiere, also ich referiere im Großen und Ganzen schon so, aber man ist unter einer großen Spannung, weil man weiß es kann jedes Wort, es wird jedes Wort mitgefilmt und das ist...

Im Großen und Ganzen war das Team aber nett?

Nett ist übertrieben. Sie waren okay. Nett ist übertrieben. Sie waren höflich, okay, aber sie sind uns nicht irgendwie sehr freundlich entgegen gekommen oder so, das nicht, nein. Aber es war okay.

Würden Sie denn wieder bei Fernsehmagazinen mitwirken?

Schon ja, aber bei RTL Explosiv würde ich's mir überlegen, weil das eben so gelaufen ist und ich würde es ganz genau abklären vorher und ich würde eben auch abklären in wie vielen Händen das ist, wer dann da seinen Senf unter Anführungszeichen noch dazu gibt, bis der Beitrag dann so ist wie er letztendlich ist. Das steht ja dann nicht in unserer Macht sozusagen. Also ich würde sehr viel vorsichtiger sein und ja, auch meine meine meine Vorgaben machen. Ich würde jetzt nicht mehr wie ein braves Mädchen, ja ja macht mal, sondern ich würde da mehr nachfragen. Sonst bin ich aber generell überhaupt nicht abgeneigt.

Und warum?

Also ich bin gerne in den Medien, natürlich vor allem aus Werbegründen. Weil das einfach viel bringt. Als Einzelunternehmen ist man sowieso abhängig von Werbung und von neuen Kunden, insofern ist natürlich alles was Werbung ist gut, wobei es wird auch immer überschätzt. Also es ist bei keinem Beitrag irgendwas zurück gekommen. Ich hab jetzt glaub ich vier oder fünf Beiträge gemacht (überlegt) für's Fernsehen, vier waren es glaub ich, da hat man überhaupt keine große Steigerung danach bemerkt.

Man sagt ja auch immer, auch schlechte Werbung ist irgendwie Werbung, aber bei Ihnen hat es so auch nicht gewirkt...

Ja, das war auch nicht mein Zielpublikum. RTL Explosiv ist nicht mein Zielpublikum.

Proband 7

Bei welchem Magazinbeitrag hast du denn mitgewirkt?

Ich hab bei 'Wissenshungrer' mitgewirkt. Das ist ein Magazin, das leider jetzt schon abgesetzt ist, das leider kannst du raus streichen. Das ist sowas wie 'Galileo' gewesen, quasi eine Wissenssendung und Leute, die 'Galileo' gucken wissen ja, dass sich da mittlerweile alles nur noch ums Essen dreht und bei 'Wissenshungrer' war das da halt schon von vornherein so, dass es halt nur...Essenthemen gab. Und da war ich Praktikant.

Wie bist du dazu gekommen, dass du da mitgewirkt hast?

Ja so, also es ist erstmal so, dass die Praktikanten am Anfang nur am PC gesessen haben und das Material gesichtet haben und man musste sich, man musste da schon hinterher sein, um auf Drehs zu kommen. Ich war auf zwei Drehs derweil mit, einfach nur weil ich, ich glaub ich hatte einfach Glück, weil ich so einen guten Praktikumpapa hatte.

Und bei einem davon hast du auch selbst mitgewirkt?

Bei beiden. Äh, ich hab bei zwei Drehs mitgemacht und mitgewirkt, genau. Eins war in, ich glaub das war in...ich weiß gar nicht, ach ja, bei dreien war ich dabei, bei zwei hab ich mitgemacht.

Worum ging es dabei und wie hast du mitgewirkt?

Es ging primär ums Essen. Bei dem einen war ich nur dabei und hab zugeguckt wie das so abläuft bei so einem Dreh. Und wenn's jetzt ums mitwirken ging, da ging es um so ein Blind-folded-Essen quasi, da musste man halt, da hat man drei verschiedene Essen zu essen bekommen und dann musste man entscheiden, was am besten geschmeckt hat. Es ging um Sauerbraten.

Dir wurden die Augen verbunden und...?

Ja, da war ich richtig ein Protagonist, der dann halt natürlich auch seinen Senf dazu gibt 'Ja Mensch, das war am leckersten oder das hat ein bisschen...'. Das war Sauerbraten mit Pfefferkuchensoße, das war geil.

Der hat dir am besten geschmeckt?

Ja, ich weiß gar nicht, aber das war schon gut auf jeden Fall. Schade, dass es so wenig gab. Das andere Mal musste ich spielen, so. Ja, das war so peinlich. Ich glaub ich hab die Sendung auch noch auf PC äh äh auf CD. Da musste ich halt so einen Immigranten spielen, der aus Hamburg nach Amerika kommt, weil wir da die Geschichte des Hamburgers zu entschlüsseln versuchten, ja? Da ist dann eine Stimme im Off 'Woher kommt der Hamburger?'.
Aber das war schon erkenntlich, dass es nur gespielt war?

Ja ja natürlich, so schwarz weiß und kriselig. Halt einfach nur, damit die Stimme, die da irgendwas über die Geschichte erzählt, noch eine schöne Bilduntermalung hat. Da kann man ja nicht nur Essen filmen, wenn es ja vielmehr um die Geschichte ging in dem Beitrag.

Hast du bei beiden freiwillig mitgewirkt oder haben die dir zum Beispiel gesagt, dass du das machen musst, sonst fliegst du aus dem Praktikum?

Ich wollte das schon machen, ja. Sie hätten sicher jemand anderen gefunden. Ich weiß gar nicht, ob ich wirklich gefragt hab, oh ich möchte da mitspielen, oder ob sie's mir angeboten haben. Das weiß ich nicht mehr.

Aber sie haben da kein Druck ausgeübt?

Nein, ich schätze nicht. Also es ist manchmal...also ich hab das schon mitbekommen...aber das ist halt schon vier Jahre her, das ist ein bisschen schwierig, es war dann aber schon so, dass die auch manchmal Leute auf der Straße angequatscht haben 'Ja, willst hier nicht mal nen Hamburger essen oder sowas?'. Ich glaube das war auch direkt bei dem selben Beitrag, bei dem Hamburger-Beitrag. Da haben die dann natürlich auch den teuersten Hamburger der Welt gemacht oder sowas, mit Goldblättchen oder so, und da haben sie glaub ich direkt jemanden an der Straße angequatscht 'Hier, willst du ein bisschen Geld verdienen und willst du mal ein bisschen essen?' und das machen, das ich auch mit dem Sauerbraten gemacht hab.

