

Ludwig-Maximilians-Universität München  
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

# **Journalismus in Bulgarien siebzehn Jahre nach dem Systemwechsel**

Eine qualitative Studie zum Selbstverständnis von bulgarischen  
Pressejournalisten

**Freie wissenschaftliche Arbeit  
zur Erlangung des akademischen Grades Magister Artium (M. A.) an der  
sozialwissenschaftlichen Fakultät der Ludwig-Maximilians-Universität München**

**Vorgelegt von Pavlina Krasteva  
Eingereicht bei Prof. Dr. Michael Meyen**

**München, April 2007**

Ich widme die vorliegende Arbeit meinem Opa, dem eifrigsten Zeitungsleser in  
Bulgarien, den ich kenne.

**INHALTSVERZEICHNIS**

I. Einleitung.....	1
II. Theoretische Grundlagen.....	5
1. Bulgarischer Pressejournalismus in Transformation.....	5
1.1 Transformationsforschung und Transformationsprozesse .....	5
1.2 Wandel im bulgarischen Journalismus und Pressemarkt (1945 bis heute) .....	9
1.2.1 Bulgarischer Journalismus und Pressemarkt im Totalitarismus (1945 - 1989) .....	10
1.2.2 Liberalisierungsphase (1989 - 1996).....	14
1.2.3 Demokratisierungsphase (1996 - 1999) .....	20
1.2.4 Konsolidierungsphase (1999 bis heute) .....	24
1.3 Zusammenfassung und Bezug zur Forschungsfrage .....	26
2. Empirische Befunde und theoretische Ansätze der deutschen Journalismusforschung .....	28
2.1 Journalistisches Selbstverständnis - eine Definition .....	29
2.2 Typen journalistischen Selbstverständnisses .....	32
2.3 Entwicklung eines journalismustheoretischen Modells .....	36
2.3.1 Wichtige Theoretische Ansätze und Modelle .....	37
2.3.2 Modell zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten .....	41
2.4 Zusammenfassung und Bezug zur Forschungsfrage .....	58
III. Methode .....	60
1. Das Leitfadeninterview .....	60
1.1 Wahl der Methode .....	60
1.2 Fehlerquellen und Grenzen der Methode .....	63
2. Auswahl und Akquirierung der Befragten .....	65
3. Leitfadenkonstruktion .....	69
4. Durchführung .....	71
5. Auswertung .....	72
IV. Ergebnisse .....	75
1. Die bulgarischen Pressejournalisten - ein Porträt der Untersuchungsgruppe .....	75
1.1 Lebenslauf und Karriere der Befragten.....	76

1.2 Alltag in der Redaktion .....	79
1.3 Arbeitsziel und Handlungsrelevanz .....	92
2. Typologie des Selbstverständnisses von bulgarischen Pressejournalisten.....	95
2.1 Der Vermittler .....	98
2.2 Der Meinungsgeber .....	101
2.3 Der Wegweiser .....	104
2.4 Der Detektiv .....	109
3. Einflussfaktoren auf das Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten .....	112
V. Fazit und Ausblick.....	120
Literaturverzeichnis.....	124
Abkürzungsverzeichnis .....	133
Abbildungsverzeichnis .....	133
Lebenslauf .....	134
Ehrenwörtliche Erklärung .....	135

## I. Einleitung

Das Ende des zweiten Weltkrieges hat Europa jahrzehntelang in zwei verschiedene Blöcke gespalten. Während sich im Westen freie demokratische Staaten entwickelten, standen die Länder im Osten unter dem Diktat des Sozialismus. Auch die Mediensysteme standen unter Aufsicht des kommunistischen Regimes und mussten sich den Normen der Partei unterordnen. Nach der politischen Wende im Ostblock 1989-1990 erfolgte eine komplette Umstrukturierung der gewohnten Wirtschafts-, Sozial- und Lebensformen, aber nicht nur. In den Ländern dieser Region findet seit etwa 17 Jahren, parallel zum Wandel der Gesellschaft, auch ein ständiger Umbruch im Mediensektor statt, der hauptsächlich von einer strukturellen, wirtschaftlichen Umgestaltung gekennzeichnet ist (Tzankoff 2001b: 9 ff.). Veränderungen in der Medienlandschaft in den Jahren nach der Wende lassen aber auch eine Rückwirkung auf das Berufsverständnis der dort tätigen Medienakteure vermuten. Die Erforschung ihres Selbstverständnisses hat jedoch bislang kaum Berücksichtigung in der Transformationsforschung gefunden. Insbesondere den Journalisten in diesen Ländern kommt aber die wichtige Funktion zu, ein Motor und Moderator der gesellschaftlichen Debatte zu sein (Thomaß 2001: 44f.). Ihr Rollenselbstverständnis kann dementsprechend ein Indikator für den Demokratisierungsgrad der sich in Transformation befindlichen Gesellschaft sein und soll deswegen ermittelt werden.

Eine weitere Besonderheit zeichnet diese Journalisten aus und gibt einen zweiten Grund dafür, sich mit ihrem Selbstverständnis zu befassen. Die deutschen Transformationsforscherinnen Thomaß und Tzankoff stellen in ihrer Studie über Medientransformation in Osteuropa fest, dass in allen von ihnen untersuchten postkommunistischen Ländern nach der Wende eine neue Generation junger Leute Einzug in den sich quantitativ ausbreitenden Medienbereich gefunden hat, die im Vergleich zu der älteren Generation Journalisten mit beruflicher Erfahrung im Sozialismus politisch nicht vorbelastet waren (2001: 188). Diese Befunde deuten darauf hin, dass in den postkommunistischen Ländern heutzutage mehrere Generationen Journalisten arbeiten: Journalisten, die zur Zeit des Kommunismus sozialisiert und von der Partei - Ideologie geprägt worden waren, andere, die unmittelbar nach 1989 anfangen und die rasanten Veränderungen im Medienbereich aktiv miterlebt haben, und wieder andere, ganz junge Journalisten, die in den letzten Konsolidierungsjahren Eingang in den Beruf gefunden und die ersten wirren Transformationsjahre nicht erlebt haben. Ehmig findet in ihrer Studie über den

Generationswechsel im deutschen Journalismus heraus, dass prägende Lebenserfahrungen von Journalisten verschiedener Generationen einen zentralen Beitrag zur Erklärung ihrer aktuellen beruflichen Sichtweise leisten (2000: 164). Kann die Generation tatsächlich der gewichtigste Faktor sein, der die journalistische Rollenrezeption maßgeblich prägt oder gibt es noch andere Faktoren, die sie beeinflussen? Wo anders kann man die Antwort auf diese Frage finden als in einem Transformationsland, wo heute in ganz unterschiedlichen politischen und journalistischen Systemen „groß gewordene“ journalistische Generationen Kopf an Kopf arbeiten.

Dieser Problematik wird exemplarisch anhand der Untersuchung des Selbstverständnisses von Pressejournalisten aus einem Transformationsland, nämlich Bulgarien, nachgegangen. Einerseits hätte die Berücksichtigung von Journalisten aus mehreren Transformationsländern sowie aus unterschiedlichen Mediengattungen den Rahmen dieser Magisterarbeit gesprengt, andererseits ist das besondere Interesse der Verfasserin an Bulgarien mit ihrer bulgarischen Herkunft zu begründen und mit ihrem Wunsch, einen wissenschaftlichen Beitrag zu der kaum fortgeschrittenen bulgarischen Journalismusforschung zu leisten. Da aber das Selbstverständnis der Journalisten in einem Transformationsland erforscht wird, können die Ergebnisse dieser Arbeit auch für die Journalismusforschung innerhalb der Transformationsforschung einen Beitrag leisten und als Grundlage für Journalismusuntersuchungen in anderen osteuropäischen Ländern dienen.

Mit dem Blick auf Bulgarien wird dementsprechend die einleitend sehr allgemein gestellte Forschungsfrage ausdifferenziert und entsprechend konkretisiert. Ziel der vorliegenden Arbeit ist es also zu ermitteln, welches Verständnis die bulgarischen Journalisten vor dem Hintergrund einer Transformationsgesellschaft von ihrem Beruf haben und ob dieses im Zusammenhang mit ihrer Generationszugehörigkeit oder vielmehr mit anderen Faktoren steht.

Das Selbstverständnis umfasst individuelle Motive und Einstellungen, die nicht nur ermittelt, sondern auch erklärt werden sollen – das macht dieses Forschungsfeld zu dem schwierigsten überhaupt (Meyen 2003: 28). Um subjektive und vielschichtige Motive der bulgarischen Journalisten und deren Hintergründe herauszufinden, muss ihnen die Möglichkeit gegeben werden, offen zu sprechen. Dies kann nur mit der qualitativen Methode „Leitfadeninterview“ gelingen. In einer offenen Gesprächssituation kann individuell auf den Befragten eingegangen und ihm die Möglichkeit gegeben werden, eigene Ansichten und neue Aspekte in das Gespräch einzubringen. Das ist besonders wichtig, weil es sich bei der vorliegenden Arbeit um eine

explorative Studie handelt. Quantitative Methoden hätten Einstellungen abgefragt, neue Erkenntnisse vermutlich nicht gewinnen können. Daher bietet sich für die Erforschung eines noch nicht erforschten Themengebiets wie des Selbstverständnisses von bulgarischen Journalisten ein qualitativ-orientiertes Vorgehen an.

Grundlage dieser qualitativen Studie sind somit teilstrukturierte Leitfadeninterviews, die im November 2006 mit vierzehn bulgarischen Pressejournalisten verschiedener Generationen von neun verschiedenen Blättern geführt wurden. Die Interviewpartner sind für den Teil der bulgarischen Presse tätig, der am meisten genutzt wird und dementsprechend einen stärkeren Einfluss auf die Gesellschaft haben dürfte. Da sich die Studie aber nur auf einen kleinen Kreis von Befragten beschränkt, erhebt sie – wie alle qualitativen Methoden – keinen Anspruch auf Repräsentativität. Vielmehr gewährt sie einen kleinen, dafür aber intensiven Einblick in die bislang unerforschte Berufsgruppe der bulgarischen Journalisten.

Über berufsstrukturelle Merkmale und das Selbstverständnis von bulgarischen Journalisten liegen, wie schon angedeutet, keine empirisch angelegten Studien vor. Siebzehn Jahre nach der Wende 1989 ist in Bulgarien die allgemeine Erforschung der Medienakteure desiderabel. Die verfügbaren Studien sind an den Fingern einer Hand abzuzählen. Zwar sind in den letzten Jahren einige Publikationen über Medienentwicklungen in den ehemaligen Satellitenstaaten entstanden (Thomaß & Tzankoff 2001, Spassov 2003, Gross 2003), sie behandeln jedoch die Berufsgruppe der bulgarischen Journalisten und ihr Selbstverständnis nur marginal und in anderen umfassenden Forschungskontexten. Ziel dieser Arbeit ist es, diese Forschungslücke zu schließen. Dabei wird auf wichtige theoretische Ansätze und Befunde aus der deutschen Kommunikator- und Journalismusforschung zurückgegriffen, wo Forschung zum Selbstverständnis von Journalisten einen traditionellen Schwerpunkt bildet. Ohne diesen Hintergrund hätte diese Magisterarbeit nicht verfasst werden können, denn die bulgarische Fachliteratur sowie die Literatur aus der übergeordneten Transformationsforschung zu diesem Thema erwiesen sich als zu dürftig.

Entsprechend dem Forschungsziel dieser Magisterarbeit muss zunächst ein journalismustheoretisches Modell entwickelt werden, welches das Selbstverständnis im Kontext seiner mannigfaltigen Einflussfaktoren darstellt. Grundlage dieses Modells bilden theoretische Überlegungen rund um den bulgarischen Journalismus, sowie relevante Ansätze und journalismustheoretische Modelle aus der deutschen Journalismusforschung. Besonderes Augenmerk liegt auf dem „Vier-Sphären-Model“ von Donsbach (1987: 112 ff.), dem „Zwiebel-

Modell“ von Weischenberg (1992: 68), sowie dem „integrativen Mehrebenen-Modell“ von Esser (1998: 20 ff.). Weiterhin werden Modelle zum Selbstverständnis von Journalisten berücksichtigt, die in einer Reihe von Diplom- und Magisterarbeiten an dem Münchner Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung entwickelt worden sind. Das eigene Modell wird dann auch als Grundlage für die Konstruktion des Leitfadeninterviews dienen.

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in drei große Teile: Theorie-, Methoden- und Ergebnisteil. Das erste Kapitel aus dem **Theorieteil** hat das Ziel, dem deutschen Leser einen Hintergrund zum Verständnis und zur Beurteilung des Journalismus in Bulgarien zu schaffen. In einem Überblick soll die historische Entwicklung der bulgarischen Presse und des Journalismus im Laufe der Transformation rekonstruiert werden, um die gegenwärtige Situation richtig einschätzen zu können. Kapitel zwei aus dem Theorieteil widmet sich der deutschen Journalismusforschung. Es soll jedoch kein systematischer und historischer Überblick über die gesamte Forschung gegeben werden, sondern nur für das Vorhaben dieser Arbeit relevante Ansätze und Modelle herangezogen werden. Einer Selbstverständnis-Definition folgt eine Vorstellung über die verschiedenen Typen des journalistischen Selbstverständnisses, bei denen vermutet wird, dass sie auch unter den bulgarischen Pressejournalisten zu finden sind. Theoretische Modelle danach bilden die Basis zur Entwicklung eines Modells zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten. Im nachfolgenden **Methodenteil** wird die angewandte Methode des Leitfadeninterviews mit seinen Vor- und Nachteilen diskutiert und das Untersuchungsdesign näher erläutert. Im abschließenden **Ergebnisteil** werden die Befunde dieser Studie präsentiert. Einem ausführlichen Porträt der Untersuchungsgruppe folgen eine Selbstverständnistypologie der Befragten und die Darstellung der damit im Zusammenhang stehenden Einflussfaktoren. In dem **Fazit** werden dann die wichtigsten Ergebnisse dieser Studie zusammengefasst und ein Blick über diese Untersuchung hinaus als Ausgangsbasis für künftige Forschung gegeben.



## **II. Theoretische Grundlagen**

Die theoretischen Grundlagen der vorliegenden Arbeit gewähren zunächst einen Einblick in den Wandel des Arbeitsfeldes der bulgarischen Pressejournalisten nach der Wende 1989. Diese theoretischen Überlegungen, sowie für die eigene Fragestellung relevante wissenschaftliche Ansätze und Modelle der deutschen Kommunikator- beziehungsweise Journalismusforschung bilden anschließend die Voraussetzung für die Entwicklung eines eigenen journalismustheoretischen Modells, auf dessen Basis die Untersuchung zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten durchgeführt wird.

### **1. Bulgarischer Pressejournalismus in Transformation**

Im Mittelpunkt der folgenden drei Kapitel stehen die Umgestaltungsprozesse im bulgarischen Pressejournalismus nach der politischen Wende 1989. Dabei sollen zuerst allgemeine Theorien aus der Transformationsforschung vorgestellt werden. In einem zweiten Schritt wird der Transformationsprozess im bulgarischen Journalismus anhand der vorliegenden Transformationstheorie in vier verschiedene Phasen aufgeteilt und dargestellt. Anschließend werden die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst und es wird ein Bezug zur Forschungsfrage hergestellt.

#### **1.1 Transformationsforschung und Transformationsprozesse**

Für ein besseres Verständnis der Umgestaltungsprozesse im bulgarischen Journalismus nach der Wende sind einige kurze Begriffserklärungen und Theorien aus der Transformationsforschung im Voraus unerlässlich.

Die gesellschaftlichen Umbrüche nach 1989 in den ehemaligen sozialistischen Ländern Ost- und Südosteuropas sowie in der Sowjetunion haben zu einer Wiederbelebung der Transformationsforschung geführt.<sup>1</sup> Auf einmal gab es eine ganze Reihe von neuen Ländern, in denen die neuen gesellschaftlichen Prozesse untersucht werden sollten. In den Gesellschaften der

---

<sup>1</sup> Diese Transformationen werden in der Transformationsforschung als „Vierte Demokrationswelle“ bezeichnet. Die erste Welle erfasst die Demokratisierungsprozesse in mehreren Ländern in Europa, Asien, Amerika und Ozeanien nach dem ersten Weltkrieg. Die zweite Welle bezeichnet die Nachkriegsdemokratien nach 1945 und die dritte vor allem die Demokratisierungen in Südeuropa und Lateinamerika Mitte der 70er Jahre (Merkel 1999: 175).

postkommunistischen Länder Südosteuropas vollzieht sich somit ein Prozess, der als „Transformation“ bezeichnet wird. Der Definition von Zapf zufolge wird eine Transformation als Modernisierung im Sinne von Abholprozessen verstanden, deren Ziel von den zentralen Akteuren bewusst angestrebt wird – nämlich das Vorbild der modernen, westlichen Gesellschaften mit politischer Demokratie, Marktwirtschaft und Wohlstand für die breite Bevölkerung (1995: 169). Auch Lauristin beschreibt diesen gesellschaftlichen Wandel als „some sort of ‚catching up‘ effort made by people who want to achieve the established standards of the ‚developed‘ nations”<sup>2</sup> (1997: 25). Eine erfolgreiche allgemeine Transformation basiert nach Offe auf folgenden drei Kernelementen:

- der Etablierung einer demokratischen Ordnung und der Realisierung demokratischer Verfahrensabläufe
- der Schaffung rechtsstaatlicher Verhältnisse
- der Einführung marktwirtschaftlicher Mechanismen (zit. nach Hadamik 2004: 456).

In erster Linie konzentriert sich die Transformationsforschung folglich auf die politischen und wirtschaftlichen Dimensionen des Systemwechsels. Für die Zielsetzung der vorliegenden Magisterarbeit ist jedoch eine kommunikationswissenschaftliche Sicht notwendig.

Profunde Analysen zur Rolle der Medien während der Transformationsprozesse blieben erstaunlicherweise in den meisten Theoriemodellen der Transformationsforschung unberücksichtigt. Die Fragen, die sich in diesem Zusammenhang ergeben, nämlich wie die Medien die Transformationen unterstützt und wie sie sich unter dem Gesichtspunkt dieser Prozesse verändert haben, wurden lange Zeit nicht beobachtet und erst von den beiden Transformationsforscherinnen Thomaß und Tzankoff (2001) in ihrem Buch „Medien und Transformation in Osteuropa“ untersucht. Wie die Autorinnen erkennen, hat das Zusammenwirken der drei Komplementärsysteme eines Staates - des politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen - für alle Transformationsprozesse wesentliche Bedeutung. Da Medien in realsozialistischen Gesellschaften Teil des politischen Systems waren und da die Medien kein autonomes Subsystem darstellen, sondern immer in das politische, gesellschaftliche, soziale und

---

<sup>2</sup> Hadamik formuliert die Richtungsbestimmung postkommunistischer Transformationsprozesse als Rückkehr nach Europa, für die Länder, die sich traditionell der westlichen Kultur und den westlichen Traditionen verbunden fühlen, und als Hinwendung zum westlichen Typus für die anderen Länder Osteuropas (2004: 456).

kulturelle Gesamtgefüge eingebettet sind, bedeutet Transformation auch für sie, dass sie eine Umplazierung in das gesellschaftliche System erfahren (Tzankoff 2001b: 9).

