

0. Einleitung – Anlage und Ziel der Untersuchung

Boulevardzeitungen werden täglich millionenfach gekauft und gelesen, sie finden ihre Leserschaft in allen Schichten der Bevölkerung, inszenieren Skandale und verfügen durch ihre massenhafte Verbreitung über beträchtlichen gesellschaftlichen Einfluss. Durch ihre auffällige Gestaltung sind sie im Straßenbild weithin sichtbar und haben ihren festen Platz in der Alltagskultur. Auch im World Wide Web sind die bunten Blätter überaus erfolgreich und zählen in ihren Erscheinungsländern zu den am meisten nachgefragten journalistischen Online-Angeboten. All das steht in signifikantem Missverhältnis zu ihrer geringen Relevanz für die Wissenschaft, vor allem zu ihrer weitgehenden Nichtbeachtung von Seiten der Sprach- und Medienwissenschaft. Denn auch wenn verschiedene Arbeiten zu sprachlichen und thematischen Teilaspekten und einzelnen Medien – besonders zur „Bild“ – vorliegen, gibt es bislang noch keine einzige Untersuchung, die sich mit den verschiedenen Zeitungstiteln umfassend auseinandersetzt.

Tatsächlich dürfte ein gewisser akademischer Dünkel wohl der Hauptgrund dafür sein, dass die Boulevardpresse bislang kaum wissenschaftliche Beachtung fand. Die populäre Massenpresse erscheint vielen noch immer als minderwertig, vernachlässigbar und gehaltlos – und so wirkt es geradezu, als hätten die Wissenschaftler(innen) Sorge, die Beschäftigung mit diesem scheinbar so trivialen Untersuchungsgegenstand könnte ihre fachliche Reputation beeinträchtigen. Dementsprechend finden sich auch in wissenschaftlichen Arbeiten häufig verallgemeinernde Polemiken gegen die Boulevardpresse, die dazu freilich auch selbst einiges beiträgt, da sie durch ihre sensationalistische Aufmachung und reißerische Themengestaltung zahlreiche Ansatzpunkte für Medienschelte bietet.

Auch wenn Medienkritik fraglos ihre Berechtigung hat, steht sie nicht im Fokus dieser Arbeit. Vielmehr geht es um eine umfassende Analyse der Inhalte und Gestaltungsformen der deutschsprachigen Boulevardzeitungen – sowohl ihrer Print- als auch ihrer Online-Ausgaben – und der Umsetzung ihrer crossmedialen Vernetzung. Das Untersuchungskorpus besteht aus acht Boulevardzeitungen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Luxemburg und ihren Websites; so soll das Phänomen sowohl länder- als auch medienübergreifend in den Blick genommen werden. Die Untersuchung umfasst eine kontrastive Themenanalyse sowie eine qualitative Inhaltsanalyse der Aufmacherbeiträge in den Print- und Online-Ausgaben, wobei vor allem die inhaltlichen Überarbeitungen, die medienpezifische Gestaltung sowie die Formen der crossmedialen Vernetzung untersucht werden. Einen weiteren Schwerpunkt bildet die Analyse der Auftritte der verschiedenen Boulevardangebote im Social Network Facebook. Ergänzend zur medienkontrastiven Inhaltsanalyse wurden die Verantwortlichen der jeweiligen Online-Auftritte befragt. Ziel der Arbeit ist eine umfassende Darstellung des tagesaktuellen deutschsprachigen populären Journalismus von der Systemebene der Pressesysteme bis zur Mikrostilistik der Schlagzeilen.

Im ersten Kapitel werden die Forschungsmethoden für die folgende Untersuchung dargestellt und die forschungsleitenden Fragen formuliert. Dabei wird unter anderem auf die Zielsetzung der qualitativen Inhaltsanalyse und die Befragung der verantwortlichen Redakteure durch Fragebögen bzw. teilstandardisierte Leitfadeninterviews eingegangen. Im zweiten Kapitel werden die inhaltlichen und formalen Merkmale und Erscheinungsformen der Boulevardpresse charakterisiert. Neben einem kurzen historischen Abriss gibt das Kapitel auch einen Überblick über die lexikalischen und stilistischen Elemente und Präsentationsformen sowie über die boulevardspezifischen Erzählstrategien, welche die wesentlichen Merkmale des Boulevardjournalismus darstellen. Das abschließende Teilkapitel widmet sich den Produzent(inn)en, also den Boulevardjournalist(inn)en, und ihrem Rollenverständnis.