Hast du dafür Geld bekommen?

Nee, gar nichts, achso doch doch,also für's Praktikum selbst hab ich 400 Euro bekommen. Aber für die Beiträge extra nicht nochmal.

Wo bekommen die denn sonst noch so ihre Protagonisten her?

Viel machen es schon Praktikanten beziehungsweise Mitarbeiter sich dann irgendwie verkleiden. Dass die sich in irgendeine Schale werfen oder so. Lass mal überlegen, also manchmal Tonmänner oder sowas, aber wie gesagt, ich war nur bei drei Drehs dabei.

Haben sie eine Kartell mit Protagonisten?

Ich schätze schon, auf jeden Fall. Es gibt ja auch sowas, ich weiß jetzt nicht ob das wichtig ist, aber es gibt ja auch sowas wie filmgesichter.de, das hat mir ein Kommilitone mal empfohlen. Da kann man sich bewerben mit Foto, Lebenslauf und was man so gemacht hat und dann bekommt man ne Mail 'Hey, wir suchen gerade so eine Rolle', entweder als Nebendarsteller in einem Film oder ich schätze auch mal für so Doku-Dinger, für Docutainment-Serien. Also ich schätze schon, dass die immer mal auf spezielle Leute zurück greifen.

Hast du dir die Beiträge, in denen du mitgemacht hast, danach auch angeschaut?

Einen nicht, nee. Also wie gesagt, den mit dem Hamburger hab ich noch auf CD, aber verschlossen im Safe und den mit dem Sauerbraten tatsächlich nicht, nee. Die Sendung wurde auch lustigerweise kurz nachdem ich abgehauen bin abgesetzt. Einen Monat danach (lacht) oder so.

Komisch (lacht)...

Ja, auf jeden Fall, sehr komisch.

Haben denn deine Freunde, Familie, Bekannte oder so, haben die denn die Beiträge gesehen und dir danach Rückmeldung gegeben?

Das ist eine gute Frage...

Hast du es denn überhaupt erzählt?

Nicht freiwillig. Also ich bin ja so, ich fand das halt peinlich. Ich fand das halt peinlich im Nachhinein. Aber nicht so, dass man es nie zeigen darf oder so, aber mir selbst wäre es unangenehm es jemandem zu zeigen.

Warum?

Das liegt halt an mir. Ich find mich nicht fotogen. Wenn ich mir das jetzt zum Beispiel anhören würde, dann würde mich auch meine Stimme nerven, weil ich das voll eklig finde. Das liegt jetzt nicht an der Sendung, aber ich wurde im Studivz angeschrieben, ich glaub von ... oder so 'Hey, ich hab dich zufällig gestern beim Hamburger essen gesehen...'. Ich glaub meinen Eltern hab ich's erzählt, aber gesehen haben sie es nicht.

Und deinen Freunden?

Das ist eine gute Frage. Aber ob sie es überhaupt wissen? Ich weiß wirklich nicht, ob sie es überhaupt wissen, dass ich da mitgemacht habe.

Warum hast du dich denn dazu entschlossen da mitzumachen, als du gefragt wurdest?

Das war auf jeden Fall spannend. Der normale Praktikantenjob sieht halt so aus, man sitzt vor'm PC, sichtet, sichtet, sichtet und schreibt halt was die Leute sagen von Sekunde so und so zu Sekunde so und so und das macht halt, man recherchiert dann mal irgendwelche Telefonnummern im Internet zusammen, da ist man schon halt froh, wenn man mal ein bisschen Abwechslung bekommt. Und das macht sich ganz gut im Zeugnis, wenn da steht, dass man bei Drehs mitgewirkt hat, vor und hinter der Kamera so. Es hat mich auf jeden Fall bereichert, fand ich schon gut, dass ich da mitgemacht habe, einfach mal um zu sehen, wie das alles zusammen geschnitten wird. Das ist ja natürlich auch immer ganz spannend, wenn man das Rohmaterial sieht, was die Leute reden und wie das dann halt zusammen geschnitten wird. Also wie klein...wieviel die Leute normalerweise reden und wie das dann auf so bestimmte Stellen zusammen geschnitten wird im Nachhinein.

Wie war es bei deinem eigenen Beitrag? War es okay, wie du dargestellt wurdest und wie das geschnitten wurde oder was fandest du vielleicht nicht gut?

Ja also, mich selbst halt so. Wenn ich mich selbst sehe find ich das immer schräg, aber von der reinen Technik her, fand ich's super. Halt typisch Boulevard, äh, irgendsoeine, ich glaub die Nationalhymne der USA im Hintergrund und ich da mit meinem Sack und Pack und dem fetten Koffer auf dem Schiff. War schon lustig auf jeden Fall. Das waren halt zwei unterschiedliche Beiträge. Bei dem einen hab ich halt gar nichts geredet und bei dem anderen hab ich halt nur geredet, da war ich ja nur als Testperson da.

Gehen wir mal mehr von dem aus, bei dem du wirklich du selbst warst und nicht geschauspielert hast, das ist ja wirklich was anderes.

Den hab ich leider nicht gesehen und zweitens auch das Rohmaterial nicht gesehen. Den fertigen Beitrag nicht und das Rohmaterial auch nicht.

Gab es denn für dich in irgendeiner Form Folgen, gute oder schlechte, dass du an diesem Beitrag mitgewirkt hast? Familiär, beruflich, im Freundeskreis...irgendwas?

Es hat dahingehend eine Folge gehabt, dass ich weiß, wie so ein Dreh abläuft, einfach mal so vom Knowledge her, wie das halt alles funktioniert. Persönlich...puh, nee, hat mich das nicht weiter beeinflusst. Ich hab das auch ganz relaxed gesehen, nach meinem zweiten Mal mitwirken, hätte ich da auch weiter mitgemacht. War ja jetzt auch nichts rapides, wo ich irgendwie dargestellt wurde, wo's jetzt direkt, wo ich jetzt die Hauptrolle spielte oder so. Beruflich hab ich jetzt halt ein bisschen mehr Plan, wie das so gemacht wird.