Laut Hallenberger und Krzeminski verliefen die Umbrüche und die Umplazierung im Mediensektor der postkommunistischen Länder in dreierlei Hinsichten:

- In organisatorischer Hinsicht geht es um eine strukturelle Umgestaltung der Medien, die nicht mehr Teil des Staatsapparats sind, sondern ein eigenes Subsystem in der Gesellschaft darstellen;
- in wirtschaftlicher Hinsicht entstehen kommerzielle Medien und damit neue Wirtschaftsunternehmen;
- in kultureller Hinsicht mussten die Medien ein neues Rollenselbstverständnis entwickeln (zit. nach Thomaß 2001: 43).

Besonders dieser dritte Aspekt, der eine akteurstheoretische Perspektive voraussetzt und auf die Entwicklung eines neuen Selbstverständnisses im postkommunistischen Journalismus hindeutet, steht im Zentrum der Forschungsfrage dieser Arbeit. Es ist zu vermuten, dass sich auch im bulgarischen Journalismus ein Wandel vollzogen hat. Dieser kann aber nicht isoliert von dem Wandel im gesamten Medienbereich betrachtet werden, beides bedingt sich gegenseitig. Für ein besseres Verständnis der Umgestaltungsprozesse im Medienbereich und damit im Selbstverständnis der bulgarischen Journalisten ist eine Strukturierung hilfreich. Von vielen Autoren wird der Wandel in den südosteuropäischen Ländern im Rahmen einer Periodisierung dargestellt und lässt sich anhand seiner einzelnen Transformationsstadien nachzeichnen. Für die vorliegende Arbeit ist die Studie von Downing relevant, der folgende drei Transformationsphasen feststellt (1996: 210 ff.):

**In der ersten Phase**, der so genannten „Liberalisierungsphase“ beginnt der Übergang der Medien von ihren kommunistischen Formen. Diese Phase zeichnet sich durch Demonopolisierung, Dezentralisierung und Internationalisierung der Inhalte aus. In dieser Zeit ist ein enormer Aufschwung der Printmedien zu beobachten. Obwohl in dieser Phase die Zensur abgeschafft wird, besteht immer noch der Anspruch der politischen Eliten, Kontrolle über die Medien auszuüben.

**In der zweiten Phase**, der „Demokratisierungsphase“ wird die demokratische Ordnung institutionalisiert. Es erfolgt eine Transformation zu Medienformen, Medienfunktionen, Gesetzgebung und Journalismus, die den Westmodellen ähneln. Das wird vor allem von dem

Einzug ausländischer Investoren beeinflusst. In dieser Phase sind Medien Zeugen und Beobachter des politischen Lebens, oftmals ergreifen sie aber klar Partei oder übernehmen die Rolle der Opposition. Journalisten befinden sich aber gleichzeitig in einer ambivalenten Situation, denn alte Normen und Institutionen bestehen neben neuen Regeln und Strukturen und stellen damit widersprüchliche Anforderungen.

**Die dritte Phase** wird als „Konsolidierungsphase“ definiert. In ihr wird Demokratie weiter entwickelt und in der Gesellschaft verankert. Es kommt zu neuen Definitionen der Medienautonomie und der journalistischen Unabhängigkeit. In dieser Phase spielt neben der Konsolidierung der Gesetzgebung die wirtschaftliche Dimension eine entscheidende Rolle. Die finanzielle Lage vieler Medien ist noch labil, was zu einem Prozess der Medienkonzentration führt. Dieser Prozess wird durch den Einfluss ausländischen Medienkapitals beeinflusst und beschleunigt. Die Medienkommunikation übernimmt mit der vermittelnden Rolle zwischen Bevölkerung und politischen Akteuren die ihr in demokratischen Systemen zukommende Bedeutung.

In der bulgarischen Literatur gibt es keine Vorschläge, wo die Grenzen der Transformationsphasen gesetzt werden sollen. Ein Indiz gibt lediglich der bulgarische Transformationsforscher Spassov, der die Transformationsphasen in der bulgarischen Presse folgendermaßen zusammenfasst:

„The history of the Bulgarian press from 1989 to 2004 can be divided roughly into two periods: until the arrival of German conglomerate Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ) in Bulgaria in 1996; and after, a period dominated by the WAZ-owned papers” (2004: 50).

Ausgehend von den schon definierten spezifischen Merkmalen der verschiedenen Phasen von Downing und der Periodisierung von Spassov wird eine Aufteilung erarbeitet, die als Gliederungsmodell für das folgende Kapitel dient. Anhand dessen können die Entwicklungsverläufe in der bulgarischen Presse und somit im bulgarischen Journalismus nach der Wende besser abgebildet und strukturierter dargestellt werden.

An dieser Stelle sind einige Anmerkungen bezüglich der Literaturquelle unerlässlich. Wenn es um den Wandel des Berufsfelds der bulgarischen Pressejournalisten und ihrem Selbstverständnis in diesen 17 Jahren nach der Wende geht, gibt es keine empirisch angelegten Studien. Vielmehr basieren die im Folgenden dargestellten Ergebnisse und Schlussfolgerungen auf Beobachtungen

und theoretischen Überlegungen der Transformationsforscher. Da sich die bulgarische Literatur zu diesem Thema als dürftig erwies, wird auch auf deutsche und amerikanische Forscher zurückgegriffen, die aber das Selbstverständnis der bulgarischen Journalisten meist nur marginal und in anderen umfassenden Forschungskontexten behandeln. Wenn im Folgenden die Entwicklung der Presselandschaft und damit des Journalismus also beschrieben werden, müssen folglich westliche Maßstäbe und Kriterien herangezogen werden. Thomaß und Tzankoff warnen wegen der unterschiedlichen Entwicklung in den west- und osteuropäischen Ländern vor der Unvereinbarkeit der Parameter, mit denen Medientransformationen beschrieben werden sollen. Die Transformationsgesellschaften in den Jahren nach dem politischen Umbruch haben Anpassungs- und Modernisierungsleistungen erbringen müssen, welche die ihnen als Vorbild und Vergleichsmaßstab dienenden westeuropäischen Gesellschaften in einem viel längeren Prozess bewältigen konnten (Thomaß & Tzankoff 2001: 235). Eine andere Gefahr bestehe in der Idealisierung des westlichen Medienmodells im Vergleich mit den Mediensystemen in Osteuropa. Die Postulate der Unabhängigkeit und Objektivität seien auch in westlichen Modellen nur eine Fiktion, eine Richtlinie (ebd.: 235).

Es ist nicht das Ziel dieser Arbeit, diese Methodenschwäche in der Transformationsforschung zu diskutieren. Vielmehr geht es hier um die Offenlegung der wissenschaftlichen Perspektive und die Herangehensweise ans Thema, die bei der Erklärung und der Beurteilung der beschriebenen Prozesse in den folgenden Kapiteln im Auge behalten werden sollen.

### **1.2 Wandel im bulgarischen Journalismus und Pressemarkt (1945 bis heute)**

Im Zentrum der folgenden vier Unterkapitel steht der Versuch, den sich mit dem Übergang von einer sozialistischen Gesellschaftsordnung zu einer Demokratie vollziehenden Wandel in der bulgarischen Presse und somit im journalistischen Selbstverständnis nachzuzeichnen. Die Beschreibung der Presseentwicklung in Bulgarien ist kein Ziel dieser Magisterarbeit. Wie aber schon im vorigen Kapitel deutlich gemacht wurde, lassen die Umbrüche im Mediensektor Rückschlüsse auf den Wandel im journalistischen Selbstverständnis ziehen, deswegen sollen sie hier nicht unerwähnt bleiben. Bevor der Wandel in der bulgarischen Presse und im Journalismus nach der Wende dargestellt wird, muss jedoch erklärt werden, in welchem Zustand sich selbige im Jahr 1989 befanden. Deswegen wird zuerst kurz auf den Pressemarkt und den Journalismus im kommunistischen Bulgarien eingegangen. Die darauf folgenden Punkte des Kapitels

orientieren sich an der im vorigen Kapitel dargestellten Periodisierung des Transformationsprozesses in Bulgarien.

### **1.2.1 Bulgarischer Journalismus und Pressemarkt im Totalitarismus (1945 - 1989)**

Die Presselandschaft und Journalismus in Bulgarien in der Zeit des Totalitarismus ergeben an sich ein Thema für eine andere Magisterarbeit. Es ist nicht Sinn dieser Arbeit, alle Prozesse in dieser Periode ausführlich zu beschreiben, sondern wählerisch auf die wesentlichen einzugehen, die Rückschlüsse auf das Selbstverständnis der damals arbeitenden Journalisten vermuten lassen.

Mit der Kriegserklärung seitens der Sowjetunion am 05.09.1944 und dem Einmarsch der Roten Armee drei Tage später begann die Phase des kommunistischen Regimes in Bulgarien. Es kam die neue Regierung der Vaterländischen Front an die Macht, ein Bündnis zwischen der Bulgarischen Kommunistischen Partei (in Folgendem BKP genannt) und anderen kleineren Parteien mit einer linken politischen Orientierung. Nach der Machtübernahme der BKP folgte eine 45 Jahre lang andauernde Entwicklungsphase der Presse, die von der Kontrolle durch Staat und Partei gekennzeichnet war (Ivanov 1997: 56).

Zu Beginn dieser Zeit wurden die Zeitungen aller politischen Parteien verboten, mit Ausnahme jener der BKP und der Bulgarischen Agrarischen Volksunion. In Bulgarien – wie auch in den übrigen Ostblockstaaten – war das Pressewesen eher eine Angelegenheit der Partei als des Staates und der Gesellschaft. Die wichtigsten Probleme der Presse wurden nach sowjetischem Muster auf Parteiebene geregelt. In der Machtpyramide war die Presse ein Mittel zur Verwirklichung der Parteipropaganda, sie galt als zentrales Instrument der Revolution, deren Träger die kommunistische Partei war (Vollmer 2000: 127 ff.).

Gesetzlich hat sich die Partei auch die Kontrolle gesichert. Zwar garantierte Art. 88, Kapitel VIII der bulgarischen Verfassung aus dem Jahr 1947 die Pressefreiheit zu den Grundrechten und Pflichten der Bürger, sowie auch die Freiheit der Meinungsäußerung. Allerdings wurden diese Freiheiten in dem darauf folgenden Art. 87 sofort eingeschränkt, da sie nicht gegen den Staat und die neue Gesellschaftsordnung angewendet werden durften. Im Pressegesetz von 1946 stand auch, wenn ein Presseergebnis eine den staatlichen Interessen schadende Tendenz aufweise oder

zu Stimmungen führe, die gefährlich für die Beziehungen mit anderen Staaten seien, so werde eine Mahnung ergehen und das Erscheinungsverbot für diese Zeitung für 10 Erscheinungstermine oder noch länger. Zwar stand das in Widerspruch zum Prinzip der freien Meinungsäußerung, wurde aber zum Schutz der Staatsinteressen so gehandhabt (Baeva & Kalinova 2002: 103).

Der konkrete Einfluss der Partei auf die Presse drückte sich weiter in der Auswahl des Personals unter Kontrolle der BKP aus. Auch der Inhalt wurde ganz und gar der BKP untergeordnet und es gab keine gesetzlichen Möglichkeiten zu Etablierung konkurrierender Publikationen (Burudshieva 1999: 155). Die Ergebnisse der auferlegten Parteizensur führten zu einer Monopolisierung des Presseraumes. In finanzieller Hinsicht waren die Zeitungen komplett vom Staat subventioniert. Nach 1944 wurden alle Presseerzeugnisse entweder direkt von den politischen Parteien herausgegeben oder von Organisationen, die dem politischen System untergeordnet waren. Auf dem täglichen Pressemarkt erschienen acht Tageszeitungen, die im einzigen modern eingerichteten Druckereizentrum in der Hauptstadt Sofia gedruckt und im ganzen Land verbreitet wurden. Größter Herausgeber war das Zentralkomitee der BKP, das drei Hauptstadtzeitungen und alle Lokalzeitungen herausgab. Die BKP war im Besitz der Tageszeitung mit der größten Auflage „*Rabotnitschesko Delo*“ (Mission der Arbeiter) (Videnov 1998: 327).

Ganz vorne als wichtiger Informationslieferant stand die bulgarische Nachrichtenagentur *Bulgarische Telegraphische Agentur* (im Folgenden BTA genannt), die die Aufgabe hatte, die Presseredaktionen mit Informationen zu versorgen, sowie Informationen über Bulgarien ins Ausland zu vermitteln. BTA war der Regierung direkt unterstellt. Ihre Quellen waren Journalisten und Korrespondenten, Partei- und Staatsdokumente (Milev 1996: 68). Wegen der einseitigen Informationslieferung seitens der BTA hatten die Zeitungen folglich auch kein großes Spielfeld, innovativen Journalismus zu betreiben.

Wie konnte diese uniforme Presse entstehen, wenn die Inhalte selbständig von den Journalisten produziert wurden? War das die Parteikontrolle an sich, die die Verantwortung für die schlechte Informationslage trug oder haben sich die Journalisten mit der Zeit selbst daran gewöhnt? Die Funktionen, die die bulgarischen Journalisten erfüllen mussten, sollen im Folgenden ausgeführt werden, um Erkenntnisse über ihre Berufsrolle in der Periode des Totalitarismus zu gewinnen.

Die Funktion der Presse hatte Lenin bereits Anfang des 20. Jahrhunderts festgelegt: „Die Zeitung ist nicht nur ein kollektiver Propagandist und kollektiver Agitator, sondern auch ein kollektiver



Organisator“ (zit. nach Panajotov 1995: 9). Demnach lautete die Aufgabe der Presse im sozialistischen Bulgarien: Agitation, Propaganda, Organisation.

Dem bulgarischen Forscher Najdenov (1995: 186) zufolge wurden die drei Prinzipien, welche Lenin für die Parteipresse formuliert hatte und nicht für den Journalismus allgemein, zu den Grunddogmen für die tätigen Journalisten.

Unter **Agitation** verstand man laut Najdenov die politische Darstellung, Erläuterung und Bewertung aktueller Erscheinungen und aktueller gesellschaftlicher Aufgaben, sie wendete sich in starkem Maße an die Gefühle der Menschen, appellierte an ihre Begeisterungsfähigkeit und ihren Hass. Die Journalisten sollten mit ihren Beiträgen die Stimmungen der Arbeiter beeinflussen, sie zum sozialistischen Aufbau aufrufen, gleichzeitig sollte der Kapitalismus kräftig kritisiert und durch Tatsachen bloßgestellt werden (ebd.: 187).

Da die Beeinflussung der Gefühle und der Stimmung, die durch Agitation erfolgen sollte, unzureichend war, bedurfte es auch der **Propaganda**. So sollte die Stimmung zur Überzeugung werden, die durch Wissen abgesichert war. In analysierenden Artikeln sollten die Journalisten zur Herausbildung einer Weltanschauung beitragen, indem sie in ihren Beiträgen die Politik der kommunistischen Partei und der Regierung gemäß dem Standpunkt des Marxismus-Leninismus erläuterten. Die Journalisten sollten die Zusammenhänge zwischen den Gründen und ihren Folgen für die politische Entwicklung erklären und so zu einem Kriterium der Rezipienten werden, mit dem sie selber von dem Standpunkt des Marxismus-Leninismus und der Partei aus, die Ereignisse einschätzen konnten (ebd.: 189).

Die Ziele der Agitation und Propaganda konnten nur durch eine gute **Organisation** erreicht werden, so mussten die Medien auch Beiträge enthalten, die belehrten, wie etwas getan werden muss und wie man handeln muss, um das durch die Agitation vorgesehene Ziel zu erreichen. So erfüllten die Medien auch eine organisatorische Funktion (ebd.: 189).

Im Weiteren nennt Najdenov als oberstes Prinzip bei der Arbeit der bulgarischen Journalisten die **Parteilichkeit**. Sie sollten aktiv für den Sozialismus und aktiv gegen die antikommunistischen Ideologien kämpfen. Die Journalisten sollten bei ihrer Themenauswahl keine für die Partei wichtigen Fragen und Themen vernachlässigen. Es war keinen Platz für unterschiedliche Ideologien und Auffassungen, für Diskussionen und abweichende Meinungen, so ersetzte die Parteilichkeit gewissermaßen die Objektivität (ebd.: 211).



Diese Prinzipien legten auch die Rolle der Journalisten im Sozialismus fest: sie waren Funktionäre der Partei der Arbeitsklasse. Sie sollten sich als Parteifunktionäre fühlen und entsprechend handeln. Treue zur Partei war also die wichtigste Voraussetzung, die die Journalisten mitzubringen hatten.

Auch die Journalistenausbildung sollte ein Teil der Presselenkung sein. Dazu trug die uniforme Ausbildung bei, die von der im Jahr 1975 gegründeten Fakultät für Journalistik an der Sofioter Universität geleistet wurde. Um zum Studium zugelassen zu werden, mussten die Bewerber eine schwere Aufnahmeprüfung bestehen, die nicht nur fachliche, sondern vorrangig ideologische Eignung erbringen musste. Das Studium sicherte nicht nur eine literarisch-journalistische Ausbildung, sondern bereitete auch ideologisch-politisch darauf vor, dass die Journalisten nach den Anforderungen der Prinzipien des sozialistischen Journalismus arbeiten konnten (Kiriakova 2004: 107 ff.).