An diese allgemeine Darstellung des Boulevardjournalismus anknüpfend wird im dritten Kapitel der Online-Journalismus als mediales Phänomen und als wissenschaftliches Untersuchungsobjekt in den Blick genommen. Auch hier steht am Beginn ein kurzer historischer Abriss, anschließend werden die verschiedenen inhaltlichen Schwerpunkte bisher vorliegender wissenschaftlicher Untersuchungen zum Online-Journalismus sowie diverse Desiderata angeführt. Einer knappen Zusammenfassung der wichtigsten wissenschaftlichen Studien über die Arbeit der Online-Journalist(inn)en folgt ein Überblick über Rezeptionsstudien und Statistiken zu den Nutzer(innen) journalistischer Angebote im Netz.

Aufbauend auf diesen allgemeinen Teil zu den Merkmalen und der Entwicklung des Boulevardjournalismus und der Darstellung des Forschungsstandes veranschaulicht das vierte Kapitel die grundlegenden Merkmale der Online-Zeitung mit Beispielen aus der Medienpraxis. Dabei werden Kontinuitäten zur Printzeitung aufgezeigt und die spezifischen Vorteile der gedruckten Zeitung benannt. Das fünfte Kapitel charakterisiert die Pressesysteme der vier deutschsprachigen Länder unter besonderer Berücksichtigung der Boulevardpresse, anschließend werden im sechsten Kapitel die einzelnen Medien des Untersuchungskorpus, die Zeitungen und ihre Online-Angebote, vorgestellt. Dabei wird sowohl auf ihre Geschichte als auch auf ihre jeweiligen inhaltlichen und gestalterischen Alleinstellungsmerkmale Bezug genommen.

Im siebten Kapitel werden die wichtigsten Themenfelder der Boulevardpresse und die Spezifika der boulevardesken Themengestaltung vorgestellt. Im achten Kapitel werden die Ergebnisse der kontrastiven Inhaltsanalyse dargestellt. Beck et al. (2012: 14) weisen darauf hin, „dass die gattungsspezifischen Eigenschaften der Boulevardpresse eine erhebliche Adaption der Forschungsinstrumente erfordern“ – was sich durch die vorliegende Inhaltsanalyse bestätigt hat. Dabei wird die Mesoebene analysiert: Die Aufmacherbeiträge der Printausgaben und ihre jeweiligen Umsetzungen auf den Websites werden einer medienkontrastiven qualitativen Inhaltsanalyse unterzogen – besonderes Augenmerk gilt dabei den Überarbeitungen der Texte und Schlagzeilen und der medienspezifischen Gestaltung sowie den Text-Bild-Bezügen und den crossmedialen Verweisen.

Im neunten Kapitel werden die Auftritte der Boulevardtitel im Social Network Facebook untersucht. Alle Boulevardtageszeitungen sind auf Facebook aktiv und haben ihre Mitgliederzahlen in den letzten Jahren vervielfacht. Das Netzwerk dient den Boulevardangeboten vor allem zur crossmedialen Bewerbung und Verbreitung ihrer redaktionellen Beiträge. Neben den

Angeboten der einzelnen Boulevardtitel steht dabei die Rolle der Rezipient(inn)en im Fokus: Sie können redaktionelle Inhalte bewerten, kommentieren und selbst weiterverbreiten. Das zehnte Kapitel widmet sich den Anreißern und Teasern als den zentralen Verweiselementen auf den Titelseiten und Homepages: Welche medienspezifischen Merkmale weisen sie auf und welche inhaltlichen, formalen und funktionalen Unterschiede und Übereinstimmungen lassen sich feststellen? Neben einer Gegenüberstellung der verschiedenen Klassifikationen wird die sprachliche und formale Gestaltung der Ankündigungstexte auf den Titelseiten und Homepages anhand von Beispielen aus dem Korpus charakterisiert.

Das elfte Kapitel widmet sich schließlich der Analyse der Mikrostruktur anhand einer exemplarischen Darstellung der Lexik und der Stilelemente in den Schlagzeilen der untersuchten Medienangebote. Dabei werden grundsätzliche Aussagen zu den Texten und dem Stil des Boulevardjournalismus getroffen. Den Abschluss der Untersuchung bildet das zwölfte Kapitel, in dem die Ergebnisse der Befragungen der Kommunikator(inn)en – also den für die untersuchten Online-Angebote verantwortlichen Redakteuren – präsentiert werden. Im dreizehnten Kapitel werden die Ergebnisse der Untersuchung zusammengefasst und die elementaren boulevardspezifischen Narrative des populären Journalismus charakterisiert. Den Abschluss der Arbeit bildet schließlich ein kurzer Ausblick auf mögliche Zukunftsperspektiven des Boulevardjournalismus.