Würdest du es denn nochmal machen, wenn es sich ergeben würde?

Kommt auf's Format an auf jeden Fall. Schwierige Frage. Bei 'Wissenshunger' schon... (zögert)...hm, das ist schwierig. Eigentlich schon ja. Das ist ja jetzt nicht sowas wie 'Mitten im Leben' oder so, wo ich jetzt wirklich dargestellt werde und 'Hier, der macht jetzt das und das und das und was sagst du dazu?', sondern was, wo jetzt nicht der Mensch die Hauptrolle spielt, sondern irgendwas anderes. Ein Test zum Beispiel.

Und wie sieht es mit RTL aus? Wenn die bei dir anfragen würden, ob du so einen Test mitmachst?

Also RTL ist ja so ein ganz heißes Pflaster. Es kommt auf den Fernsehsender und auf das Format an...aber RTL....Explosiv oder sowas, ich glaub das würde ich dann ganz ganz kritisch sehen. Man sieht das ja auch, ich bin ja öfter in Foren unterwegs im Internet und da schreiben auch manche 'Ja, wir arbeiten für RTL und wir würden gerne ein Beitrag über ein Festival machen, wer würde sich denn bereit erklären?' und da ist auch so schnell negative Kritik von den anderen da, negatives Feedback und so. Da ist es halt noch ein bisschen fieser, wenn der Mensch im Mittelpunkt steht, weiß man halt nicht, was aus einem selbst gemacht wird. Hast du das mit Jena mitbekommen?

Jena sagt mir jetzt nichts, ich weiß nur den Fall von der Games Convention.

Games Convention war schon krass, auf jeden Fall. Über Jena können wir ja nachher nochmal reden.

Bei Explosiv wärst du kritisch, wie sieht es denn mit Taff aus?

Das ist ja auch so ein Format. (überlegt) Nee, ich glaub auch eher nicht. Wenn Leute in der Stadt rumrennen, für RBB oder so, dann weich ich auch schon eher aus. Wenn ich jetzt wirklich mal ein Angestelltenverhältnis habe und mir wird gesagt, mach mal das und das, da und da, dann würde ich sagen, ja klar, ich arbeite ja für die Leute. Aber wenn mich irgendjemand anquatschen würde, würde ich es mir auf jeden Fall zwei Mal überlegen, was ich da jetzt genau mache. Wenn ich irgendwo mitarbeite hab ich ja auch mehr die Hand drüber und weiß, was daraus gemacht wird. Das ist ja was anderes, als wenn man alles aus der Hand gibt. Ich würde es nochmal machen, aber dann eher im Arbeitsverhältnis, sonst wäre mir das zu gefährlich.

Was glaubst du denn haben andere Menschen für Gründe bei Boulevardmagazinen mitwirken zu wollen?

(Überlegt) Also erstmal natürlich, dass sie Geld brauchen. Und ich hätte jetzt überlegt, ob die sich nicht so sehr wichtig nehmen. Ich nehme mich halt wichtig und mir ist es wichtig, was und wie ich dargestellt werde, vor allem vor so nem Millionenpublikum. Ich weiß nicht, Leute, die sich dafür bewerben 'hier, nehmt mich mal', ob die...also das ist dann der Drang nach Aufmerksamkeit, oder? Vielleicht nehmen sie sich auf eine oberflächliche Art und Weise auch besonders wichtig.

Glaubst du, dass denen das bewusst ist, wie sie im Nachhinein dargestellt werden können?

Nee, eben nicht. Glaub ich nicht. Es ist halt schwierig, dadurch, dass wir das studiert haben, wir studieren das ja nicht einfach so, sondern weil wir uns für die ganze Thematik interessieren. Wie Medien wirken. Medienwirkung einfach mal. Da ist es echt schwierig, Leute, die einfach nur Kohle nehmen und nicht wissen, was dann passiert. Es ist aber interessant, warum machen das die Leute? Mediengeilheit ist halt auch so ein Thema.

Kannst du dir denn vorstellen, für Boulevardmagazine zu arbeiten, also als Redakteur?

Jetzt ist auch hier wieder die Antwort, es kommt auf's Format an. Im Grunde genommen aber nicht. Vielleicht für ganz ganz spezielle Themen, aber ich glaube nicht, dass es da

sowas gibt. Ich will auch eher Print als Fernsehen machen. Die Fernsehbranche ist schon ein bisschen komisch, hab ich durch das halbe Jahr Praktikum gemerkt. Ist alles sehr kurzlebig.

Probandin 8

In welchem Magazinsendungen hast du mitgewirkt und wie oft?

Ich war beim RTL Mittagsmagazin und RTL Explosiv zu sehen.

Was waren deine „Aufgaben“ während der Drehs? Worum ging es in den Beiträgen? Wo wurde gedreht?

Es war ein Interview während der Gamescom in Köln und meine Aufgabe war es einfach, Fragen, die mir gestellt wurden, zu beantworten. Die Moderatorin ist einfach auf mich zugekommen und hat mich gefragt, ob sie mich interviewen dürfte und da hab ich eingewilligt.

Und warum wolltest du ein Teil des Beitrags werden?

Eigentlich war ich einfach nur neugierig, das macht man ja nicht andauernd. Ich hab mich halt gefreut ins Fernsehen zu kommen.

Welche Folgen hatte die Ausstrahlung des Beitrags für dich? Gab es irgendwelche positiven oder negative Folgen?

Zuerst hab ich gar nicht mitbekommen, dass der Beitrag negativ zu Gamern stand und sich so viele darüber aufgeregt haben. Der Bericht war ja auch im Internet sehr populär und ich hab eine gewisse Bekanntheit erlangt. Die war auch größtenteils positiv und ich hab auch für meinen Youtube-Kanal viele neue Abonnenten bekommen. Ich hab auch an einem Anti-RTL-Flashmob teilgenommen, den Flashmob hat RTL auch verdient und hab auch mit einem anderen Youtuber in einem seiner Videos ein Gespräch über den Bericht geführt. Meine Familie hat das nicht sonderlich interessiert, in der Schule wurde ich aber sehr oft darauf angesprochen.

Was haben sie dort gesagt?