Die uniforme Ausbildung spiegelte sich in der Tat auch später in der beruflichen Praxis der Journalisten wider. Najdenov analysiert die professionellen Merkmale und die thematischen Akzente im totalitären Journalismus und kommt zu fünf „Deformationen“, die seiner Meinung nach zu den Merkmalen der Journalisten in dieser Periode zählten und tief ins journalistische Denken eingedrungen waren. Erstens: Die totale Zentralisierung des Systems berücksichtigte das Informationsbedürfnis und die Interessen des Publikums in keiner Hinsicht. Viele Themengebiete wurden aus dem Kommunikationsfeld ausgeschlossen. Zweitens: Es wurde ein Ereignismodell geschaffen, das mit der Wirklichkeit wenig zu tun hatte. Im Fokus lagen erfundene Korrespondenz, konstruierte Reportage und besonders Artikel mit propagierender Funktion. Die Ereignislosigkeit und Einseitigkeit der Texte und Berichte schufen einen anonymen sozialen Raum. Drittens: Die Medien deformierten ihre Sprache und passten sich einem sehr institutionalisierten Stil an. Alltagssprache und Slang wurden aus der journalistischen Sprache gestrichen. Viertens: Die Wirtschaft und die Erfüllung des Plans, das Ernten und die Probleme der Produktion waren zentrale Themen in den Medien. Fünftens: Der journalistische Inhalt war so normativ, dass er freie Information und Ideenaustausch verdrängte (Najdenov 1995: 193).

Demzufolge kann man schlussfolgern, dass die Selbstzensur für die Journalisten die einzige Möglichkeit war beruflich zu überleben und dass die Journalisten mit „Schere im Kopf“ arbeiteten. Diese Schlussfolgerung ist jedoch mit Vorsicht zu genießen. Die Ausführung oben stellt nur die Rahmenbedingungen und die normativen Vorgaben dar, welche die Arbeit der

Journalisten beeinflussen sollten. Haben sich aber die Journalisten tatsächlich an diese Vorgaben gehalten? Gab es Journalisten, die unter diesen Bedingungen auch ein anderes Selbstverständnis entwickelt haben, die das „ideologische Diktat“ nicht akzeptieren und ein anderes inoffizielles Maß der Professionalisierung schufen? Diese Frage lässt sich leider nicht beantworten, weil während des totalitären Regimes keine Journalismusforschung betrieben wurde. Es ist auch nicht Ziel der Arbeit, diese wissenschaftliche Lücke zu schließen. Vielmehr ist wichtig, dass man die oben beschriebenen ideologischen Vorgaben nicht direkt auf die damalige tatsächliche Praxis der in dieser Studie befragten älteren Journalisten überträgt, sondern sie bei der Analyse ihres heutigen Rollenselbstverständnisses als mögliche Einflussgrößen berücksichtigt.

### **1.2.2 Liberalisierungsphase (1989 - 1996)**

Die Festlegung dieser ersten Phase in der Transformationsgeschichte der bulgarischen Presse erfolgt in Anlehnung an die theoretische Überlegung von Downing (vgl. Abschnitt 1.1). Das ist die Phase nach dem Absturz der BKP am 10. November 1989, die Periode des Übergangs vom Totalitarismus zur Demokratie und vom Parteimonopol zur marktwirtschaftlichen Ordnung, die bis zum Erscheinen von WAZ auf den bulgarischen Markt dauert. Diese ersten sieben Jahre nach dem Systemwechsel wurden von einer ständigen ökonomischen und politischen Krise begleitet, von Konfrontationen zwischen den Parteien und häufigen Regierungswechseln (Tzankoff 2001a: 67 ff.). Welchen Entwicklungsraum haben diese politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umwälzungen für die Presse und somit für den bulgarischen Journalismus gebildet? Welches neue Berufsverständnis hatten die Journalisten? War ihr Ziel, den erhöhten Bedarf nach Medieninformationen in diesen ersten turbulenten Jahren zu befriedigen und ihr Publikum die Facetten und Herausforderung des gesellschaftlichen Wandels zu erklären? Oder vertraten sie weiter eine politische Richtung diesmal als Fürsprecher der neuen politischen Akteure? Fand die politische Polarisierung der Gesellschaft ihr Spiegelbild auch in der Presse? Es wird der Versuch unternommen, die Antworten auf diese Fragen zu finden, indem im Folgenden kurz auf die Pressentwicklung und auf die neuen Tendenzen im bulgarischen Journalismus in dieser ersten Transformationsphase eingegangen wird.

Wie die ganze innenpolitische Realität hat sich auch die Presselandschaft nach dem 10. November 1989 deutlich verändert. Bis zu diesem Zeitpunkt mussten sich die periodischen

Zeitungen der Zensur und den Vorgaben der Kommunistischen Partei beugen. Die Ereignisse nach 1989 haben neue Voraussetzungen für die Entwicklung der Medien und speziell der Presse in Bulgarien gebracht. Die neu errungene Freiheit von politischen Anweisungen und parteilichen Vorgaben haben die Basis für eine sehr rasche Neugründung von neuen Titeln und Angeboten auf den Markt gelegt (Ognianova 1997: 20).

Damit diese rasch boomende Entwicklung der Presse in den Jahren nach 1989 gewährleistet werden konnte, war eine Pressegesetzgebung für die Verankerung der neu errungenen Freiheiten notwendig. So wurde das Recht auf Meinungs- und Informationsfreiheit als Grundrechte in die neue bulgarische Verfassung von 1991 aufgenommen und damit gesetzlich geschützt. Art.39 bzw. Art. 41 lauten:

„ (1) Jeder hat das Recht, seine Meinung zu äußern und sie vermittels des geschriebenen oder mündlichen Wortes, über Tonträger, Abbildungen oder auf andere Weise zu verbreiten. Jeder hat das Recht, Informationen zu suchen, einzuholen und zu verbreiten. Dieses Recht darf nicht zum Schaden der Rechte und des Renommées von anderen oder zum Schaden der Staatssicherheit, des allgemeinen Auftrages, des öffentlichen Gesundheitswesens und des Sittlichkeitsgefühls ausgeübt werden. (2) Die Bürger haben das Recht auf Informationen von Staatsorganen oder Behörden hinsichtlich Fragen, die ihr gültiges Recht schützen, vorausgesetzt die Information ist kein Staatsgeheimnis oder andere geschützte Information und kollidiert nicht mit Persönlichkeitsrechten von anderen“ (zit. nach Brunner 1995: 9).

Die Pressefreiheit ihrerseits wird in Art. 40 festgelegt: „Die Presse und alle anderen Massenmedien sind frei und unterliegen keiner Zensur“ (ebd.: 10). Diese Artikel waren und sind immer noch die einzigen verabschiedeten Gesetzestexte, die mit der Regulierung des Pressewesens zu tun haben.

Initiatoren der ersten Publikationswelle nach der Wende waren die Parteizeitungen. Die Neugründung von vielen oppositionellen Parteien mit offiziellen Presseorganen wurde innerhalb der Gesellschaft als Symbole des Systemwechsels angesehen. Die Union der Demokratischen Kräfte (im Folgenden UDK genannt) brachte die „*Demokrazia*“ (Demokratie) auf den Markt, die Sozialdemokratische Partei – die „*Svoboden Narod*“ (Freies Volk), und die Bulgarische Sozialistische Partei (die ehemalige Kommunistische Partei, im Folgenden BSP genannt) die „*Duma*“ (Wort), Nachfolgerin des ehemaligen Parteiorgans „*Rabotnichesko delo*“. Die meisten Titel vor 1989 mussten sich an den neuen marktwirtschaftlichen Bedingungen orientieren und

sich einem entflammten Konkurrenzkampf auf dem Markt stellen. So konnten die alten Zeitungen in der neuen Situation nicht überleben und die meisten mussten ihr Erscheinen einstellen. Nur die alte Zeitung der Gewerkschaften „*Trud*“ (Arbeit) wurde von einem redaktionellen Kollektiv privatisiert und nahm unter der Leitung der neuen Pressegruppe *Media Holding* wieder ihr Erscheinen auf (Koseva 1996: 2).

Schnell wurde aber die Gesellschaft von dieser politischen Konfrontation gesättigt und die parteiabhängige Information von der Presse war nicht mehr erwünscht. Es erwuchs ein Verlangen nach unabhängiger Berichterstattung, nach Zeitungen, die sich nach dem Interesse ihrer Leser richten und nicht nach der vertretenen politischen Linie. Es wurde 1991 die Herausgabe der ersten privaten, parteiunabhängigen Tageszeitung „*24 Chassa*“ (24 Stunden) von der Pressegruppe „*168 Chassa*“ (168 Stunden) gefördert (Raycheva & Petev 2003: 85). Tzankoff bezeichnet die Gründung von „*24 Chassa*“ als Kommerzialisierungsbeginn der bulgarischen Presse (2001a: 67). Mit „*24 Chassa*“ war laut der bulgarischen Transformationsforscherin Burudshiewa einer der bedeutendsten Akteure in der neuen Presselandschaft geboren (1999: 158). Die Zeitung „*24 Chassa*“ und die Pressegruppe „*168 Chassa*“ haben in den Medien die kommerziell-informative Herangehensweise durchgesetzt, indem sie als erste zuließen, etwa 1/3 der Seiten für bezahlte Werbung zu nutzen. Im Layout war die Pressgruppe die erste, die auf ein Tabloid-Format umstieg und dafür den Seitenumfang der Ausgaben deutlich erhöhte. Unter der Leitung ihres Herausgebers Valeri Naidenov entwickelte sich eine neue Zeitungssprache, die den modernen Menschen in der Gesellschaft ansprechen sollte (ebd.: 158). Die Pressgruppe leitete eine boomende Entwicklung der privaten Tageszeitungen auf dem Markt. Innerhalb kürzester Zeit erschien eine Reihe von politisch unabhängigen Zeitungen. So kamen 1992 weitere Neugründungen wie „*Standart*“ (Standart), „*Kontinent*“ (Kontinent) und „*Novinar*“ (Nachricht) hinzu. Sie hatten einen weniger anspruchsvollen Stil und antworteten im stark polarisierten politischen Raum auf die Bedürfnisse des Publikums (Tzankoff 2001a: 67).

Die starke Entwicklung und Etablierung der täglichen unabhängigen Presse hatte allerdings auch ihre negativen Seiten. Der Rückfall vom Öffentlichen ins Private konnte über die neue Abhängigkeit der Presse von den neuen politökonomischen Gruppierungen als Eigentümern nicht hinwegtäuschen (Dimitrov 1998: 116). So nahmen viele der wichtigsten Titel trotz scheinbarer Unabhängigkeit doch eine politische Orientierung vor. Die Parteiabhängigkeit mancher Zeitungen und die politische Nähe der Ansichten vieler Redakteure haben in den Jahren der

harten politischen Kämpfe die Gesellschaft noch mehr polarisiert und gespalten. 1992-1993 wurde ein täglicher Wortwechsel zwischen den Zeitungen ausgetragen. Während „*Duma*“ und „*24 Chassa*“ die Seite der damaligen sozialistischen Regierung wählten und deren Kandidaten unterstützten, standen „*Demokratzia*“, „*Trud*“, und „*Standart*“ an der Seite der Demokratischen Union (Tzankoff 2001a: 70). Die ständigen Wortgefechte zwischen den Redaktionen endeten oftmals mit Beleidigungen, falschen Unterstellungen oder offenem Schlagabtausch (ebd.: 70).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass trotz der starken Entwicklung einer neuen unabhängigen Presse in den ersten 7 Jahren der Transformation, der Zeitungssektor noch sehr stark von der Politik und den alten Machteliten gelenkt wurde. Im Bezug auf die Fragestellung der vorliegenden Arbeit ist zu sehen, wie das Gesamtbild von den Journalisten zu dieser Zeit aussah und welches Rollenverständnis unter diesen neuen Arbeitsbedingungen sich entwickeln konnte.

Der Übergang vom Totalitarismus zur Demokratie und vom Parteimonopol zur marktwirtschaftlichen Ordnung spiegelte sich schnell nicht nur in der Presse, sondern auch im bulgarischen Journalismus wider. Gleich nach der Wende fand ein Generationswechsel statt. Der Zuwachs an neuen Medien öffnete die Türen für eine neue Journalistengeneration, die als engagierte, politisch unvorbelastete Mitarbeiter und billige Arbeitskräfte in vielen Redaktionen ganz besonders willkommen waren (Thomaß 2000: 166). Das machte den Weg frei für viele Studenten, die aus anderen Fachrichtungen kamen. Viele Redaktionsleiter waren skeptisch gegenüber den Studenten und Absolventen vom Journalistik-Studiengängen, die jahrelang „Mitarbeiter der ideologischen Front“ ausgebildet hatten und sich erst mühsam reformieren mussten (ebd.: 166). Die jungen Journalisten stellten keine hohen finanziellen Forderungen, waren billige Arbeitskräfte (ebd.: 166). So war ein Grossteil von ihnen Berufseinsteiger. Ressorts wie Politik und Wirtschaft wurden von 20 bis 25-jährigen Journalisten geleitet (Gross 2003: 261). Diese neue Journalistengeneration verdrängte die „älteren Vertreter“, die aufgrund von Minimallöhnen und eingeschränkter publizistischer Tätigkeit nach einiger Zeit resignierten und sich häufig in die Arbeitslosigkeit begaben (Thomaß 2000: 166).

Damit waren aber auch viele Stolpersteine verbunden, auf die die Transformationsforscherin Thomaß verweist. Die Mängel in der Ausbildung hatten schwerwiegende Folgen. Da nach der politischen Wende journalistische Standards in Bezug auf professionelle Anforderungen erst entwickelt werden mussten und in diesen ersten dynamischen Jahren der Medientransformation

nicht viel Zeit zur Selbstreflexion war, blieb den jungen Journalisten nichts anders übrig, als diese neuen Freiheiten erstmal zu kosten ohne Rücksicht auf recherchierte Tatsachen oder Persönlichkeitsschutz zu nehmen. Die Vermischung von Nachricht und Kommentar war die Regel. Gerüchte wurden ohne Nachprüfung auf den Wahrheitsgehalt verbreitet. So schließt Thomaß, dass alles das große Auswirkung auf die Professionalität und Seriosität des bulgarischen Journalismus in dieser Periode hatte (2000: 167 ff.).

Zu diesem negativen Bild der bulgarischen Journalisten trug auch das neue Berichterstattungsmuster bei. Alles schien möglich, auch im Stil der Berichterstattung und in der Sprache. Es setzte der Prozess der Polarisierung und Polemisierung ein, der die Berichterstattung in dieser ersten Periode entscheidend prägte (Thomaß 2001: 68). Ebenso wie bei der Gründung der unabhängigen Presse war „24 Chassa“ der Vorreiter auch bei der Etablierung eines neuen Berichterstattungsmusters. Wie schon oben erläutert, setzte sich „24 Chassa“ das Monopol der Parteiblätter zu brechen. Sie konnte die Aufmerksamkeit auf sich ziehen, indem sie dem Leserpublikum eine Freiheit bekundete, über die die parteigebundenen Zeitungen „Duma“ und „Demokratia“ nicht verfügten (Spasov 2003a: 254). Die Sprache erwies sich als einzige Ebene, auf der sich diese Freiheit in einem vollwertigen Ausmaß demonstrieren ließ, um überparteiliche Popularität zu gewinnen (ebd.: 254). Die starre offizielle Sprache der ehemaligen ideologisch geprägten kommunistischen Presse wurde von den Journalisten rasch durch eine aggressive, jedenfalls sehr expressive Alltagssprache ersetzt. Das war die Ausdrucksweise von Straßenverkäufern und Taxifahrern, von Hausfrauen und Stammtischlern (Todorov 2003: 108). Der bulgarische Transformationsforscher Spasov bezeichnet diesen Prozess als „Die Sprache steckte die Zunge heraus“ (2003a: 254). Die Vulgärsprache drang in die Wortwahl ein, die Inhalte wurden sexualisiert, die Titel strebten eine Schockwirkung an. Diese neue Rhetorik der „journalistischen Folklore“ wurde rasch auch von anderen unabhängigen Zeitungen übernommen (ebd.: 254). Spasov nennt drei Gründe, weshalb der Exzess der Sprache einen so großen Erfolg hatte. Erstens war das die perfekte Tarnung der politischen und wirtschaftlichen Abhängigkeit der Zeitung. Zweitens bot diese Sprachreform eine radikale Antithese zu dem abgedroschenen professionellen Jargon des sozialistischen Journalismus. Drittens garantierte sie Maximalgewinn für Minimalzeit, weil sie keine Spezialausbildung forderte und wenig journalistisches Können voraussetzt (2003a: 255). Dieser letzte Punkt war vielleicht auch ein Grund, warum so viele

junge Journalisten leichten Einstieg in den Beruf fanden. Sie hatten keine bedeutende soziale Erfahrung, verfügten aber über die Spracherfahrung der jugendlichen Subkulturen.

So bewegte sich die Sprache der Journalisten in dieser Periode zum ersten Mal jenseits des Ideologischen, sie wurde jedoch nicht reflektierend und kritisch. Laut dem bulgarischen Transformationsforscher Dimitrov übernahmen die Journalisten nicht die Rolle kritischer Beobachter des Geschehens. Sie machten mehr Politik, als dass sie politische Ereignisse vermittelten oder sachlich und kompetent kommentierten (2003: 115). Das bestätigen auch die amerikanischen Transformationsforscher Hiebert und Gross, die die Entwicklungen im Rollenverständnis des postkommunistischen Journalismus in den ersten Transformationsjahren wie folgt beschreiben:

„Post-1989 Eastern European journalism, therefore, went from one form of mobilization, political polemics, propaganda, and proselytizing in the name of one party and one ideology, to a similar type of journalism, now serving a number of different parties, ideologies, and political ideas” (2003: 260).

Die polnische Transformationsforscherin Ostrawska bezeichnet die Beziehungen zwischen den bulgarischen Journalisten und den Politikern als die engsten im Vergleich zu allen anderen postkommunistischen Staaten (2003: 66). Wie bereits bei der Beschreibung der Presseentwicklung in dieser ersten Phase angedeutet, war die Politisierung der Presse trotz scheinbarer Unabhängigkeit ein zentrales Problem, weil die Parteien in der frühen Phase des Übergangs eine Anfangshäufung an Autorität benötigten. Viele Journalisten betrachteten somit ihre Arbeit als Fortführung ihres politischen Engagements und verstanden die Presse als Werkzeug im politischen Kampf (Spasov 2003a: 254). So ließen sich die Journalisten dazu benutzen, Bezeichnungen, Anspielungen und Verleumdungen weiterzuerweitern (ebd.: 254). Die von Politikern vorgetragenen und von Journalisten ungeprüft wiedergegebenen, sensationell klingenden Beschuldigungen wurden somit zur Nachricht (Thomaß 2001: 68). Dieser politische Kampf schlug sich in meinungsgefärbte Genres wie Kommentaren und Analysen nieder, die dem Publikum wenig Raum ließen für die eigene Interpretation der komplexen Ereignisse in der Gesellschaft (Gross 2003: 262). Der amerikanische Forscher Hiebert verweist auf die Unfähigkeit dieser ersten Welle des postkommunistischen Journalismus in allen osteuropäischen Ländern, sich mit der eigenen Meinung fernzuhalten, zu berichten anstatt zu kommentieren (1996: 110).



Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Journalismus in dieser ersten Liberalisierungsphase durch eine Sprachrevolution gekennzeichnet war, die sich als Gegenreaktion auf eine sprachlich stark konformistische Berichterstattung im Kommunismus entwickelt hat und vorwiegend von jungen Journalisten getragen wurde. Sie negierten aber die Rolle der neutralen Vermittler von Information und fühlten sich dazu verpflichtet, jede Nachricht zu kommentieren. Sie konnten sie in dieser ersten Periode auch keine sachlich fundierte Kritik entwickeln. Die aufgeheizte Temperatur des politischen Lebens sowie die alltäglichen Bezeichnungen, Anklagen und Verleumdungen in den politischen Auseinandersetzungen spiegeln sich in ihren Beiträgen wider. So ließen sich die Journalisten als Werkzeug im politischen Wahlkampf instrumentalisieren.

### 1.2.3 Demokratisierungsphase (1996 – 1999)

Die finanzielle Lage der in den ersten entstanden unabhängigen Zeitungen wurde von der schweren Wirtschaftskrise 1996 in Bulgarien erschüttert<sup>3</sup>. Viele Zeitungen reduzierten in diesen Monaten den Seitenumfang. Wegen der ständig wachsenden Zeitungspreise verzichteten sogar manche Redakteure auf Abonnenten, weil das weitere Verluste für jeden Verlag bedeutete (Lazarov 1997: 40). In dieser Situation zog der bedeutendste Auslandsinvestor in die bulgarische Presselandschaft ein – die Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ). Mit dem WAZ-Eintritt beginnt auch die Demokratisierungsphase, die zweite Transformationsphase im bulgarischen Pressesektor (vgl. Abschnitt 1.1). Welche Anforderungen der Einstieg von diesem bedeutendsten Investor in die bulgarische Presselandschaft für die Presse und die bulgarischen Journalisten mit sich brachte, soll im Folgenden dargestellt werden.

Nach monatelangen Verhandlungen mit der Pressegruppe „168 Chassa“, die in Zeitungsgruppe „Bulgarien“ umbenannt wurde, unterzeichnete die WAZ in August 1996 den Kaufvertrag. Ein Jahr später verkaufte die finanzgeschwächte Verlagsgesellschaft „Media Holding“ (der

---

<sup>3</sup> Durch eine umstrittene Wirtschaftspolitik und unkontrollierte Vergabe von Krediten kam es 1996 zu einer großen Finanzkrise in Bulgarien. Das Banksystem befand sich in einem totalen Kollaps und wurde ständig von der Nationalbank subventioniert. Dennoch meldeten viele Geldinstitute Bankrott an. Die ganze Krise führte zu einer drastischen Entwertung der bulgarischen Währung (des Lews), innerhalb nur einiger Wochen verlor sie im Vergleich zum amerikanischen Dollar das Fünffache ihres Wertes. Im Laufe des Jahres musste das Land eine Hyperinflation von über 300% verkraften. Durch die Inflation nahm die Kaufkraft der Bevölkerung stark ab (Riedel 1998: 29).



Herausgeber der ehemalige Gewerkschaftstageszeitung „*Trud*“) 70% ihrer Anteile an die WAZ. So wurden die beiden auflagenstärksten Zeitungen „*24 Chassa*“ und „*Trud*“ vom gleichen Besitzer herausgegeben (Tzankoff 2001a: 85).

Die ersten Schritte von WAZ auf dem bulgarischen Medienmarkt waren alles andere als problemlos. Der Verlag versuchte seine Zeitungen zu einem Dumpingpreis zu verkaufen. Auch kurz nach dem Kauf von „*Media Holding*“ fusionierten die Werbeabteilungen der beiden Verlage, so dass die Kunden eine sehr günstige Möglichkeit bekamen, gleichzeitig in beiden Zeitungen ihre Werbung zu platzieren (Petkov 1996: 39). Der WAZ wurde demnach von den Chefredakteuren der anderen überregionalen Tageszeitungen vorgeworfen, dass sie gegen das Gesetz verstoßen hatte und dass sie die bulgarische Presse zerstören wolle, dass der Preis der Tageszeitung weit unter seinem realen Wert liege und die anderen Zeitungen damit Auflage und Leserschaft verlieren würden (ebd.: 39). Infolgedessen wurde *die Kommission zum Schutz der Konkurrenz* eingeschaltet, um in einem Prüfverfahren die mögliche Monopolstellung zu untersuchen. Im März 1997 begann die Überprüfung einer vermuteten Monopolstellung der WAZ in Bulgarien. Allerdings wollte sich die Regierung solch eine offene Konfrontation mit dem größten Investor im Printbereich nicht leisten, so dass das Kartellverfahren keine negativen Folgen für die neue Zeitungsgruppe *Bulgarien* hatte (Tzankoff 2001a: 85).

Diese Preispolitik von WAZ traf alle anderen Zeitungen auf dem Markt. Sie waren stark gefährdet und mussten täglich um ihr Überleben kämpfen. Ende 1997 schrieben die meisten Zeitungen rote Zahlen in ihren Bilanzen und mussten unter anderem enorme Schulden bei der Staatsdruckerei „*Rodina*“ begleichen (Miladinova 1997: 39). Besonders belastend war die Situation jedoch für die Parteizeitungen. Sie mussten schwere Rückgänge bei den Leserzahlen verzeichnen (Grozdeva 1998: 52).<sup>4</sup> Trotz der eingeschränkten Möglichkeiten für die Entstehung neuer Titel auf dem bulgarischen Markt nach dem Einzug der WAZ erweiterten einige Neuerscheinungen wie die Zeitung „*Sega*“ (Jetzt) und „*Monitor*“ (Monitor) die Titelvielfalt der bulgarischen Tagespresse. Sie wollten vor allem eine Qualitätszeitung für gut gebildete Leser anbieten (Tzankoff 2001a: 86).

---

<sup>4</sup> „*Demokratia*“ wurde 1996 zu einer nationalen Tageszeitung und löste sich von der Parteiabhängigkeit. Die Zeitung wurde wegen enormer Schulden jedoch 2000 eingestellt. „*Duma*“ konnte oftmals wegen finanzieller Schwierigkeiten nicht gedruckt werden, vorübergehend musste sie sogar für einen ganzen Monat eingestellt werden (Grozdeva 1998: 52).

Der Einzug der WAZ hat laut Experten zur Ablösung vieler Zeitungen von der Politik geführt. So weist Tzankoff darauf hin, dass die politische Zuordnung der Zeitungen zu Parteien bzw. Parteiflügeln weit weniger eindeutig wurde als in den ersten sieben Jahren der Pressetransformation war (2001a: 87). Bedeutete das zugleich einen Wandel im bulgarischen Journalismus? Hat der westliche Investor die professionellen Standards vom Westen importiert und zu einem neuen journalistischen Rollenverständnis geführt?

Erstaunlicherweise erklärten die neuen Eigentümer, den publizistischen Charakter und das Profil der beiden Zeitungen bewahren zu wollen. Der exzessive Sprachgebrauch behielt weiter seine privilegierte Stellung (Tzankoff 1999: 330). So hat der westliche Einfluss den inhaltlichen Stil der heimischen Zeitungen wenig geändert. Wohl hat sich eine Veränderung getan, aber diesmal kam sie von den Journalisten selbst. Gelandet in die Hände eines ausländischen Investors, konnten die Journalisten, die für die beiden führenden Zeitungen auf dem Markt „*24 Chassa*“ und „*Trud*“ arbeiteten, zum ersten Mal seit der Wende ihre Unabhängigkeit von politischen Akteuren kosten. Spassov verweist darauf, dass sie eine Haltung der Missachtung gegenüber jeglicher Hierarchisierung demonstrierten und in einer starken Opposition zu den Politikern standen (2003a: 254). Diese Opposition äußerte sich in einer Vorstellung von zwei Klassen, von „denen unten“, womit die einfachen Menschen gemeint waren, und von „ihnen oben“, den Vertretern der Macht (ebd.: 255). So wurde die Pyramide auf den Kopf gestellt und die Macht dem Publikum übergeben. Die beiden Zeitungen haben die Rubrik „Der Leser schlägt vor“ eingeführt. Falls der Leser etwas Wissenswertes bemerkte, konnte er anrufen und auch Honorar dafür bekommen. So wird dem Leser ermöglicht, sich selbst im Journalismus zu versuchen. Als erste begannen die beiden Zeitungen Lesebriefe zu veröffentlichen. (ebd.: 258) Wenn früher die Sprache der „*24 Chassa*“ im Medienraum nachgebildet wurde, so wurde von den anderen Zeitungen diesmal das Verhältnis von „*24 Chassa*“ und „*Trud*“ zu den Politikern zum Vorbild. Es wurde als Norm angesehen und so praktiziert von den bulgarischen Journalisten zu dieser Zeit (ebd.: 261).

Die Expansion der Zeitungen in den Bereich der zivilgesellschaftlichen Aktivitäten war die Folge der spezifischen Situation in Bulgarien, die vor allem durch ein wachsendes Misstrauen an der Wirksamkeit der Institutionen verursacht wurde, da diese in einer tief greifenden Krise steckten (Znepolski 2000: 379). In dem Vertrauensverlust der Bevölkerung gegenüber den Funktionsmechanismen des politischen Systems und in einem ständig sinkenden Rating der

politischen Elite wurden bei jeder Gelegenheit die Vorteile der Presse gegenüber der Parteizentrale hervorgehoben und gezeigt, wie weit sie in ihrer Gegenposition zu den amtierenden Politikern vorangeschritten war (ebd.: 379). Der Krise der politischen Repräsentation wurde die Idee gegenübergestellt, dass die Menschen direkt von der Zeitung vertreten werden. Die Zeitung bot den Lesern direkte Lösungen an, indem sie vorgab, in ihrem Namen die Mächtigen dazu zu zwingen in ihrem Sinne zu handeln (Spasov 2003a: 258). Diese Tendenz zeigen auch einige Schlagzeilen in den Zeitungen aus dieser Periode: „Das Innenministerium folgte unserem Rat“, oder den Politikern wird empfohlen: „Lesen Sie aufmerksam, sehen Sie, wie viele Vorschläge zur Verbesserung der Verwaltung „24 Chasa“ veröffentlicht hat. Nutzen Sie diese Ideen bei der Gesetzgebung aus, und das Volk wird Sie besser verstehen“ (zit. nach Spasov 2003a: 258).

Das lässt auf eine Änderung in der Berufsauffassung der bulgarischen Journalisten in dieser Periode im Vergleich zu der ersten Liberalisierungsphase schließen. Während sie sich in den ersten 7 Jahren als Werkzeug im politischen Wahlkampf instrumentalisieren ließen, verstanden sie sich jetzt als Kontrapunkt der Politik. Spasov verweist aber auf ein grundsätzliches Problem, das mit diesem neuen Rollenverständnis verbunden war. Die Journalisten waren ihrer Rolle als „vierter Gewalt“<sup>5</sup> nicht genügend gewachsen. Die stark negative Haltung sowohl gegenüber der Regierung, als auch der Opposition, haben laut dem bulgarischen Forscher das Vertrauen in Demokratie und Staat untergraben und zu einem zunehmenden Negativismus in der bulgarischen Presse und zunehmender Politikverdrossenheit geführt. Er bezeichnet diese neue Entwicklung im bulgarischen Journalismus als „Los an die Zeitungen! Lies und verachte die Staatsmänner“ (2003a: 260 ff.).

Auch der amerikanische Transformationsforscher Coman kommentiert dieses neue Rollenverständnis bei den Journalisten in den postkommunistischen Ländern wie folgt:

“Their understanding of the role of the media is confused, they define themselves as representative of the four estate but they display little understanding by the role, their role is to oppose power (no matter which party or group is in power, to criticize and to uncover its abuses as attack dog, a counter power” (2000: 43).

---

<sup>5</sup> Demokratisch orientierte Journalisten und Medienpolitiker in Bulgarien gehen oft von der Vorstellung aus, dass die Massenmedien im demokratischen System neben der Legislative, der Exekutive und der Judikative eine „vierte Gewalt“ darstellen.

Der bulgarische Transformationsforscher Todorov verweist ebenfalls auf eine negative Tendenz in diesem neuen Selbstverständnis der bulgarischen Journalisten. Seiner Meinung nach vermittelten die Journalisten in dieser Periode ein völlig pessimistisches und apokalyptisches Bild, indem sie den gesamten Transformationsprozess als eine Reihe von unverwirklichten Plänen und ausbleibenden Erfolgen darstellten (2003: 105). Diese starke „Gegenwartsnegation“, die Brutalisierung der Sprache sowie die zunehmende Publikumsorientierung, haben den Boulevardcharakter der meisten Zeitungen in dieser Periode verstärkt (ebd.: 105).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Einzug der WAZ und damit das Eindringen wirtschaftlicher statt politischer Interessen in die Presse einerseits eine Freiheit der Journalisten garantierte, die zumindest die Basis für ihre Rolle als „vierte Gewalt“ gelegt hat. Andererseits wurde diese neu empfundene Freiheit nach Meinung der Forscher von den bulgarischen Journalisten falsch verstanden. Sie kritisierten stark die Politiker und griffen sie an, sie konnten jedoch ihrer Aufgabe als objektive Kritiker und Korrektiv nicht gerecht werden.

### **1.2.4 Konsolidierungsphase (1999 bis heute)**

Die Konsolidierungsphase nach der Definition (vgl. Abschnitt 1.1) ist von einer zunehmenden Medienkonzentration gekennzeichnet, die durch den Einfluss des ausländischen Medienkapitals beeinflusst und beschleunigt wird. Der genaue Beginn dieser Phase ist im bulgarischen Pressemarkt umstritten. Für diese Arbeit wird die Festigung der Position der WAZ auf dem bulgarischen Markt nach 1999 als Beginn dieser Phase gesehen. Dabei soll hier nicht unerwähnt bleiben, dass bis auf einige kurze Beschreibungen von Transformationsforschern keine wissenschaftlichen Untersuchungen über das Berufsfeld und Rollenverständnis der bulgarischen Journalisten nach 2000 vorliegen.

In den Jahren nach 1999 konnte die WAZ mit ihren beiden Flaggschiffen „*24 Chassa*“ und „*Trud*“ etwa 80% des bulgarischen Pressemarktes erobern und ihre Monopolstellung stärken (Milev 2004: 227 ff.). Da nur die beiden WAZ-Zeitungen ihre täglichen Kosten aus dem Tagesgeschäft decken konnten, brauchten alle anderen Zeitungen, um zu überleben, entweder eine wirtschaftliche Lobby im Hintergrund, oder einen Geldgeber, der die Verluste decken konnte. So gehört heute die drittgrößte überregionale Zeitung „*Standart*“ dem Sofioter Anwalt

Todor Batkov, „*Duma*“ dem Waffenhändler Petar Mandjukov, „*Sega*“ dem Chef der Gasfirma Overgas. So ist die Vermutung nahe liegend, dass durch die Investitionen solcher Geldgeber in die Zeitungen, die redaktionelle Arbeit beeinflusst werden kann.

Eine weitere negative Tendenz in den letzten 7 Jahren beunruhigt aber viel mehr. Laut Spassov hat sich der schon in der vorherigen Phase beschriebene Boulevardcharakter des größten Teils der überregionalen Presse verstärkt. Die gesellschaftliche Unzufriedenheit hat dem Forscher nach die Basis für die Entwicklung von Sensationsjournalismus geschaffen, so dass ein „leicht-zu-verdauender umgangssprachlicher Stil“ den Pressemarkt erobert habe (2004: 64). Der Forscher macht darauf aufmerksam, dass es nicht um Boulevardzeitungen nach westlichen Verständnissen handelt, sondern um „Hybridtabloide“, die eine Mischung von Populärem und Seriösem bieten (ebd.: 68). Es konnte sich laut Spassov nur eine einzige den westlichen Kriterien entsprechende Qualitätszeitung auf dem bulgarischen Markt etablieren, nämlich die im Jahr 2001 gegründete Tageszeitung „*Dnevnik*“ (Tageszeitung). Sie wurde sogar in dem für Qualitätszeitungen üblichen Broadsheet-Format gedruckt (ebd.: 62).

Was das Berufsfeld der bulgarischen Journalisten in dieser Periode anbelangt, gibt es wenig Angaben. Die Transformationsforscherin Tzankoff (2003) verweist lediglich auf einige Charakteristika des Berufsbilds, die Rückschlüsse auf das Rollenverständnis erlauben. Sie verweist darauf, dass eine neue junge Welle Zugang zu dem Beruf gefunden hat. Aufgrund ihrer schwierigen finanziellen Lage haben einige Zeitungen gezielt billige Arbeitskräfte gesucht und warben junge Leute aus den Universitäten ab. Darunter sind folglich viele Studienabbrecher. Der Forscherin zufolge haben sie zwar ein unbefangeneres Verhältnis zur Politik oder sind politisch uninteressiert, es fehlt ihnen aber ein echtes berufliches Know-how.

Was die Berichterstattung angeht, lassen sich die Tendenzen der vorigen Periode bestätigen. Nach der Forscherin seien die Journalisten nicht mehr regierungsnah, aber auch nicht regierungskritisch im Sinne einer distanzierten ausgewogenen Berichterstattung. Auf Seiten der politischen Akteure herrscht deshalb das Gefühl, dass die Journalisten nicht die Probleme und die Komplexität der politischen Arbeit vermitteln würden. Krisen und Skandalmeldungen dominieren gegenüber der Darstellung von Fakten, aber solche „Aufdeckungen“ haben selten Folgen und werden vom nächsten Skandal überlagert. Die Forscherin kommt zu dem Schluss, dass die Journalisten immer noch keine vermittelnde Funktion zwischen Politik und Gesellschaft übernehmen können (ebd.: 2003).