Naja, es gab ein paar skeptische Gesichter. Die waren halt belustigt, weil ich ja nicht ständig rumrenne wie in dem Beitrag. Sie haben mir halt gesagt: Hey, ich hab dich gesehen.

Nach 10 Tagen fängt das aber irgendwann an zu nerven. Die Lehrer haben das scheinbar gar nicht mitbekommen.

Hast du dir den Beiträge angesehen?

Ja klar, der hat ja doch sehr hohe Wellen geschlagen.

Wurdest du anders dargestellt, als du gedacht hast?

Die haben nur ein paar Sekunden von eigentlichen Interview gezeigt. Das war ja eigentlich ein Interview von etwa fünf Minuten. Ich selber wurde nicht negativ dargestellt, aber der ganze Beitrag war halt eine Beleidigung an die Gamerszene und da war ich schon negativ überrascht. Ich zähle mich ja auch zu den Gamern und hab mich auch selber beleidigt gefühlt.

Was hätte der Sender denn anders machen können?

Die hätten uns einfach nicht als sozial inkompetente, sexuell gestörte, schlabberklamottenträgende und unhygienische Menschen darstellen sollen. Man kann ja nicht von einem Menschen auf alle anderen schließen. Da war auch die Entschuldigung von RTL nicht ausreichend und die war eh nicht ehrlich. Das ist einfach nicht in Ordnung, ich hab mich da echt aufgeregt.

Gab es denn sonst noch Folgen für dich?

Ich hab noch ein paar Interviewanfragen bekommen und viel Feedback im Internet, auf Youtube, Facebook und so. Ich hab dadurch sogar ein paar neue Freunde gewonnen. So eine kleine Interviewbekanntheit, die ich hier und da habe, ist ja auch gut für's Selbstbewusstsein.

Würdest du denn wieder in TV-Beiträgen mitwirken?

Ich sollte eigentlich in einem Bericht über Cosplay mitwirken, das war auch schon lange im Gespräch. Meine Eltern hatten dann allerdings Angst, dass RTL mich als Freak oder so darstellt und ich hab das abgesagt. Aber im Sommer soll ich vielleicht bei einer kleinen Gameshow mitmachen.

Wusstest du denn von den Möglichkeiten der Postproduktion, also vom Schnitt, dem Off-Text, der Musik usw.?

Ja, also mir war schon klar, dass da was zusammengeschnitten wird, aber mir war ja nicht klar, dass da so ein „Schmuh“ draus gemacht wird, ich hab ja gedacht, dass das ein schöner netter Beitrag über die Convention wird.

Proband 9

In welchen Magazinsendungen warst du als Protagonist zu sehen?

Ich war bei Explosiv, Punkt 12 und Blitz dabei.

Bei allen nur ein Mal oder irgendwo mehrere Male?

Bei Explosiv war ich zwei Mal zu unterschiedlichen Themen dabei, bei den anderen nur einmal

Hattest du vor den Drehs schon Erfahrungen mit den Medien oder war das komplett Neuland für dich?

Ich hatte ein wenig Erfahrung... ich war ein paar mal Gast in einer Daily Talkshow... Aber die Machart war ja ne ganz andere...

Von der Arbeit in Magazinsendungen hattest du also vorher keine Kenntnisse? Wie sie gemacht werden usw.?

Nein, gar nicht.

Was waren das denn für Drehs bei Explosiv? Um welche Themen ging es dabei?

Beim ersten Mal hab ich mich auf einen Themenaufwurf gemeldet. Das Thema war "Ich falle immer auf den gleichen Typ Frau rein" und beim zweiten Mal nhaben die sich bei mir gemeldet... Da ging es um den Grand Prix Auftritt von Stefan Raab. Ich hab mit einem Freund herausgefunden, dass der Titel geklaut war. Wir haben aus Jux eine Art Pressemitteilung geschrieben und an alle Sender gefaxt. Am nächsten Morgen klingelte das Telefon und sämtliche Magazine meldeten sich.. Halt auch RTL mit u.a. Explosiv

Was waren deine "Aufgaben" während der Drehs, was hast du dabei gemacht?

Beim ersten Thema wurde ich nach Hamburg eingeladen. Dort fand der Dreh statt.. Weil ich schon Radio mache, mieteten sie ein Radiostudio für 2 Stunden und dort fand das Interview statt. Danach wurden Bilder in der City gedreht.. um sie für den Off-Text zu benutzen, da musste ich von links nach rechts laufen usw. Im Beitrag selber haben sie dann noch eine Psychologin interviewt, die das Thema analysieren sollte.

Und was hast du in dem zweiten Beitrag gemacht?

Da kamen sie direkt mit einem Übertragungswagen, um die Bilder vom Vormittag gleich für Punkt 12, Explosiv usw. zu überspielen... Da haben wir auch in einem Radiostudio gedreht. Ich habe eine Moderation gefaked und sollte mir beide Songs, also die Raab-Nummer und das Original immer wieder anhören... dann wurde noch ein Experte befragt, der sich mit Musik und Notenfolgen auskennt

Hast du da auch ein Interview gegeben?

Ja.

Welche Folgen hatte die Ausstrahlung der Explosiv-Beiträge für dich? Wie hat deine Familie reagiert? Wie deine Freunde? Gab es positive oder negative Rückmeldung?

Nach dem ersten Beitrag für Explosiv Weekend am Samstag gab es keine Reaktionen. Ich hab's meiner Familie auch nicht groß erzählt. Nach der Raab-Geschichte war das schon anders. Da gab's positive Reaktionen auf der Straße und auch per Mail. Aber auch sehr negative. Die haben mich beschuldigt, dass ich mich in die Öffentlichkeit drängen will und dem Raab das nicht gönne. Ich war ein Jahr zuvor als Gast bei TV Total und viele dachten ich will mich jetzt rächen. Das merkwürdige war... Experten entdeckten dort wirklich einen Klau. Und ein Jahr zuvor wurde Corinna May deshalb beim Songcontest gesperrt. Der Raab antwortete auf einer Pressekonferenz nur darauf 'ne ne ich hab den Song doch von den Beatles geklaut'.

Generell hat es aber keine langfristigen guten oder schlechten F gehabt? Oder schon?

Langfristig nicht, nein. nach ein paar Wochen, war das alles wieder verflogen.