Eine positive Tendenz im bulgarischen Journalismus in dieser Periode soll hier nicht unerwähnt bleiben. Im Jahr 2004 wurde mit Hilfe der BBC World Trust und Finanzierung der Europäischen Union der so genannte „Ethische Kodex der bulgarischen Medien“ entwickelt und im Oktober von 45 überregionalen Medien unterschrieben. Die fünf Punkte des Kodexes fassen Prinzipien für die Verbreitung zuverlässiger Informationen, das Sammeln von Informationen, redaktionelle Unabhängigkeit, Zusammenarbeit der Medien mit dem öffentlichen Interesse. Um die Einhaltung dieser Normen zu überprüfen wurden zwei verschiedene Kommissionen ins Leben gerufen, die von führenden Journalisten geleitet werden. Sie sollen Beschwerden von Menschen, die sich seitens der Medien beleidigt fühlen, bearbeiten, einen Pressespiegel erarbeiten, um die Entwicklung der Normen zu beobachten und ethische Empfehlungen an die Zeitungen im Falle eines Verstoßes gegen die Richtlinien zu verschicken (Kommission für Medienethik 2004).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass aufgrund fehlender Literatur eine ausführliche Beschreibung der Pressejournalisten und ihres Rollenverständnisses in der Periode nach 2000 bis heute nicht möglich ist. Die von der Transformationsforscherin Tzankoff genannten Tendenzen sind zwar hilfreich, sie sind jedoch zu allgemein und lassen keinen Interpretationsraum. Dazu kommt noch, dass ihre Studie 4 Jahre zurückliegt, so dass ihre heutige Relevanz fraglich ist. Erst nach der Auswertung der Ergebnisse der befragten Journalisten kann man diese Forschungslücke schließen und mehr Erkenntnisse über das heutige Berufsbild der Journalisten in Bulgarien gewinnen.

### **1.3 Zusammenfassung und Bezug zur Forschungsfrage**

Die Jahre der politischen Wende haben der Presse und dem Berufsfeld der Pressejournalisten ebenso wie vielen gesellschaftlichen Subsystemen in Bulgarien einen ungewöhnlichen Funktionswandel gebracht. Es hat sich gezeigt, dass der Übergangsprozess hin zu demokratischen und marktwirtschaftlichen Verhältnissen und damit die Entwicklung der bulgarischen Presse hin zur Unabhängigkeit mit einem Wandel im Journalismus Hand in Hand ging. Es wurden drei Phasen beschrieben, die durch politisches Geschehen einerseits sowie Pressestrukturwandel andererseits bedingt wurden und sich auf das Selbstverständnis der Journalisten ausgewirkt haben. Sollten sich die Journalisten im Sozialismus als Parteifunktionäre fühlen und nach den Vorgaben der Partei in einem stark institutionalisierten Stil entsprechend

berichten, führte die Abschaffung der Zensur nach dem Pendelprinzip zu einer extremen Brutalisierung in der Presse. Getragen wurde diese Sprachrevolution von einer neuen Welle junger Journalisten. Es entstand ein neuer Journalismus, der sich zwar keiner Autorität mehr beugen wollte, der sich aber dennoch als Werkzeug im politischen Wahlkampf instrumentalisieren ließ. Tendenziöse Berichterstattungen, Polemik und Beschimpfungen politischer Gegner gehörten in den ersten Jahren nach der Wende zum Alltag. Das Gemisch aus Halbwahrheiten, Gerüchten und Unterstellungen seitens der Politiker fand sein Forum in der Presse. Der Einzug des starken westlichen Investors WAZ auf den bulgarischen Pressemarkt führte wieder zu einem neuen Wandel im Journalismus. Das Eindringen wirtschaftlicher statt politischer Interessen in die private Presse garantierte eine neue Freiheit und politische Unabhängigkeit der Journalisten. So wurde den Regierenden und der Opposition der „Medienkomfort“ entzogen und die Mission der Journalisten und Politiker klar abgegrenzt. Die Journalisten verstanden sich aber eher als Kontrapunkt der Politik und konnten ihrer Aufgabe des objektiven Kritikers und Korrektivs nicht erfüllen. Das führte in den nachfolgenden Jahren zur Politikverdrossenheit in der Bevölkerung und hatte die zunehmende Boulevardisierung der bulgarischen Presse zur Folge, eine Tendenz, die sich bis heute hält. Es hat sich gezeigt, dass die Zeitung „24 Chassa“ in den Jahren nach der Wende immer wieder die Vorreiterrolle für alle Änderungen übernahm. Sie hat ein Modell etabliert, das maßgebend für die anderen unabhängigen Zeitungen von nationaler Bedeutung wurde.

Welche Bedeutung haben aber die Ausführungen über die Umgestaltungsprozesse in der Presse und im Journalismus in den einzelnen Perioden für die Frage nach dem heutigen Selbstverständnis von bulgarischen Journalisten? Diese Kapitel sollten nichts anderes als den Wandel im Selbstverständnis der bulgarischen Journalisten nachzeichnen und die theoretischen Grundlagen und Hintergrundinformation für die folgenden Kapitel leisten. Aufgrund der dürftigen Literatur und der wenigen Forschungsansätze dazu konnte die Darstellung nur in groben Zügen geschehen. Zweitens hat sich gezeigt, dass der Wandel im bulgarischen Journalismus mit einem Generationswechsel Hand in Hand geht. Und hieraus erwächst der direkte Bezug zur Forschungsfrage.

Den obigen Ausführungen zufolge können heute drei Generationen unter den bulgarischen Pressejournalisten unterschieden werden. Zur ersten Generation gehören diejenigen, die vor 1989 im Beruf tätig waren, zur Zeit des Kommunismus sozialisiert und von der parteilichen Ideologie



geprägt wurden. Da aber viele von ihnen nach der Wende aus dem Beruf schieden, bilden sie heute wohl eine Minderheit im bulgarischen Journalismus.

Zu der zweiten Generation gehören Journalisten, die kurz nach 1989 in der Zeit des großen Medienbooms anfangen. Sie gehören zu den "alten Hasen" der postsozialistischen bulgarischen Medienlandschaft, die die Umbrüche und die rasanten Veränderungen im Medienbereich in den ersten zwei Phasen der Liberalisierung und Demokratisierung aktiv miterlebt haben, zum Teil den Beruf deswegen neu lernen mussten.

Zur dritten Generation gehören jüngere Journalisten, die nicht in der Zeit des politischen Umbruchs sozialisiert worden sind. Sie fanden in den letzten Jahren aufgrund zunehmender Pressekonzentration und der daraus resultierten schwierigen finanziellen Lage der Zeitungen als billige Arbeitskraft einen leichten Einstieg in den Beruf. Kennzeichnend für sie ist, dass sie ein eher unbefangenes Verhältnis zur Politik haben. Es kann angenommen werden, dass die spezifischen Lebenserfahrungen dieser drei Generationen sie unterschiedlich geprägt und ihre Sichtweise nachhaltig beeinflusst haben, so dass sie sich vermutlich in ihrem heutigen Selbstverständnis voneinander unterscheiden. So stellt sich die spannende Frage, welches Selbstverständnis dieser drei Generationen heute, 17 Jahre nach der Wende, haben.

## **2. Empirische Befunde und theoretische Ansätze der deutschen Journalismusforschung**

Dieses Kapitel widmet sich in den kommenden Unterkapiteln dem Forschungsgegenstand des journalistischen Selbstverständnisses. Zunächst gibt eine Definition Aufschluss darüber, woraus sich das journalistische Selbstverständnis zusammensetzt. Danach werden wichtige deutsche Studien zu diesem Forschungsfeld vorgestellt und diejenigen Selbstverständnistypen erwähnt, die für die vorliegende Arbeit von besonderem Interesse sind. Darauf folgt die Konstruktion eines theoretischen Modells auf der Basis der für das eigene Forschungsinteresse relevanten Ansätze aus der deutschen Kommunikator- und Journalismusforschung, das die Einflüsse auf das Selbstverständnis bulgarischer Pressejournalisten in Faktoren bündelt und veranschaulicht.



Es soll kein historischer und systematischer Überblick über die gesamte deutsche Kommunikatorforschung gegeben werden, da sie nur von begrenztem Interesse für das eigene Forschungsinteresse ist<sup>6</sup>.

### **2.1 Journalistisches Selbstverständnis - eine Definition**

In der kommunikationswissenschaftlichen Forschung kursieren mehrere Begriffe, die ein ähnliches Phänomen beschreiben und als mehr oder weniger synonym zur Bezeichnung Selbstverständnis verstanden werden können. Zu diesen gehören das Rollenverständnis (Siemes 2000: 46), das Rollenselbstverständnis (Weischenberg, Löffelholz & Scholl 1994: 159), das Berufsverständnis (Haas & Pürer 1996: 355), das Aufgabenverständnis (Donsbach 1982: 169) oder eben das Selbstverständnis (Schneider, Schönbach & Stürzbecher 1993: 353). Eine einheitliche und ausreichende Definition fehlt allerdings. Um für diese Arbeit eine allgemeine Begriffsbestimmung vom Selbstverständnis definieren zu können, werden unterschiedliche Erläuterungen herangezogen.

Es lohnt sich, zuerst einen Blick in die Nachbardisziplin der Kommunikationswissenschaft, in die Berufssoziologie zu werfen. Unter beruflichem Selbstverständnis verstehen die Berufssoziologen die vom Akteur angestrebten Ziele seiner Arbeit, die von gesellschaftlichen und organisatorischen Normen und Werten beeinflusst werden, sowie die sachlichen, zeitlichen und sozialen Mittel, die der Akteur dafür einzusetzen bereit und in der Lage ist (Büschges 1997: 159). Diese Begriffsbestimmung soll für die folgende Untersuchung weitestgehend übernommen werden. Das Selbstverständnis eines bulgarischen Pressejournalisten definiert sich demnach einerseits durch die vielgestaltigen Ziele, die er in und mit seinem Beruf anstrebt. Andererseits beinhaltet es auch Aspekte, Möglichkeiten und Mittel, die mit der Umsetzung der Ziele, mit der konkreten Handlungsrelevanz, verbunden sind.

Allein die Ziele abzufragen, genügt jedoch nicht, um auf das komplexe Selbstverständnis schließen zu können. Es sollen auch Faktoren bestimmt werden, die in Zusammenhang mit der Ausprägung der Ziele stehen oder den Einsatz von Mitteln beeinflussen können. Büschges versteht das Selbstverständnis als Ergebnis eines Sozialisationsprozesses, der sich sowohl innerhalb, als auch außerhalb durch Familie und Bildung vollzieht (1997: 160). So kann die

---

<sup>6</sup> Einen ausführlichen Überblick über die im Zeitraum 1945-2002 entstandenen Kommunikatorstudien bietet Preisinger (2002: 52 - 69).

private und berufliche Sozialisation als prägend für das journalistische Selbstverständnis angesehen werden. Haas und Pürer sind ebenfalls der Ansicht, dass für die Ausprägung journalistischer Berufsauffassungen individuelle, aber auch mediensystematische Faktoren eine Rolle spielen (1996: 355). Dazu zählen sie neben dem persönlichen Werdegang auch Sachzwänge des redaktionellen Umfelds, konkrete Arbeitsbedingungen sowie Funktion und Position innerhalb des Medienbetriebes. Rühl fügt hinzu, dass der Medienbetrieb nicht nur als rationale Organisationsform betrachtet werden kann, sondern vielmehr als *soziales* System zu sehen ist: „Redaktionen bestehen aus einer Struktur von Erwartungen, aus einer elementaren Ordnungsform sozialen Zusammenlebens, in die der Einzelne durch sein Rollenverhalten nur partial einbezogen ist“ (1979: 18). Daher wird das Selbstverständnis auch durch die soziale Stellung des Journalisten innerhalb der Redaktion und sein Verhältnis zu den Kollegen mitbestimmt. Nicht nur die eigenen, auch die Erwartungshaltungen anderer können einen gewichtigen Einfluss auf das journalistische Selbstverständnis haben. Für Donsbach stellt das journalistische Rollenselbstverständnis all jene legitimen Erwartungen anderer an den Beruf dar, die sich Journalisten für ihr Selbstbild und ihr Aufgabenverständnis aneignen und die wiederum zu gewissen regelmäßigen Einstellungen und Verhaltensweisen führen (2005: 415).

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass das journalistische Selbstverständnis als vielschichtiges Konstrukt zu verstehen ist, das die individuell-persönliche Realität des Journalisten, seine subjektiven Ziele, Einstellungen und Erfahrungen mit externen Faktoren, wie beispielsweise beruflichen, medienspezifischinstitutionellen Faktoren und allgemeinen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen oder auch normativen Erwartungen vereinigt.

Ein Problemfeld im Zusammenhang mit dem Selbstverständnis, das für die eigene Arbeit von Relevanz ist, soll hier noch Erwähnung finden. Publizistikwissenschaftler der Universität Mainz wie Donsbach gehen davon aus, dass das journalistische Rollenverständnis einen kausalen Zusammenhang mit den medialen Inhalten hat und sie direkt beeinflusst (1993a: 291). Im Gegensatz dazu haben Weischenberg et al. in ihrer Studie „Journalismus in Deutschland“ das Rollenverständnis als „selbstgesteckten Rahmen des Handelns“ beschrieben, als „die Beobachtung der sich selbst zugeschriebenen Rolle, die jedoch nicht identisch mit der tatsächlich ausgefüllten Rolle oder sogar mit dem konkreten Handeln innerhalb dieser Rolle sein muss“ (1994: 160). Die Verbindung zwischen dem Rollenselbstverständnis und seiner tatsächlichen Umsetzung wird als Handlungsrelevanz bezeichnet und hängt nicht allein von den Einstellungen

der Journalisten ab, sondern wird von vielen Faktoren beeinflusst (ebd.: 60). Diese Handlungsrelevanz ist jedoch empirisch schwer zu überprüfen. Parallel zu der Befragung müsste eine inhaltsanalytische Untersuchung von Zeitungsartikeln der befragten bulgarischen Pressejournalisten durchgeführt werden, was in vorliegender Arbeit aus forschungsökonomischen Gründen jedoch nicht geleistet werden kann. Viele der bisherigen Magister- und Diplomarbeiten zum journalistischen Selbstverständnis am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität München haben versucht eine Handlungsrelevanz direkt oder indirekt über gezielte Fragen zu ermitteln (vgl. Krupitschka 2005: 33; Zownowski 2006: 51; Junker 2006: 44). Peiris hält die Abfragung einer Handlungsrelevanz für sinnlos und begründet es damit, dass nach der Konsistenztheorie ein Journalist bestrebt sein wird, so zu handeln, dass er seine definierten Ziele mit seinem Bewusstsein in Einklang bringt (2006: 29). Diese Begründung kann für die westlichen Demokratien zutreffend sein, wo Journalisten im Vergleich zu den bulgarischen andere Arbeitsbedingungen genießen und auf einem Kommunikationsmarkt mit einer Konkurrenzsituation prinzipiell einen redaktionellen Arbeitsplatz finden, der ihren Einstellungen nahe kommt. In einem Transformationsland wie Bulgarien mit instabilen Medienstrukturen, mit einem stark monopolisierten Pressemarkt gelten womöglich andere Konstellationen, so dass die Gültigkeit der von Peiris gemachten Begründung in Frage gestellt wird. Die deutschen Transformationsforscherinnen Thomaß und Tzankoff sehen wegen unsicherer Arbeitsbedingungen eine Kluft zwischen Norm und Wirklichkeit des Aufgabenverständnisses bei den Journalisten in Transformationsländern, die zwar hohe Ansprüche haben, diese aber nicht umsetzen können (2001: 242). Damit ist der Aspekt der Handlungsrelevanz im Hinblick auf das eigene Forschungsinteresse nicht uninteressant und wird bei der Untersuchung berücksichtigt.

Zuletzt wird noch angemerkt, dass das Selbstverständnis keine konstante Größe ist, sondern einem ständigen Wandel unterworfen ist (Wiedebusch 1989: 149). Wie die Ausführungen in vorigen Kapiteln gezeigt haben, gilt diese Aussage für ein Transformationsland wie Bulgarien mit voller Kraft. Deshalb kann diese Arbeit nur eine Momentaufnahme des Selbstverständnisses der bulgarischen Journalisten liefern.

## **2.2 Typen journalistischen Selbstverständnisses**

In zahlreichen Journalismusstudien der deutschen Kommunikatorforschung wurden je nach Auffassung der beruflichen Rolle und persönlichen Überzeugungen verschiedene Typen journalistischen Selbstverständnisses identifiziert. Im Folgenden werden jene Berufsauffassungen näher charakterisiert, die bei den bulgarischen Pressejournalisten aufgrund der theoretischen Überlegungen in den ersten Kapiteln dieser Arbeit erwartet werden können: der Typus des Informationsjournalisten, des Kritikers und Kontrolleurs, des investigativen Journalisten, des Anwalts sowie der Typus des Pädagoge. Dabei ist explizit zu vermerken, dass diese selektive Auslese relevanter Typen keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Sie soll vielmehr ein hilfreicher Anhaltspunkt bei der späteren Auswertung der Befragungsergebnisse und bei der abschließenden Bildung einer eigenen Selbstverständnistypologie sein.

Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass es sich bei der folgenden Darstellung um Grundtypen handelt, die sich in dieser Form in der Realität kaum abgrenzen lassen. Journalisten folgen in ihrem Arbeitsalltag in den seltensten Fällen ausschließlich einem einzigen Rollenmuster, sondern wechseln vielmehr zwischen einzelnen Rollen (Haas & Pürer 1996: 355).

### **Der Informationsjournalist**

Der Informationsjournalismus gilt heute als zentrale Berufsrolle im westlichen Journalismus (Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: 356). Die Vertreter dieses Typus verstehen sich als unparteiische und distanzierte Vermittler oder Beobachter, die Informationen objektiv, möglichst faktengetreu und unverfälscht weitergeben. Sie gehen von einem mündigen Publikum aus und sehen ihre Aufgabe dementsprechend darin, das Publikum möglichst zutreffend, umfassend und unvoreingenommen über das aktuelle Geschehen zu informieren. Dabei trennen sie persönliche Ansichten von ihrer Berichterstattungsaufgabe und verzichten auf jegliche Wertung und Bewertung (Haller 2004: 13f.). Es erscheint jedoch schwierig, eine sachliche und neutrale Vermittlung in die Realität umzusetzen, da schon allein die Auswahl, die Bewertung und Gewichtung der Themen, der Subjektivität des Journalisten unterliegen (Haas & Pürer 1996: 356). Weitere Kritik am Informationsjournalismus richtet sich vor allem gegen die Oberflächlichkeit der objektiven Berichterstattung, die lediglich Information transportiert, Hintergründe und Interpretationen ausklammert und dadurch eine stark vergrößernde Wirklichkeit konstruiert (Weischenberg 1995: 13). Zudem muss auch kritisch angemerkt werden,

dass die Informationsjournalisten bei unreflektierter Haltung Gefahr laufen, zum so genannten „Verlautbarungs- oder Hofberichterstattungsjournalismus“ „abzurutschen“, wenn sie zum Beispiel kritisches Hinterfragen unterlassen, Informationen von Politikern einfach übernehmen und unbedacht weitergeben (Pürer 1996: 355f.).

Aus den theoretischen Überlegungen im ersten Kapitel kann auf ein solches Selbstverständnis bei den bulgarischen Journalisten in keiner der genannten Transformationsphasen geschlossen werden. Ganz im Gegenteil kritisieren viele Transformationsforscher die Unfähigkeit der bulgarischen Journalisten, rein informativ, sachgerecht und faktentreu zu berichten (vgl. Abschnitt 1.2.2). Es ist jedoch noch einmal explizit darauf zu verweisen, dass die letzte Konsolidierungsphase aufgrund mangelnder Forschung und Literatur keine Vermutung über Rollenselbstverständnis in dieser Periode zulässt. Wenn man in Betracht zieht, dass laut Definition die Transformationsgesellschaften das Vorbild der westlichen Demokratien anstreben (vgl. Abschnitt 1.1), in denen wie schon oben erwähnt, der Informationsjournalismus als zentrale Berufsrolle gilt, dann kann auch vermutet werden, dass solches Selbstverständnis auch von bulgarischen Pressejournalisten zumindest ansatzweise angestrebt wird. Vielleicht ist genau die dritte, in der Konsolidierungsphase sozialisierte politisch unbefangene Generation Träger eines solchen Selbstverständnisses. An dieser Stelle ist das nur eine reine Spekulation, die erst nach der Auswertung der Interviews geklärt werden kann.

### **Der Kritiker und Kontrolleur**

Genau entgegengesetzt zum neutralen Berichtersteller steht der Journalistentypus des kritischen Kontrolleurs, der auf Objektivität bewusst verzichtet und subjektive Bewertung in Form von Kritik und Kontrolle als zentrale Aufgabe seiner journalistischen Tätigkeit definiert. Kritiker und Kontrolleur fühlen sich dem Meinungsjournalismus verpflichtet und äußern ihre gesellschaftliche Kontrollfunktion in subjektiven und meinungsbildenden Beiträgen wie Glossen, Kommentaren oder Leitartikeln (Mast 2004: 129). Sie fühlen sich als Wächter der Demokratie und als Kritiker an Missständen und haben eine kritische Einstellung gegenüber allen Entscheidungen und Vorgängen des politischen Lebens und stehen somit als Instrument der Kontrolle im politischen Prozess. Diese Berufsauffassung ist nicht selten von der Einstellung geprägt, den Journalismus als „vierte Gewalt“ im Staat zu verstehen, zu der ein Journalist verfassungsmäßig jedoch nicht legitimiert ist (Haas & Pürer 1996: 356). Wichtig ist noch zu

vermerken, dass Journalisten, die über ein ausgeprägtes politisches Berufsverständnis verfügen, hinter den Kulissen selbst Politik machen und sich damit „von Beobachtern zu Akteuren in politischen Auseinandersetzungen“ entwickeln können (Kepplinger 1979: 26).

Dieser Journalistentypus ist deswegen von Interesse für diese Magisterarbeit, weil er viele Gemeinsamkeiten mit dem von den Transformationsforschern beobachteten Rollenverständnis der bulgarischen Journalisten jeweils in der Liberalisierungs- und Demokratisierungsphase aufweist, in denen ein stark ausgeprägter Meinungsjournalismus dominierte. Während die Journalisten aber in der ersten Phase selbst Akteuren in politischen Auseinandersetzungen waren und sich im Wahlkampf instrumentalisieren ließen, dominierte in der nächsten Phase eine starke Berufsauffassung der bulgarischen Journalisten als Gegenelite zur Machtgruppe der Politik, auch wenn sie laut dem Urteil der Forscher ihrer Aufgabe als Instrument der Kontrolle im politischen Prozess nicht ganz gewachsen waren (vgl. Abschnitte 1.2.2 und 1.2.3). Obwohl die Journalisten zum damaligen Zeitpunkt nach ihrem Selbstverständnis nicht befragt worden sind, geben die Beobachtungen der Transformationsforscher Indizien dafür, dass ein dem Kritiker ähnlicher Journalistentypus in dieser Periode, auch wenn nicht in seiner westlichen Idealvariante, vorhanden war und möglicherweise von bulgarischen Journalisten auch heute vertreten wird.

### **Der investigative Journalist**

Das kritische und kontrollierende Engagement vieler Journalisten kann sich bis zum Berufsverständnis des investigativen Journalisten entwickeln. Die Vertreter dieses Typus verstehen sich zwar auch als aktive Gegenspieler der Mächtigen, sehen ihren Auftrag aber eher darin, politische und gesellschaftliche Missstände und Fehlverhalten aufzudecken und der Öffentlichkeit bekannt zu machen (Haas & Pürer 1996: 357). Auf das Selbstverständnis des investigativen Journalisten stieß Köcher (1985) in ihrer vergleichenden Untersuchung über Aufgabenverständnis britischer und deutscher Journalisten und betitelte die britischen, intensiv recherchierenden Journalisten mit der Metapher „Spürhund“. Beim investigativen Journalismus können sich journalismusethische Grenzüberschreitungen wie zu tiefes Eindringen in die Persönlichkeitssphäre von Betroffenen oder die Beschaffung von Informationen mit unkorrekten Mitteln leicht abspielen (Haller 2000: 128).

Die Enthüllung politischer Skandale ist ohne den investigativen Journalismus undenkbar, umso mehr in einem politisch aufgehetzten Transformationsland wie Bulgarien. Mair (2000) weist

darauf hin, dass die Partieliten in Bulgarien, die Privilegien der Macht ausnützten, um unbequeme Journalisten zu verfolgen und die Voraussetzungen für investigativen Journalismus dadurch stark gefährden. Daraus ergibt sich die spannende Frage, ob es trotzdem Journalisten gibt, die ein solches Selbstverständnis haben und wie sie mit der angeblich geringen Handlungsrelevanz ihrer Berufsrolle umgehen.

### **Der Anwalt**

Als spezielle Form des Meinungsjournalismus und in enger Verbindung zum kritischen Kontrolleur steht der anwaltschaftliche Journalismus. Dem Anwalt geht es nicht in erster Linie darum, seine eigene Meinung kundzutun, sondern er versteht sich als Advokat und solidarischer Interessensvertreter von unterprivilegierten Personen oder Gruppen und sieht seine vorwiegende Funktion darin, ihnen Stimme zu verleihen. In diesem sozial engagierten Journalismus findet eine Vermittlung von „unten nach oben“ statt, von den Ohnmächtigen zu den Mächtigen. So setzt er sich bewusst parteilich für seine „Mandanten“ ein, kämpft für das Recht des kleinen Mannes oder schwacher, benachteiligter Gruppen und gegen das Unrecht der Stärkeren oder staatliche Willkür (Haas & Pürer 1996: 357). Da er dem Schutz für berechnigte Ansprüche der Bürger dient, wird der anwaltschaftliche Journalismus aus demokratischer Sicht zwar begrüßt, die Legitimation solchen Handelns aber gleichzeitig in Frage gestellt, denn die Anwälte erhalten ihr Mandat nicht direkt von den Lesern, sondern agieren in Eigenregie. Von Kritikern wird er deshalb als vormundschaftlicher Journalismus bezeichnet (Kepplinger 1979: 26).

Indizien für einen solchen Journalistentypus bei den bulgarischen Pressejournalisten sind wieder in der Demokratisierungsphase zu finden. Die Expansion der Zeitungen in dieser Periode in den Bereich der zivilgesellschaftlichen Aktivitäten, die von den Forschern beschriebene zunehmende Opposition zwischen „uns“, womit die einfachen Menschen gemeint sind und „ihnen“, den Vertretern der Macht deuten auf einen anwaltschaftlichen Journalismus hin, als Vermittlung „von unten nach oben“, von den Ohnmächtigen zu den Mächtigen.

### **Der Pädagoge**

Die Berufsauffassung, Massenmedien nicht bloß als Informations- und Meinungsträger zu definieren, sondern als Instrument zur Erziehung und Bildung zu verstehen, liegt dem Journalistentypus Pädagoge nahe. Nach Donsbach ist der Ausgangspunkt eines solchen



journalistischen Verständnisses immer die Annahme, „dass Journalisten über mehr Informationen verfügen und zu politisch rationaleren Einsichten gelangen können als die Mehrheit der übrigen Bürger“ (1982: 59). Die Vertreter dieses Journalismustypus glauben immer einen Bildungsvorsprung gegenüber ihrem Publikum aufweisen zu können. Sie haben die Vision vom idealen Staatsbürger und wollen ihr Publikum auf dieses Ziel hin mit Informationen versorgen und weiterbilden (ebd.: 59f.). Um auf das Publikum bildend und erziehend einzuwirken, versuchen sie anspruchsvollere, beziehungsweise kulturell wertvolle Medieninhalte zu vermitteln. Ein solch pädagogisch orientiertes Selbstverständnis kann aber Gefahr laufen, für ideologisch begründete Motive missbraucht zu werden (Haas & Pürer 1996: 363).

Der ideologische Missbrauch dieses Selbstverständnisses gibt Anhaltspunkte für die Vermutung, dass auch bei den während des Kommunismus arbeitenden bulgarischen Pressejournalisten diese pädagogische Aufgabenstellung vorhanden war und vielleicht noch vorhanden ist. Journalisten sollten als „Lehrer der Nation“ nach den Vorgaben der kommunistischen Partei zum sozialistischen Aufbau aufrufen, die Leser im Sinne vom Marxismus-Leninismus erziehen (vgl. Abschnitt 1.2.1). Die ostdeutschen Journalisten, die vor der Wende unter ähnlichen Bedingungen wie die bulgarischen sozialisiert worden sind, fühlten sich in der Studie von Schneider, Schönbach und Stürzebecher den erzieherischen Aufgaben des Journalismus etwas stärker verpflichtet als ihre westdeutschen Kollegen (1993: 370f.). So kann heute bei bulgarischen Journalisten mit beruflicher Erfahrung vor der Wende auch ein solches Selbstverständnis vermutet werden, falls sie jedoch ihr altes Rollenverständnis nicht schon lange abgelegt haben.

### **2.3 Entwicklung eines journalismustheoretischen Modells**

Um eine theoretische Basis für Leitfadenkonstruktion und kategoriengeleitete Auswertung zu erhalten, wird in den nächsten Kapiteln ein journalismustheoretisches Modell entwickelt. Es soll dazu dienen, das Selbstverständnis und die damit zusammenhängenden Faktoren, die in der Definition bereits angesprochen wurden (vgl. Abschnitt 2.1), zu ermitteln. Um Anregung für das eigene Modell zu finden und dessen Komponenten zu begründen, werden wichtige Forschungsansätze und Modelle aus der deutschen Kommunikationsforschung herangezogen. Hierin liegt aber ein grundsätzliches Problem. Es gibt trotz einer Vielzahl empirischer Untersuchungen keine umfassende Theorie des Journalismus. In der Kommunikationstheorie konkurrieren normative mit empirisch-analytischen, realistische mit konstruktivistischen und



individualistische mit systemtheoretischen Modellen (Löffelholz 2003: 29). An dieser Stelle soll jedoch kein ausführlicher Überblick der deutschen Journalismus-theoretischen Traditionen und Ansätze gegeben werden, da es nur von begrenztem Interesse für das Thema dieser Magisterarbeit ist.<sup>7</sup> Vielmehr ist es wichtig, aus diesen zahlreichen Ansätzen diejenigen herauszufinden und vorzustellen, in deren Sinne die eigene Studie erfolgen soll.

Einerseits sollen die bulgarischen Journalisten nach ihren Merkmalen und Einstellungen befragt werden. Hier wird daher von einer individualistischen Betrachtungsweise ausgegangen, die sich mit dem Akteur und seinen Prägungen auseinandersetzt. Es soll aber nach der Definition vom Selbstverständnis (vgl. Abschnitt 2.1) auch ermittelt werden, inwiefern externe Faktoren auf die Meinungen und Handlungen der bulgarischen Pressejournalisten einwirken. Theoretisches Fundament dieser Studie bilden somit im Wesentlichen zwei Paradigmen: die subjektzentrierte Perspektive der Handlungstheorie und die systemtheoretische Perspektive.

### **2.3.1 Wichtige Theoretische Ansätze und Modelle**

Im Zentrum dieser Studie steht das Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten mit ihren Motiven, Zielen und Einstellungen. Die Erforschung dieses Selbstverständnisses basiert somit auf den akteursorientierten Ansätzen. Diese gehen auf die handlungstheoretischen Grundüberlegungen der Soziologie zurück und stellen den Akteur mit seiner zielgerichteten Handlung in den Mittelpunkt (Löffelholz 2003: 36).

Diese personenbezogene Sichtweise wird der Tradition des Instituts für Publizistik der Universität Mainz zugeschrieben. Ihre Vertreter wie Noelle-Neumann, Kepplinger und Donsbach sehen die Journalismusforschung als Teil der Medienwirkungsforschung. Der Fokus ihrer Studien liegt aber nicht so sehr auf der Arbeitswelt, den Einstellungen und Meinungen der Journalisten an sich, sondern auf dem Arbeitsprodukt, den Medieninhalten vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Anforderungen. Der Journalist und sein berufliches Verhalten sind folglich nur insoweit von Interesse und Relevanz, als ein Bezug zu den Medieninhalten und damit letztendlich zu den möglichen Wirkungen und Folgen für das Publikum hergestellt wird (Donsbach 1987: 108).

---

<sup>7</sup> Einen guten Überblick bietet Löffelholz (2003: 31 – 40).

Um auf den persönlichen Einfluss von Journalisten auf die Gestaltung von Medieninhalten hinzuweisen, hat Donsbach das „Vier-Sphären-Modell“ entwickelt.<sup>8</sup> Es ist eine wichtige theoretische Basis für die Entwicklung des eigenen Modells, deswegen lohnt sich an der Stelle eine kurze Beschreibung.

Donsbach betrachtet die Gestaltung von Medieninhalten in Abhängigkeit von vielfältigen Einflussfaktoren, die er in vier Sphären des journalistischen Berufes anordnet. Die *Subjektsphäre* umfasst Faktoren, die selbst von der Person des Journalisten ausgehen. Hier zählen unter anderem subjektive Werte und Einstellungen, Publikumsbild und Berufsmotivation. Die *Professionssphäre* betrachtet den Journalisten als Teil einer sozialen Gruppe. Erwähnung finden hier deshalb berufsspezifische Faktoren wie Berufsnormen, ethische Prinzipien, Ausbildung, Informationsbeschaffung und Kollegenorientierung. Die *Institutionssphäre* widmet sich Faktoren, die mit den Medienbetrieben im Zusammenhang stehen, wie redaktionelle Tendenzen, Arbeitsmarkt und technische Strukturen. Zur *Gesellschaftssphäre* werden Faktoren wie soziale Bindung, Pressefreiheit sowie gesetzliche und politische Rahmenbedingungen gerechnet, die das gesellschaftliche Umfeld der journalistischen Arbeit betreffen (Donsbach 1987: 112f.).

Obwohl der Journalist in dem „Vier-Sphären-Modell“ nicht im Zentrum des Erkenntnisinteresses steht, können einige ausgewählte Faktoren aus den einzelnen Sphären in das Modell zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten integriert werden. Welche Faktoren und aus welchem Grund berücksichtigt werden, wird erst bei der eigenen Modellbildung erörtert. Es ist auch anzumerken, dass die Interdependenzen zwischen den verschiedenen Faktoren und Sphären bei dem Modell unberücksichtigt bleiben. Diese Isolation wird im eigenen Modell vermieden.

Dass die akteursorientierte Perspektive den primären Fokus auf den Journalisten und seine individuellen Einstellungen legt, wird in der Forschung kritisiert, weil dadurch strukturelle und ökonomische Bedingungen der Medienproduktion nicht berücksichtigt werden (Löffelholz 2003: 36). Diesen Vorwürfen begegnen systemtheoretische Überlegungen. Für das Forschungsvorhaben dieser Arbeit sind auch Ansätze der systembezogenen Forschung relevant, da vermutet wird, dass gesellschaftliche Funktionen, soziale Strukturen und Prozesse Einfluss auf das Selbstverständnis von bulgarischen Journalisten haben. Systemtheoretische Journalismusforschung knüpft an die funktional-strukturelle Systemtheorie des Soziologen Niklas Luhmann an, der von der Existenz

---

<sup>8</sup> Ein Abbild des Modells befindet sich im Anhangsband.

von Systemen ausgeht, die als geschlossene, selbstreferenzielle und sich selbst reproduzierende Einheiten gelten. (Weber 2003: 204f.) Als Pionier systemtheoretischer Überlegungen in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft gilt Manfred Rühl (Raabe 2005: 50), der Journalismus in seinem Wechselverhältnis zur Gesellschaft konzipiert (Rühl 1980: 436). Rühl betrachtet die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System, in das die Journalisten durch ihre Redakteursrollen integriert sind und mediale Inhalte daher nicht als Produkt individueller, journalistischer Leistungen, sondern im Kontext ihres Entstehungsprozesses innerhalb des sozialen Systems betrachtet werden (1979: 13). Im Gegensatz zu der personenzentrierten Forschungsperspektive steht hier im Mittelpunkt systemtheoretischer Ansätze nicht der Journalist mit seinen individuellen Merkmalen sondern das System.

Dieser Überlegung zufolge wird auch der bulgarische Pressejournalist nicht als autonomer Kommunikator betrachtet, sondern im Kontext sozialer Systeme. So können Umwelterwartungen in der Redaktion das Rollenhandeln der bulgarischen Pressejournalisten beeinflussen und journalistische Entscheidungsprozesse unmittelbar prägen. Neben den direkten institutionellen Einflüssen können auch redaktionsexterne Einflussfaktoren das Selbstverständnis prägen, da die Redaktion im System der Massenmedien eingebettet ist. Konkret bedeutet das, dass vor allem das System der Massenmedien und das ihm untergeordnete Redaktionssystem im eigenen Modell bedacht werden.