Jetzt wäre es schön, wenn wir das Ganze noch für die anderen Magazine, also Punkt 12 und Blitz machen können. Was wurde denn da gedreht und was waren deine Aufgaben dabei?

Das kann ich schnell zusammenfassen, da ging es um das selbe Thema. denn an dem Morgen meldeten sich halt sämtliche Magazine und Newssendungen. Und das Thema lief halt von Punkt 12, über Explosiv, Exklusiv, Blitz und Nachtjournal den ganzen Tag.

Das Raab-Thema?

Ja, genau-

Gab es da die gleichen Reaktionen oder andere als bei Explosiv?

Also ich konnte am Schluss kaum noch unterscheiden, wer jetzt was in welchem Magazin gesehen hat. Deshalb ist das schwer zu unterscheiden. Aber da Explosiv damals noch nach RTL Aktuell um 19:05 Uhr lief, haben das natürlich am meisten Leute verfolgt. Aber für RTL wurde ja einmal am Vormittag gedreht und ein paar Mal umgeschnitten für sämtliche Sendungen..

In welchen Jahren wurden die Beiträge denn gedreht?

Das war 1999 und 2000.

Warum hast du dich denn dazu entschieden, in den Magazinen mitzuwirken? Was waren deine Gründe dafür?

Zum ersten Thema: Weil ich wusste, dass auch eine Psychologin das Thema mal auseinander nimmt und mich interessiert hat, warum mir das immer passiert. Und es gab ja auch eine Aufwandsentschädigung... Und bei der Raab Geschichte, war es klar der Wunsch jetzt mal die Medien aufzumischen!

Inwiefern aufmischen? Etwas zu finden, dass sie ganz sicher interessiert und auf das sich alle stürzen?

Ja, genau. Wir haben jetzt was entdeckt, warum merken die anderen das nicht?

Hast du dir denn alle Beiträge angesehen, in denen du vorkamst?

Ja, und auch archiviert.

Und wie war dein Gefühl beim und nach dem Anschauen der Beiträge?

Das war schon komisch. Man denkt, das bin doch nicht wirklich ich und auch Gedanken wie.. Okay, das Interview ging zehn Minuten und es finden sich jetzt 2-3 Takes mit 20-30 Sekunden wieder.

Wurdest du denn im Beitrag anders dargestellt als vereinbart?

Na das Problem war, dass ja vorher nichts groß besprochen wurde. Und ich mir natürlich denken konnte, dass 90% für die Tonne gedreht wurde.. Aber ich weiß nicht wie ich es gefühlsmäßig sagen soll.. ich dachte beim ersten anschauen.. ich hab doch noch so viel mehr gesagt!

Warst du denn eher positiv oder negativ überrascht? Oder kann man das nicht genau sagen?

Mhhh... das war ein gemischtes Gefühl, aber das es ja mein erster Magazindreh war, konnte ich ja auch keine Vergleiche ziehen

Wir reden jetzt von dem Frauen-thema, nicht vom Raab-thema?

Genau, beim zweiten wollte denen mein Thema verkaufen und die haben es genommen. Das war auch maximal ein 30 Minuten Dreh und es kam somit fast alles vor. Das war also mehr wie ein Geschäft. Beim ersten Dreh bin ich sehr naiv rangegangen, weil ich ja nicht wusste, was mich erwartet

Also warst du beim zweiten dreh nicht negativ überrascht? Es lief alles wie erwartet?

Ja genau. Was mich bei Blitz nervte.. also der Raab-Song ist von einem Spice Girls-Song geklaut, aber nur der Mittelteil. Und ich habe denen das auch x-mal vorgespielt. Und die spielen im Beitrag die falsche Stelle. Und somit erkennt man im Blitz Beitrag gar nicht den Klau. Ein Scheim wer böses denkt.. ProSieben, Sat. 1 eine Gesellschaft und Raab bei ProSieben angestellt.

Hat die Postproduktion, also der Schnitt, die Musik, der Text, denn viel an dem Beitrag verändert?

Bei Raab?

Am besten beide Themen.

Naja, verändert ist schwierig zu sagen, weil ja über 90% gar nicht vorkamen, zumindest beim ersten Beitrag. Und der erste lief auch erst nach 8 Wochen. Da weißt du kaum noch die Inhalte des Interviews

Hat sich der Beitrag denn sehr verändert, weil vieles von dir rausgeschnitten wurde oder war es noch in Ordnung für dich?

Also im Großen und Ganzen war es schon okay. Beim ersten Beitrag wusste ich auch gar nicht wohin sie wollten und wie es am Schluss aussehen sollte.

Wusstest du denn vorher von den Möglichkeiten, die der Schnitt, die Musik, der Off-Text noch gibt? Also was damit verändert werden kann?

Nein! Da war ich wirklich zu naiv.

Und beim zweiten Dreh?

Ja klar, da schon eher, da war mir das schon bewusst. Aber da war es auch viel krasser, im Trailer eine Ankündigung, dann am Anfang der Sendung, vor der Werbung. Das wurde total ausgeschlachtet.

Und blieb trotzdem für dich recht folgenlos? Auch beruflich z.B.?

Ja, schon. beim zweiten erhoffte ich mir vielleicht was berufliches draus. Dazu kam es aber nicht.

Was hätte denn anders gemacht werden können? Bei den Drehs, beim Schnitt usw.? Was wäre dir lieber gewesen?

Das kann ich eigentlich so gar nicht sagen. Beim zweiten Dreh da war schon alles okay. Beim ersten hätte ich mir gewünscht, dass man auf das eigentliche Thema und meine Erfahrungen mehr eingegangen wäre bzw. mehr gezeigt hätte und auch die Psychologin mehr dazu befragt hätte.

Und was fandest du gut an der Arbeit mit den Magazinen und den Beiträgen?

Mhh.. dass ich mich bei den Drehs wohl gefühlt habe. Und gut aufgehoben.

Und an den Beiträgen an sich? Gab es da etwas, das du gut fandest?

Ja also ich wurde immer positiv dargestellt.

Würdest du wieder bei solchen Boulevardmagazinen als Protagonist mitwirken oder lieber nicht?

Ja schon, aber ich würde die Themen stark selektieren. Ich geb gerne meine Meinung ab, aber Privates lass ich nicht mehr filmen, also meine Familie zum Beispiel.