Eine umfassende Makro - Theorie wie die Systemtheorie wird jedoch der Kritik ausgesetzt, dass sie zu abstrakt und komplex sei und die Relevanz der journalistischen Person ausklammere (Löffelholz 2004: 57). Neuere deutsche Journalismus-theoretische Ansätze und Modelle, die in den neunziger Jahren entstanden sind, verfolgen in Anbetracht dieser Kritik eine integrative Perspektive und versuchen, „die Dichotomie von System und Subjekt, Struktur und Handlung zu überwinden“ (Löffelholz 2003: 38). Eine integrative Perspektive bietet Weischenberg in seinem „Zwiebel-Modell“<sup>9</sup>, indem er den Journalismus mit einer Zwiebel vergleicht. Mit deren vier übereinander liegenden Schalen erfasst er die Einflussfaktoren, die das System Journalismus bestimmen (Weischenberg 1994b: 431). In der innersten Ebene stehen die Medienakteure in ihrem *Rollenkontext* mit persönlichen Merkmalen und Einstellungen, Professionalisierung und Sozialisation. Zur nächsten Ebene, dem *Funktionskontext*, gehören die Medienaussagen, dazu die Informationsquellen und Referenzgruppen der Journalisten, ihre Berichterstattungsmuster und

---

<sup>9</sup> Ein Abbild des Modells befindet sich im Anhangsband.

Darstellungsformen sowie Effekte der Medienangebote im Hinblick auf das Publikum. Die darüber liegende Schale des *Strukturkontextes* umfasst die Bedingungen der Medieninstitutionen ökonomischer, politischer, organisatorischer und technologischer Art. Die äußerste Zwiebelschale des Normenkontexts umfasst die Normen des Mediensystems, im Besonderen die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, historische und rechtliche Grundlagen, kommunikationspolitische Gegebenheiten sowie professionelle und ethische Standards (ebd.: 431f.).

Im Unterschied zum „Vier-Sphären-Modell“ von Donsbach steht im Mittelpunkt des „Zwiebel-Modells“ der Medienakteur mit seinem Rollenselbstverständnis. Diese Perspektive wird auch für die Untersuchung des Selbstverständnisses der bulgarischen Pressejournalisten übernommen. Darüber hinaus werden auch diese im Normen-, Struktur und Funktionskontext dargestellten Faktoren und Bedingungen in das eigene Modell integriert, die in vermutetem Zusammenhang ebenso mit dem Selbstverständnis der bulgarischen Journalisten stehen.

Weischenbergs Zwiebelmodell bleibt die Kritik aber auch nicht erspart. Es wurden ihm theoretische Brüche vorgeworfen, dass seine einflusstheoretischen Grundsätze im Zwiespalt zur Systemtheorie stehen, die von einer Geschlossenheit eines sozialen Systems ausgeht. Kritisiert wurden auch die durch Kreisanordnung bedingte Hierarchie und die Verbindlichkeit der Einflüsse (Löffelholz 2004: 52). Aus diesem Grund erweitert Esser in seiner komparativen Studie zum deutschen und englischen Journalismus den Weischenbergs Ansatz zu einem „integrativen Mehrebenen- Modell“<sup>10</sup>, indem er die als geschlossenes System verstandenen Schalen durch vier Analyseebenen ersetzt, die er als „offene Orientierungshorizonte“ bezeichnet (1998: 25). Ähnlich wie Weischenberg unterscheidet Esser *Subjektsphäre* (Individualebene des Medienakteurs), *Institutionssphäre* (organisatorisches Umfeld des journalistischen Arbeitsplatzes), *Medienstruktursphäre* (rechtlich-normative und ökonomische Ebene) sowie *Gesellschaftssphäre* (historisch-kulturelle Rahmenebene der Gesamtgesellschaft). Von zentraler Wichtigkeit für das Modell ist jedoch, dass die verschiedenen Faktoren in den unterschiedlichen Schalenebenen in enger Interaktion stehen, sich wechselseitig beeinflussen, nicht isoliert stehen, sondern im Zusammenhang mit anderen Kräften wirken und den Kontext für journalistisches Handeln bestimmen (ebd.: 26). Diese offene Perspektive von Wechselwirkung und Interdependenz der einzelnen Faktoren wird auch bei der Erstellung des eigenen Modells berücksichtigt.

---

<sup>10</sup> Ein Abbild des Modells befindet sich im Anhangsband.

Keines der bisher vorgestellten journalismustheoretischen Modelle stellt aber in den Mittelpunkt der Betrachtung das journalistische Selbstverständnis als zentralen Forschungsgegenstand. Erst das Modell von Krupitschka legt den Fokus auf das Selbstverständnis. Ausgehend von den Modellen von Donsbach und Weischenberg entwickelte sie im Rahmen ihrer Diplomarbeit zum Selbstverständnis von Jugendradiojournalisten ein Modell<sup>11</sup>, das als wichtige Einflussbereiche auf das journalistische Selbstverständnis die vier Aspekte „Sozialisation“, „institutionelle Bedingungen“, „persönliche Einstellungen“ und „Radiowelt – Außenwelt“ unterscheidet. Sie gruppiert zahlreiche Einflussfaktoren dieser Bereiche, offen und ohne Rangordnung, um das journalistische Selbstverständnis (2005: 31). Die Integration von individuellen und systematischen Aspekten in Anlehnung an Krupitschkas Modell wird auch als Basis für das eigene Modell zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten dienen. Krupitschkas Modell hat Anaschub für die Entstehung anderer Magister- und Diplomarbeiten am Münchner Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung gegeben, die darauf aufbauen und es weiterentwickeln. Einzelne Aspekte aus diesen Modellen werden auch für das eigene übernommen.

### **2.3.2 Modell zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten**

Wie schon im Abschnitt 1.1 dieser Arbeit erläutert, wurden die bulgarischen Pressejournalisten von wenigen Transformationsforschern und wenn überhaupt im Rahmen ihrer Aufsätze nur am Rande beschrieben. Eine detaillierte Analyse und systematische Darstellung fehlt. Es hat sich bisher keine Studie mit der täglichen Arbeit der bulgarischen Pressejournalisten und ihrem Selbstverständnis befasst. Im Folgenden wird deswegen ein eigenes Modell zur Erforschung dieses Selbstverständnisses präsentiert. Modelle bilden den Einfluss von Faktoren ab, deren Wirksamkeit man zum Teil theoretisch, zum Teil plausibel erklären kann (Kepplinger 2000: 90). Deswegen basiert das eigene Modell auf den bisherigen theoretischen Überlegungen zu den bulgarischen Journalisten in den unterschiedlichen Transformationsphasen und orientiert sich auch an den in dem vorangegangenen Punkt vorgestellten Modellen. Es werden auch einzelne für die eigene Problemstellung sinnvolle empirische Befunde der deutschen Kommunikatorforschung herangezogen. Das Modell dient im weiteren Verlauf der Arbeit sowohl

---

<sup>11</sup> Ein Abbild des Modells befindet sich im Anhangsband.

als Grundlage für die Entwicklung des Leitfadens, als auch für die Auswertung im Sinne eines Kategoriensystems.

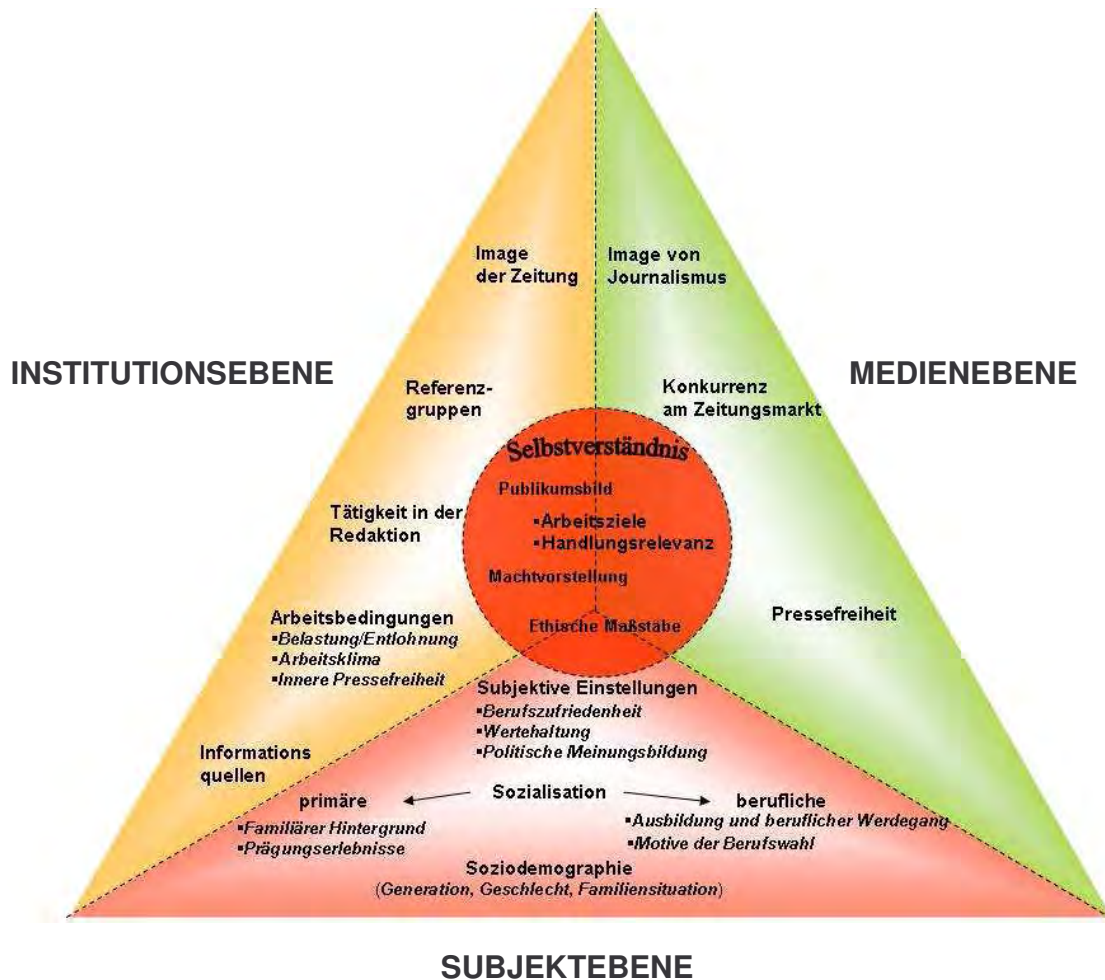


Abbildung 1: Modell zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten

Im Zentrum des Modells steht das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit, das Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten. Es ist als Kreis in einen Tetraeder eingeschrieben, der als Grundfläche die SUBJEKTEBENE und als zwei laterale Seitenflächen jeweils die INSTITUTIONSEBENE und die MEDIENEBENE hat. Allen drei Ebenen sind Einflussfaktoren zugeteilt. Diese geometrische Darstellung wurde deswegen gewählt, weil alle Ebenen durch das pyramideförmige dreidimensionale Konstrukt gegenseitig in Kontakt stehen können. So beanspruchen sie in Anlehnung an Essers „integratives Mehrebenen-Modell“ keine hierarchische



Ordnung, ihre Grenzen werden offen gehalten, so dass die einzelnen Faktoren miteinander agieren können.

### **Selbstverständnis**

Gemäß der Definition wird das Selbstverständnis in erster Linie durch die Ziele bestimmt, die die Journalisten mit ihrer Arbeit verfolgen (vgl. Abschnitt 2.1). Die **Arbeitsziele**, die die bulgarischen Journalisten anstreben, können über ihre Aussagen zur sich selbst zugeschriebenen Hauptaufgabe und ihrer eigenen Definition zum „guten Journalismus“ erfasst werden. Was sehen die bulgarischen Pressejournalisten als ihre Hauptaufgabe in dem Transformationsprozess an? Möchten sie nur informieren oder Meinung einbringen, die Prozesse in dieser Transformationsperiode auch erklären, oder sogar auch Einfluss nehmen? Wer ist guter Journalist, der die Leser nur informiert oder der auch Missstände aufdeckt? Wie viele Varianten das Selbstverständnis der bulgarischen Journalisten annehmen kann, wurde durch die Vorstellung journalistischer Selbstverständnistypen veranschaulicht (vgl. Abschnitt 2.2).

Ergänzt werden die Arbeitsziele gemäß der Definition auch durch die **Handlungsrelevanz**, die Möglichkeit zur Umsetzung der Berufsrolle (vgl. Abschnitt 2.1). Die Journalisten werden direkt danach gefragt, ob sie ihre Ziele verwirklichen können und was die Ursachen dafür sind, wenn die Umsetzung ihrer Aufgabe nicht funktioniert. Kann es an der eingeschränkten inneren Pressefreiheit liegen, oder an den begrenzten finanziellen Ressourcen der Redaktion, oder etwa an dem zu großen Konkurrenzdruck durch die WAZ-Zeitungen auf dem Markt? Es wird daher versucht die Handlungsrelevanz nicht nur direkt, sondern auch indirekt über andere Faktoren wie die Arbeitsbedingungen zum Beispiel zu ermitteln.

In ihrer Magisterarbeit über Politikjournalisten ordnet Peiris dem Selbstverständnis von Politikjournalisten die Faktoren **Publikumbild** und **Machtvorstellung** zu, anhand derer sich das abstrakte und schwer abfragbare Konstrukt vom Selbstverständnis erfassen lässt (2006: 46). Diese Vorgehensweise findet sich auch im eigenen Modell wieder. Dabei werden diese zwei Faktoren um noch eins ergänzt: **ethische Maßstäbe**. In den meisten bisher entwickelten Modellen zum journalistischen Selbstverständnis (vgl. Krupitscka 2005; Junker 2006) werden diese Faktoren als Einflussfaktoren verstanden. Auch Peiris konnte sich in ihrer Graphik nicht entscheiden, ob sie eindeutig zum Selbstverständnis gehören und hat sie einer zweiten Ebene rund um das Selbstverständnis zugeordnet (2006: 46). Für die eigene Arbeit werden diese drei



Komponente nicht als Einflussfaktoren, sondern als Ausdruck des Selbstverständnisses verstanden und als Operationalisierungsfaktoren im eigenen Modell der Ebene Selbstverständnis zugeordnet.

In der deutschen empirischen Forschung zum Selbstverständnis von Journalisten wurden mehrfach enge Zusammenhänge zwischen dem **Publikumsbild** und dem Aufgabenverständnis hergestellt (vgl. Wiedebusch 1989: 13 ff.; Köcher 1985: 186; Weischenberg 1995: 253 ff.). Das Publikumsbild der Journalisten setzt sich aus ihren Kommunikationsabsichten und Publikumserwartungen zusammen. Nicht die tatsächlichen Erwartungen des Publikums bestimmen das Publikumsbild, sondern die journalistischen Erwartungen von dem, was das Publikum vom Journalismus erwarten könnte (Scholl & Weischenberg 1998: 121). Diesen Überlegungen zufolge ist das Publikumsbild eine Konstruktion, der die Arbeitsziele der Journalisten zugrunde liegen, und deshalb wird es als Operationalisierungsfaktor der Berufsrolle verstanden. Es wurde in der deutschen Kommunikatorforschung festgestellt, dass das journalistische Selbstverständnis als Kritiker, Kontrolleur und Missionar mit einem abwertenden Bild von Publikum korreliert. Es wird als unterprivilegiert und unmündig gezeichnet, das die Unterstützung und Fürsprache der Journalisten sucht und braucht (Kepplinger 1979: 25; Donsbach 1982: 214). Ein auf die Informationsfunktion abzielendes Rollenverständnis geht mit einem eher positiven Bild vom Publikum einher. Es wird als „aufgeschlossen“, „politisch interessiert“, und „selbstbewusst“ angesehen, das selbst in der Lage ist, seine Interessen zu erkennen und sich dementsprechende Meinungen zu bilden (Weischenberg, Löffelholz & Scholl 1994: 162 ff.). Journalisten, die einen idealistisch-anwaltschaftlichen Journalismus vertreten, haben dagegen die Vorstellung eines armen, einflusslosen und hilfsbedürftigen Rezipienten (Scholl & Weischenberg 1998: 170). Hier ist jedoch anzumerken, dass das Publikumbild bei den Journalisten möglicherweise auch von den Ergebnissen der in der Redaktion betriebenen Publikumsforschung beeinflusst sein kann. In diesem Fall wären die Antworten keine Operationalisierung des Selbstverständnisses, sondern eine Wiedergabe der Publikumsforschungsergebnisse. Deshalb werden die bulgarischen Pressejournalisten explizit aufgefordert, ihre eigene Publikumsvorstellung zu beschreiben.

Die **Machtvorstellung** kann auch als Operationalisierung des Arbeitsziels begriffen werden. Den Journalisten wird generell eine gewisse publizistische Macht bescheinigt, da sie einen

maßgeblichen Einfluss auf Themen und Inhalte der öffentlichen Kommunikation nehmen, indem sie Nachrichten auswählen, präsentieren oder vernachlässigen können (Kepplinger 1979: 18).

Preisinger ermittelt in ihrer Studie einen konkreten Zusammenhang zwischen der Medienwirkungsvorstellung und dem journalistischen Aufgabenverständnis. Demnach sehen sich ihre befragten Printjournalisten nicht als mächtige Medienvertreter, sondern betrachten die Presse als einen von zahlreichen Einflussfaktoren. Das korreliert mit ihrem Arbeitsziel, Themen auf die politische Agenda zu setzen und Debatten anzustoßen, nicht aber Politiker mit anderen Mitteln zu sein (2002: 234). Auch Peiris kommt in ihrer Studie zum Selbstverständnis von deutschen Politikjournalisten zu dem Schluss, dass die Machtvorstellung bei den Journalisten besonders ausgeprägt ist, die etwas bewegen, bewirken und verändern wollen, dass sie also sehr eng mit ihrem Arbeitsziel zusammenhängt (2006: 112). In einer demokratischen Gesellschaft, welche Bulgarien für sich beansprucht, sollen Journalisten idealerweise Bürger informieren, die Mächtigen kritisieren und kontrollieren und zur Meinung- und Wissensbildung beitragen. Wenn die bulgarischen Journalisten eine aktive Rolle verfolgen, etwa die Gesellschaft zu kontrollieren, die politische Tagesordnung mitzubestimmen oder Skandale aufzudecken, werden sie sich vermutlich auch einen größeren gesellschaftlichen Einfluss zuschreiben, als wenn sie nur neutral informieren möchten. Welchen Einfluss die bulgarischen Journalisten der Presse in der Gesellschaft einräumen und wie sie ihr eigenes Wirkungspotential einschätzen, soll erfragt werden.