Probandin 10

In welcher(n) Magazinsendung(en) haben Sie mitgewirkt und wie oft?

RTL Explosiv hat eine Misswahl, an der ich teilgenommen habe, mit der Kamera begleitet.

Was waren Ihre „Aufgaben“ während der Drehs?

Jede Teilnehmerin sollte sich mit Namen und Alter vorstellen. Des Weiteren wurden wir bei den Vorbereitungen zur Wahl, beispielsweise beim Laufstegtraining, gefilmt.

Worum ging es in den Beiträgen?

In dem Beitrag von RTL Explosiv ging es um die Misswahl.

Wo wurde gedreht?

Gedreht wurden die Vorbereitungen zur Wahl in einem Hotel in Köln und bei der Wahl selbst auf und hinter der Bühne.

Wie sind Sie dazu gekommen? (freiwillig / unfreiwillig?)

Die Misswahl wurde von einem Explosivteam begleitet. Meine Mitwirkung war freiwillig.

Warum haben Sie sich entschlossen dabei mitzuwirken?

Was waren Ihre Gründe dafür?

Es war kein bewusster Entschluss dafür oder dagegen. Die Misswahl wurde medial begleitet und dagegen war nichts einzuwenden.

Welche Folgen hatte die Ausstrahlung des Beitrags für Sie?

Gab es positive und/oder negative Folgen?

Stefan Raab hatte sich den Ausschnitt des Magazinbeitrags, in dem ich meinen Namen und mein Alter sage, geklaut und in seiner Sendung verunglimpft. Er hat meinen Namen in den Schmutz gezogen, vorher habe ich nie anzügliche Witze darüber gehört. Am nächsten Tag wurde ich in der Schule darauf angesprochen und die Witze von Raab wurden aufgegriffen. Das hat großes Aufsehen erregt und war ziemlich schwer für mich.

Stefan Raab hat fünf Monate später den Beitrag nochmal aufgegriffen, daraufhin bekam ich anonyme Telefonanrufe, Beleidigungen sowie Spott und Hohn in der Schule und auf der Straße zu spüren. Infolgedessen war ich über ein halbes Jahr in psychologischer Behandlung, um mit jemandem zu reden, der der Sache neutral gegenüber steht.

Haben Sie sich die Beiträge angesehen, in denen Sie mitgewirkt haben?

Ja → warum? Nein → warum nicht?

Bezogen auf den RTL-Explosiv-Beitrag: Ja, weil ich mich darauf gefreut hatte, die Misswahl, für die wir drei Tage gearbeitet hatten, im Fernsehen zu sehen.

Was war Ihr Gefühl nach dem Dreh und beim Anschauen der Beiträge?

Einzeln betrachtet und losgelöst von den Folgen ist es eine schöne Erinnerung an die Wahl in Köln.

Wurden Sie im Beitrag anders dargestellt als vorher vereinbart? Nein

Waren Sie positiv oder negativ überrascht? Weder noch

Hat die Postproduktion (Schnitt, Off-Text etc.) etwas stark verändert? Nein

Wussten Sie von der Möglichkeit der Postproduktion (Sprache, Musik, Schnitt...)? Ja

Waren Sie mit der Darstellung von sich selbst im Beitrag zufrieden oder hatten Sie etwas zu bemängeln? Wenn ja, was?

Am Beitrag von RTL Explosiv hatte ich nichts zu bemängeln. Das war ein gelungener, authentischer Beitrag, der die Misswahl in Köln realistisch und unterhaltsam abgebildet hat.

Was hätte anders gemacht werden können?

Meiner Meinung nach hätte nichts anders gemacht werden müssen.

Würden Sie es wieder in TV-Magazinbeiträgen mitwirken? (Ja, warum? Nein, warum nicht?)

Grundsätzlich würde ich wieder in TV-Magazinbeiträgen mitwirken.

Proband 11

In welcher(n) Magazinsendung(en) haben Sie mitgewirkt und wie oft?

RTL Explosiv – 1 x

Was waren Ihre „Aufgaben“ während der Drehs? Worum ging es in den Beiträgen? Wo wurde gedreht?

Drehort: Messe Essen – FIBU

Es ging um einen Geschäftsmann, der sich aus beruflichen Gründen auf der FIBU aufhält. In diesem Zusammenhang laufe ich durch die Gänge und suche nach einem Messestand. Da ich diesen leider nicht finden kann, spreche ich eine Messehostess an und frage diese nach dem Weg.

In diesem Gespräch kommt man sich durch Blickkontakt und Gesten näher. Am Ende des Gesprächs lade ich die Hostess zum Abendessen auf mein Hotelzimmer ein.

Danach endet die erste Szene.

Im weiteren Verlauf laufe ich durch eine andere Messehalle. Dabei läuft das Kamerteam, die Reporterin und die Messehostess auf mich zu.

Die Reporterin fragt mich danach im Interview, wo ich herkomme und was ich auf der Messe mache. Die Hauptfrage dreht sich allerdings um den Sachverhalt, ob es mir öfters passiert, dass ich mich mit Hostessen während der Messe auf meinem Zimmer am Abend verabrede.

Alles ist frei erfunden !! Sogar meine Heimatstadt (Hannover statt Essen)

Wie sind Sie dazu gekommen? (freiwillig / unfreiwillig?)

Ein Freund und Journalistenkollege hat mir den Dreh rein freiwillig besorgt. Er war ursprünglich vorgesehen, musste allerdings aus beruflichen Gründen absagen.

Warum haben Sie sich entschlossen dabei mitzuwirken? Was waren Ihre Gründe dafür?

Es gab keinen speziellen Grund für die Teilnahme. Es ging mir lediglich um den TV Auftritt zur Prime-Time um 19:30h.

Welche Folgen hatte die Ausstrahlung des Beitrags für Sie?

Gab es positive und/oder negative Folgen?

Bitte nennen Sie Konsequenzen (pos/neg) im familiären und beruflichen Bereich und im Freundeskreis. Können Sie noch weitere Folgen benennen?

Es haben mich viele Leute im Anschluss an die Ausstrahlung bei RTL angesprochen. Bei den meisten hatte ich den Eindruck, dass Sie den Bericht nicht wirklich aufmerksam verfolgt hatte. Bei Ihnen blieb lediglich in Erinnerung, dass ich aufs Glatteis geführt wurde.

Die wenigen Menschen in meinem Umfeld die den vollen Beitrag verfolgt hatten, fanden meinen TV Auftritt sehr positiv und gaben mir gute Kritiken.

Haben Sie sich die Beiträge angesehen, in denen Sie mitgewirkt haben?

Ja → warum? Nein → warum nicht?

Ja, weil es mich interessiert hat, wie der Bericht zusammengeschnitten wurde. Ich wollte wissen, ob meine Aussagen nicht aus dem Zusammenhang gerissen wurden, bzw. wie ich mich selbst präsentiert habe.

Wurden Sie im Beitrag anders dargestellt als vorher vereinbart? Waren du positiv oder negativ überrascht? Hat die Postproduktion (Schnitt, Off-Text etc.) etwas stark verändert? Wussten Sie von der Möglichkeit dieser Veränderungen?

Der Beitrag wurde genau so dargestellt wie besprochen. Es gab weder positive, noch negative Überraschungen.

Waren Sie mit der Darstellung von sich selbst im Beitrag zufrieden oder hatten Sie etwas zu bemängeln? Wenn ja, was?

Nachdem es sich um meinen ersten TV Beitrag handelte, war ich selbst von mir positiv überrascht. Ich war und wirkte wenig nervös. Insgesamt fand ich meine Ausführungen sehr professionell, obwohl wir nur eine kleine Szene erneut gedreht haben.

Im Nachhinein hätte ich mir die Haare anders schneiden sollen !!

Was hätte anders gemacht werden können?

Man hätte mich sicherlich einen Tag vorher über den Dreh informieren können. Dadurch hätte ich mich insgesamt besser auf den Dreh vorbereiten können.

Würden Sie es wieder in TV-Magazinbeiträgen mitwirken? (Ja, warum? Nein, warum nicht?)

Ja, weil es Spaß gemacht hat. Außerdem ist es immer eine schöne Referenz bei meiner journalistischen Tätigkeit.

Probandin 12

In welcher Magazinsendung hast du mitgewirkt?

Ich habe bei verschiedenen Magazinen mitgewirkt. Insgesamt sogar sechs Mal.

Und bei welchen Sendungen und worum ging es dabei jeweils?

Einmal bei RTL Extra. Da ging es darum, wie verschiedenen Nationen flirten, das war ein Wiesn Thema.

Dann noch bei RTL Explosiv. Einmal haben wir einen Taxi-Test gemacht, der aber nie gelaufen ist und dann noch zwei Wiesn Themen. Was kann Frau tun um in ein geschlossenes Zelt reinzukommen und wie schnorrt man am besten auf der Wiesn. 2x war ich dann noch bei Pro7 Taff. Einmal sollten wir einen Koffer ersteigern und damit in den Urlaub fahren und dann hab ich mir einen Undercut wie Sophia Thomalla schneiden lassen.

Was waren deine „Aufgaben“ während der Drehs?

Naja, ich habe als Protagonistin bzw. Lockvogel mitgewirkt.

Wie bist du dazu gekommen? Hast du freiwillig mitgemacht oder eher unfreiwillig aus bestimmten Gründen?

Nein, ich habe immer freiwillig bei den Beiträgen mitgewirkt und bin über mein damaliges Praktikum bei RTL Explosiv daran gekommen und habe noch weit über das Praktikum hinaus für diese Formate gedreht. Unter anderem, weil ich die Leute dann kannte und sie wussten, dass ich dem gegenüber aufgeschlossen bin.

Warum hast du dich entschlossen dabei mitzuwirken? Was waren deine Gründe dafür?

Im Prinzip war der Hauptgrund, dass ich gut dafür bezahlt wurde. Außerdem fand ich es ganz interessant, mal zu sehen, wie man sich dabei als Mitwirkende fühlt und wie das Ganze abläuft.

Welche Folgen hatte die Ausstrahlung des Beitrags für dich? Egal ob positiv oder negativ. Wie hat zum Beispiel deine Familie reagiert oder deine Freunde?

Positiv war ganz klar das schnell verdiente Geld und dass die Drehs an sich auch immer Spaß gemacht haben. Von meiner Familie gab es sehr gute Resonanz, meine Mama war sehr stolz auf mich, weil ihre Tochter im Fernsehen zu sehen war.

Was gab es für Reaktionen aus deinem Freundeskreis? Und was waren eher negative Folgen? Gab es die überhaupt?

Naja, von den Freunden gab es schon teilweise schlechtes Feedback, weil die Formate ja auch nicht immer den besten Ruf haben und die Darstellung mancher Themen fanden manche nicht so gut. Das war aber nicht so schlimm, weil es ja meine Sache ist. Ab und an wurde ich auch auf der Straße erkannt, da war ich immer ein bisschen peinlich berührt,

weil ich das nicht unbedingt toll finde. Blöd war auch, im Nachhinein mit den Folgen leben zu müssen, also z.B. als ich mir diesen Undercut hab schneiden lassen. Die schreckliche Frisur musste ja auch erstmal wieder rauswachsen.

Hast du dir die Beiträge angesehen, in denen du mitgewirkt hast?

Ja → warum? Nein → warum nicht?

Ja, weil ich sehen wollte wie das Endergebnis aussah und ob der Beitrag im Nachhinein auch noch der Wahrheit entsprochen hat.

Wurdest du im Beitrag anders dargestellt als vorher vereinbart? Warst du positiv oder negativ überrascht? Hat die Postproduktion (Schnitt, Off-Text etc.) etwas stark verändert? Wusstest du von der Möglichkeit dieser Veränderungen?

Ich wusste immer was passieren kann und das manchmal Dinge so zusammengeschritten werden, dass sie aus dem Zusammenhang gerissen wirken, das man selbst als „Idiot“ dastehen kann usw. Allerdings ist mir das nie passiert. Vielleicht kam es daher, dass ich zu Beginn noch selbst für diese Formate gearbeitet habe und somit auch eine gewisse Kontrolle darüber hatte was mit den Beiträgen passiert. Später hab ich auch immer für befreundete Redakteure gedreht und wusste dass die mich nicht blöd dastehen lassen.

Warst du mit der Darstellung von dir selbst im Beitrag zufrieden oder hattest du etwas zu bemängeln? Wenn ja, was?

Ich war mit der Darstellung zufrieden. Wie gesagt ich war immer in der glücklichen Position die Leute für und mit denen ich gedreht hab zu kennen bzw. mit Ihnen befreundet zu sein. Somit hatte ich auch eine gewisse Kontrolle und konnte auch ein wenig bestimmen was am Ende rausgekommen ist.

Würdest du es wieder in TV-Magazinbeiträgen mitwirken? (Ja, warum? Nein, warum nicht?)

Ja, wenn das Thema nichts Peinliches wäre oder man sich ausziehen müsste. Ich würde es wieder machen weil es schnell und gut verdientes Geld ist und mir persönlich auch einfach Spaß macht.

Welche Unterschiede gab es bei den verschiedenen Magazinen (Dreh/Endfassung des Beitrages usw.)?

Die Themen bei taff waren immer mehr auf Lifestyle getrimmt, wobei es bei RTL eher um „Dramen“ bzw. Effekthascherei ging.

Und zum Schluss: Was glaubst du kann die Mitwirkung in TV-Magazinbeiträgen für Konsequenzen haben? Bitte unterscheide zwischen der freiwilligen Mitwirkung und der unfreiwilligen Mitwirkung (d.h. man wird gedreht ohne vorher davon zu wissen, ohne gefragt worden zu sein usw.).

Ich denke es muss jeder für sich selbst wissen, ob er an einem TV Beitrag mitwirken möchte oder nicht. Ob es nun darum geht eine Rolle zu spielen (Lockvogel), man nur einen Vorfall kommentiert oder ob man seine Geschichte erzählen möchte, das ist jedem selbst überlassen. Ich befürchte das sich die Menschen die ihre Geschichte erzählen leider oft zu wenig Gedanken um die Konsequenzen machen. Im Affekt erzählt man viel und oft zu viel. Ihnen ist in diesem Moment sicher nicht bewusst das alles was sie sagen aufgenommen wird und somit unwiderlegbar ist und das sie sowohl eine positive wie aber auch negative Resonanz darauf erhalten können. Wenn ich im Fernsehen beispielsweise über meinen Nachbarn schimpfe, meine Freundin bloßstelle oder sonst was, muss ich wissen das es Konsequenzen haben kann und auch wird. Wenn ich als Lockvogel einen Job mache, muss ich mir auch sehr bewusst darüber sein, wie weit ich gehe. Es sehen immer mehr Menschen als man denkt solche Beiträge und vor allem können sie auch x-beliebig wiederholt werden. Soll heißen, wenn ich mich mal obenrum frei gemacht habe und das dann bereue, kann es sein das dieser Beitrag immer und immer wieder hervorgezogen und gezeigt wird. Also besser vorher nachdenken, mit was man wirklich dauerhaft leben kann.

14. Lebenslauf der Autorin

Persönliche Daten

Name	Judith Rocha
Geburtsdatum	19.08.1987
Geburtsort	Cottbus
Staatsangehörigkeit	deutsch

Ausbildung

Studium

- 2010 – 2012
Magisterstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien
- 2006 – 2009
Studium der Medienkommunikation an der TU Chemnitz (Abschluss Bachelor of Arts)

Schulbildung

- 1999 - 2006
Heinrich Heine-Gymnasium, Cottbus
- 1993 - 1999
5. Grundschule, Cottbus

Praktika

- 2010
Regional Fernsehen Oberbayern
- 2009
TV-Produktionsfirma Wien
- 2008
TV-Produktionsfirma München
- 2005
Lausitzer Rundschau, Cottbus (Print)

Weitere Berufserfahrung

- 2012
Casting-Assistenz
- 2010 - 2011
Frühdienst, Recherche, Drehorganisation, Drehassistenz
TV-Produktionsfirma Wien

15. Abstract

Die vorliegende Magisterarbeit beschäftigt sich mit den potentiellen Konsequenzen der Boulevardberichterstattung in TV-Magazinen auf freiwillige oder unfreiwillige Protagonisten. Es werden zudem mögliche Gründe betrachtet, die erklären, weshalb sich Menschen freiwillig in TV-Boulevardmagazinen als Protagonisten inszenieren wollen, welche Möglichkeiten die Postproduktion bietet und wie TV-Redakteure aus Boulevardredaktionen mit den möglichen Auswirkungen auf die Mitwirkenden der Beiträge umgehen.

Einleitend werden die Grundlagen und Merkmale des Boulevardjournalismus dargelegt, es wird die mediale Konstruktion von Ereignissen und Nachrichtenfaktoren im Boulevardfernsehen erläutert, um im Anschluss auf ethische Grundlagen für Journalisten und das Publikum einzugehen. Der aktuelle Forschungsstand beinhaltet die Entdeckung, Dimensionen und Studien reziproker Effekte und die Erläuterung des Medienopfersyndroms nach Mario Gmür.

Die empirische Untersuchung erfolgte durch einen qualitativen Methodenmix aus fokussierten Leitfadeninterviews und offenen Fragebögen, welche zur Ergänzung der Ergebnisse herangezogen werden. Befragt wurden Redakteure und ehemalige Protagonisten deutscher TV-Boulevardmagazine. Die Auswertung erfolgte durch die zusammenfassende Inhaltsanalyse des Interviewmaterials. Die Ergebnisse der explorativen Studie wurden anschließend strukturiert und tabellarisch zusammengefasst. Sie ergaben eine Reihe stark positiver bis stark negativer Konsequenzen, deren Ausprägungen vor allem von der Thematik und medialen Aufbereitung des Beitrags abhängen und die im empirischen Teil der Arbeit genauer beschrieben werden.

Durch die fortschreitende Boulevardisierung der Medienlandschaft und den großen Erfolgen von Boulevardmagazinen ist diese Arbeit vor allem für angehende Journalisten interessant, die sich über Konsequenzen ihrer Arbeit informieren und diese überdenken wollen. Relevant ist sie außerdem für Menschen, die dem Agieren als Protagonist in eben solchen Magazinen nicht abgeneigt sind. Sie können sich über mögliche Folgen der medialen Präsenz informieren und anschließend abwägen, ob sie das Risiko jedweder Konsequenzen eingehen wollen.