Auch die **ethischen Maßstäbe**, die moralischen Prinzipien und Werte, die für die journalistische Praxis im Alltag richtungweisend und bestimmend sind, können Aufschluss über das Selbstverständnis geben. In den Journalismus-theoretischen Modellen wurden solche Einflussfaktoren unterschiedlich zugeordnet. Ethische Prinzipien lassen sich bei Donsbach in der Professionssphäre finden. In der „Zwiebel“ ordnet Weischenberg die professionellen und ethischen Standards dem Normenkontext unter. Offensichtlich verstehen die beiden Wissenschaftler Ethik als normative Ansprüche an journalistisches Handeln. Im eigenen Modell interessieren vielmehr die eigenen ethischen Maßstäbe der Befragten, die persönliche Wahrnehmung innerhalb dieser normativen Normen. Das, was sich der einzelne Journalist aus den professionellen und ethischen Prinzipien für sich selbst aussucht und als zulässige Mittel zur Zielumsetzung bei seiner täglichen Arbeit betrachtet, kann Ausdruck seines Selbstverständnisses sein. Deswegen werden die ethischen Maßstäbe als Operationalisierungsfaktor vom

Selbstverständnis der bulgarischen Journalisten verstanden. Wie unterschiedlich sich ethische Grundsätze im Selbstverständnis von Journalisten manifestieren können, zeigen einige Studien aus der deutschen Kommunikatorforschung.

Köcher kommt beim Vergleich deutscher und britischer Journalisten zum Schluss, dass die britischen Journalisten, die sich traditionell dem Ideal des „Spürhundes“ verpflichten, eher bereit sind, unlauterer Recherchemethoden anzuwenden im Vergleich zu ihren deutschen Kollegen, denen Köcher ein missionarisches Berufsverständnis attestiert (Köcher 1985: 142).

In der vorliegenden Studie wird erfragt, wie der einzelne bulgarische Pressejournalist seine Berufsethik wahrnimmt. Der 2004 verabschiedete bulgarische Ethikkodex, der sich stark an den westlichen ethischen Vorgaben im Journalismus orientiert, beschreibt Richtlinien, die für die Journalisten richtungweisend, jedoch nicht verpflichtend sind. Oberste Gebote sind dabei verantwortungsvoller und sorgfältiger Informationsumgang, Unabhängigkeit und Wahrheit in der Berichterstattung, die korrekte Beschaffung und Wiedergabe von Informationen, die das sittliche Empfinden nicht verletzen, Respekt vor der Intimsphäre (vgl. Abschnitt 1.2.4). Laut Thomaß ist die journalistische Ethik im bulgarischen Journalismus aber generell wenig reflektiert (2000: 166). Die meisten ethischen Standards kämen selten zum Umsatz in der Alltagspraxis, da sie unter den Folgen des Generationswechsels sowie des auf den Journalisten lasteten wirtschaftlichen- und Konkurrenzdrucks leiden (ebd.: 166).

Ob im bulgarischen Journalismus ethische Fragen eine Rolle spielen, welche Fragen das sind, und wie sie mit dem konkreten Arbeitsziel zusammenhängen, soll die vorliegende Studie zeigen.

### **SUBJEKTEBENE**

Die Subjektebene vereint Faktoren der „Subjekt-Sphäre“ des Donsbachs Modells, der Weischenbergs Zwiebel-Schale „Medienakteure“, Essers „Subjektsphäre“ und der Krupitsckas „persönlichen Einstellungen“, Faktoren, die sich also nur auf die individuelle Person des Journalisten beziehen. Die Subjektebene ist in sich noch einmal in **Soziodemographie**, **Sozialisation** und **Subjektive Einstellungen** unterteilt.

### **Soziodemographie**

In dieser Kategorie werden soziodemographische Merkmale wie *Generation*, *Geschlecht* und *Familiensituation* ermittelt. Ehmig kommt zum Schluss, dass sich jüngere und ältere deutsche

Journalisten in ihrem Selbstverständnis unterscheiden (2000: 305). Der Faktor *Generation* ist zentral für die Forschungsfrage der vorliegenden Arbeit. Wie schon mehrmals erörtert wurde, geht der Wandel im bulgarischen Journalismus mit einem Generationswechsel Hand in Hand, so dass heute im bulgarischen Journalismus drei Generationen arbeiten. Es ist herauszufinden, ob Unterschiede im Selbstverständnis im Zusammenhang mit der Generationszugehörigkeit stehen. Neben dem Alter wird auch das *Geschlecht* als vermuteter Einflussfaktor betrachtet. Geschlechtsspezifische Studien bestätigen, dass Männer und Frauen verschiedene Muster bei ihrer Arbeit verfolgen. Lünenborg schreibt den Männern einen hart recherchierenden und investigativen Journalismus zu. Bei den Frauen entdeckt sie einen sehr akkuraten, gründlichen journalistischen Typus mit ausgeprägten sozialen und kommunikativen Kompetenzen (2002: 526f.). Eine bulgarische Besonderheit im Journalismus stellt der hohe Frauenanteil in den Medien dar. Frauen besetzen ungewöhnlich häufig Führungspositionen, sind Chefredakteurinnen, Stellvertreterinnen oder Ressortleiterinnen (Tzankoff 2001a: 87f.). Die schwierige Vereinbarkeit von Beruf und Familie könnte sich besonders bei ihnen in ihrem Selbstverständnis widerspiegeln, deswegen ist auch die *Familiensituation* zu erfragen.

### **Sozialisation**

Der Oberbegriff **Sozialisation** wird in Anlehnung an „Professionalisierung und Sozialisation“ aus dem „Zwiebel-Modell“ miteinbezogen. Die Sozialisation ist ein sozialwissenschaftlicher Begriff und bezeichnet einen lebenslangen Vorgang, in dessen Verlauf ein Individuum lernt, sich in das bestehende Gesellschaftsgefüge zu integrieren. Dieser Prozess wird von unterschiedlichen Personen und Instanzen beeinflusst (Hörning & Knicker 1981: 48). Für die vorliegende Arbeit sind einerseits die **primäre Sozialisation**, andererseits die **berufliche Sozialisation** von Bedeutung.

### **Primäre Sozialisation**

Zu diesem Faktorbundle gehören die Faktoren *familiärer Hintergrund* und *Prägungserlebnisse*. In der Berufssoziologie herrscht die Auffassung, dass in der Familie die entscheidenden Grundlagen für die berufliche Orientierung von Heranwachsenden gelegt werden (Hörning & Knicker 1981: 48). Demnach interessiert der *familiäre Hintergrund* der bulgarischen Journalisten. Ob es Journalisten in der Familie gibt, wie die Familie zur Berufswahl stand, soll erfragt werden. Welche wichtigen Erfahrungen die bulgarischen Journalisten im Laufe ihrer

außerberuflichen Sozialisation gemacht haben und was sie am meisten geprägt hat, kann auch für die Herausbildung eines gewissen Selbstverständnisses von Belang sein. Ehmig ermittelt einen Zusammenhang zwischen individuellen und historischen Erlebnissen von Journalisten und ihrem Selbstverständnis und kommt zu dem Ergebnis, dass prägende Geschehnisse im Leben von Journalisten einen Einfluss auf ihr späteres berufliches Verständnis haben (2000: 312). Für die bulgarischen Pressejournalisten können die Erfahrungen mit unterschiedlichen politischen Systemen vor und nach der Wende, sowie die politischen und gesellschaftlichen Umwälzungen in den einzelnen Transformationsphasen als *Prägungserlebnisse* gelten.

### **Berufliche Sozialisation**

Das Faktorbundle **Berufliche Sozialisation** wurde Donsbachs „Vier-Sphären-Modell“ entnommen. Darunter fallen die *Motive der Berufswahl*, die auch Donsbach der Subjektsphäre zuordnet und mit der journalistischen Laufbahn verbunden sieht, sowie *Ausbildung und beruflicher Werdegang*, die er der Professionssphäre zuordnet. Das sind Faktoren, die im Zusammenhang mit dem journalistischen Selbstverständnis vermutlich stehen können.

Die *Motive der Berufswahl* können eine Grundeinstellung des Journalisten definieren, die sich auch im Selbstverständnis widerspiegelt. Donsbach geht von der Annahme aus, dass „Absichten, die man mit der Wahl des Berufs verfolgte, [...], einen Einfluss darauf haben, wie man ihn ausübt“ (1987: 115). Köcher zeigt in ihrer Studie eine eindeutige Verbindung zwischen den Motiven der Berufswahl und dem Selbstverständnis. Deutsche Journalisten haben ihrer Studie zufolge den Beruf vor allem wegen ihres Einflussstrebens ergriffen, was sich wiederum mit ihrem missionarischen Selbstverständnis deckt (1985: 75 ff.). Deswegen können die Erwartungen, die der bulgarische Journalist vor der Ergreifung seines Berufs hatte, Aufschluss über die Berufsabsichten geben. Mit der Frage: „Was haben Sie sich unter dem Beruf Journalismus vorgestellt?“ sollen in der Studie genau diese Erwartungen ermittelt werden. Die methodische Schwäche dieser Frage soll hier nicht unerwähnt bleiben. Die Journalisten werden aufgefordert, sich an die Gründe für ihre damalige Entscheidung zu erinnern. Es lässt sich vermuten, dass die Antworten eine Mischung aus den ursprünglichen und den jetzigen Berufsmotiven, also gemachten Berufserfahrungen darstellen, besonders für diejenigen, die länger im Journalismus tätig sind. Zum anderen lassen sich aus Motivationen, die eine Person am Anfang ihres Berufslebens hatte, nicht ohne weiteres Schlüsse auf das aktuelle

Aufgabenverständnis ziehen (Donsbach 1981a: 103). Preisinger kommt in ihrer Untersuchung über das Berufsverständnis politischer Journalisten in Frankreich und Deutschland zum Schluss, dass politische und gesellschaftliche Umwälzungen auf die Berufsmotivation einen entscheidenden Einfluss haben (2002: 212). Demzufolge ist zu vermuten, dass die Berufsmotivation der bulgarischen Journalisten, besonders dieser, die schon länger im Beruf sind, sich mehrmals während des Transformationsprozesses verändert hat. So werden die bulgarischen Journalisten auch danach gefragt, welche Anziehungspunkte sie aus gegenwärtiger Sicht in ihrem Beruf besonders faszinierend finden.

Eng mit den Motiven der Berufswahl verknüpft sind die *Ausbildung* und *der berufliche Werdegang*. Das Selbstverständnis vom Beruf bildet sich laut Wiedebusch noch während des Ausbildungsprozesses heraus (1989: 154). Es werden spezielle Erkenntnisse und Fertigkeiten erlernt, die Persönlichkeitsstrukturen langfristig beeinflussen (ebd.: 154). Im bulgarischen Journalismus ist die Tendenz zu einem höheren Ausbildungsgrad zu verzeichnen. Fast alle Journalisten besitzen einen akademischen Abschluss. Es gibt zurzeit zwei nennenswerte Universitäten, die Journalistikprogramme anbieten – die Universität Sofia und die „American University“ in der Stadt Blagoevgrad. Eine weitere Alternative, wie beispielsweise in Deutschland die rein praktische Volontärsausbildung gibt es nicht. Es gibt in dem Beruf jedoch viele Quereinsteiger, weil man als Journalist arbeiten kann, auch wenn man ein anderes abgeschlossenes Studium hinter sich hat (Dimitrov 2005: 47). Zu einem Zusammenhang zwischen dem abgeschlossenen Studiengang und dem Selbstverständnis kommt die Studie von Peiris zum Selbstverständnis von Politikjournalisten. Ihrer Studie zufolge haben die Journalisten, die sich als „Gutachter“ verstehen und gerne Urteile fällen, vor allem Rechtswissenschaft studiert. Die „Informanten“, denen es um sachliche und informative Kenntnisse geht, haben grundsätzlich Politik studiert (2006: 109). In dieser Hinsicht ist zu fragen, welche Qualifikation bulgarische Pressejournalisten für ihren Beruf als wichtig ansehen, und ob sie einem zukünftigen Berufsanwärter eine andere Empfehlung geben würden.

Dabei ist nicht nur die formale Ausbildung wichtig, die zur Ausübung des Berufes befähigt. Nicht unerheblich für das Selbstverständnis ist auch der berufliche Werdegang, das heißt, welche Stationen wurden nach Abschluss der Ausbildung durchlaufen. Besonderes Augenmerk liegt auf der Frage, wie die bulgarischen Journalisten ihren Werdegang rückblickend bewerten und welche Berufsstationen sie am meisten geprägt haben.

### Subjektive Einstellungen

Zur SUBJEKTEBENE gehören auch die **subjektiven Einstellungen** des Journalisten, die aus *Werthaltungen, politischer Meinungsbildung* und *der Berufszufriedenheit* bestehen.

*Werthaltungen*, Weltbilder oder Dinge, die im Leben des bulgarischen Pressejournalisten Priorität genießen, können seine Arbeit und sein berufliches Selbstverständnis genauso beeinflussen. Deshalb werden die Journalisten nach wichtigen Dingen und Werten in ihrem Leben gefragt.

Des Weiteren stellt sich auch die Frage nach der *politischen Meinungsbildung* des bulgarischen Journalisten. In der vorliegenden Studie soll weniger die Parteipräferenz abgefragt werden, da sie keinen Aufschluss über das Selbstverständnis geben kann und damit wenig relevant für die Fragestellung erscheint. Es kann vielmehr die Frage entscheidend sein, ob die bulgarischen Journalisten es wichtig finden, eine eigene politische Meinung zu haben und die in ihrer Berichterstattung zu äußern. Die Erarbeitung im ersten Theorieteil dieser Arbeit hat gezeigt, dass vor allem in den ersten sechs Jahren nach der Wende eine enge Bindung der Presse an die Macht bestand und dass sich viele Journalisten somit ihre Arbeit als Fortführung ihres politischen Engagements und die Presse als Werkzeug im politischen Kampf betrachteten. Es liegt folglich der Gedanke nahe, dass Journalisten mit einer eigenen politischen Meinung, vielleicht sogar mit politischem Engagement, ein anderes Selbstverständnis von Journalismus aufweisen als solche, welche die Politik negieren oder denen sie sogar gleichgültig ist und die deswegen auch keine eigene politische Meinung haben.

Der Faktor *Berufszufriedenheit* gehört auch zu den subjektiven Einstellungen der Journalisten. Donsbach ordnet ihn jedoch der Institutionssphäre zu. Die objektiven Arbeitsbedingungen der Journalisten müssen aber nicht notwendigerweise mit ihrer subjektiven Einschätzung übereinstimmen. Die Berufszufriedenheit resultiert aus den objektiven Beschäftigungsbedingungen innerhalb der Redaktion, ist aber auch unabhängig von diesen Bedingungen ein eigenständiger Indikator für Zufriedenheit mit dem Beruf Journalismus (Weischenberg, Malik & Scholl 2006b: 89). So liegt sie im eigenen Modell zwar ganz nah an der INSTITUTIONSEBENE, wird jedoch der SUBJEKTEBENE zugeordnet. Einen Zusammenhang zwischen dem Selbstverständnis und der Berufszufriedenheit erkennt Fabris, indem er feststellt, dass berufsspezifische Nachteile wie soziale Unsicherheit oder geringe Bezahlung umso geringer



wiegen, je stärker sich ein Journalist mit einer engagierten Berufsrolle wie der des Kritikers und des Erziehers identifiziert (1971: 365).

Die Reaktion der Journalisten auf ihre beruflichen Bedingungen ist in vielen Studien der deutschen Kommunikatorforschung untersucht worden. Die aktuelle Journalismusstudie in Deutschland hat gezeigt, dass die Berufszufriedenheit der deutschen Journalisten durchweg sehr hoch ist (Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: S. 355). Ob ein solches Ergebnis auf bulgarische Journalisten, die unter unterschiedlichen Arbeitsbedingungen arbeiten, auch zutrifft, soll diese Studie zeigen. In Bulgarien gibt es bisher keine Studien, die die Berufszufriedenheit der bulgarischen Journalisten erhoben haben. Eine kurze Beschreibung der Arbeitsbedingungen gibt Tzankoff. Sie bezeichnet den bulgarischen Journalismus als einen sehr konkurrenzgeprägten Beruf, in dem die Journalisten ohne gewerkschaftliche Absicherung und mit sehr eingeschränkter innerer Pressefreiheit für ein vergleichsweise geringes Gehalt arbeiten (2001a: 87). Da aber, wie schon eben erklärt, die objektiven Arbeitsbedingungen nicht immer mit der Berufszufriedenheit übereinstimmen sollen, ist zu fragen wie zufrieden die bulgarischen Journalisten mit verschiedenen Aspekten ihres beruflichen Alltags sind. Das ergibt einen informativen Mehrwert und erlaubt zusätzliche Schlussfolgerungen hinsichtlich ihres Selbstverständnisses.

Berufszufriedenheit kann sich auch darin ausdrücken, wie sich die Journalisten ihre berufliche Zukunft vorstellen. Wer zufrieden mit seiner Tätigkeit und Stellung ist, wird weniger gerne wechseln wollen. Krupitscka verweist in ihrer Studie, dass man dadurch auch ermitteln kann, welche Ziele die Journalisten in der Zukunft anstreben. Stimmen diese Ziele nicht mit ihren derzeitigen Tätigkeiten überein, ist zu vermuten, dass ihre Handlungsrelevanz gering ist und dass sie dann unter Umständen eine andere Art von Journalismus bevorzugen würden (2005: 35). Mit der Frage: „Wo sehen Sie sich in 5 Jahren?“, soll das erhoben werden.

### INSTITUTIONSEBENE

Da das journalistische Selbstverständnis durch den kontinuierlichen Prozess der beruflichen Sozialisation geprägt wird, können auch derzeitige Alltagsstrukturen einen Einfluss auf das Selbstverständnis ausüben. Jeder Journalist arbeitet innerhalb gewisser vorgegebener Strukturen, er ist in einen Redaktionsalltag eingebunden und unterschiedlichen Zwängen unterworfen, die ihn in seiner Arbeit und in seinem Selbstverständnis beeinflussen. Diese Ebene vereinigt demnach Faktoren wie die von den Journalisten in der Redaktion tatsächlich ausgeübte **Tätigkeit**, auch

**Informationsquellen** und **Referenzgruppen** aus Weischenbergs Funktionskontext sowie **Arbeitsbedingungen** und **Image der Zeitung** aus Krupitsckas Modell.

### **Tätigkeit in der Redaktion**

Die von den bulgarischen Journalisten ausgeübten Tätigkeiten in der Redaktion können das Selbstverständnis auch beeinflussen. Wie ihr Arbeitsalltag aussieht, ihre Position in der Redaktion und wo ihre arbeitstechnischen und thematischen Schwerpunkte liegen, sind im Interview zu erfragen. Hier ist anzumerken, dass im Vergleich zu vielen anderen Modellen zum Selbstverständnis von Journalisten, bei denen die Tätigkeit als Teil vom Selbstverständnis gesehen wird (vgl. Krupitschka 2005: 30; von Junker 2006: 43; Peiris 2006: 45), ist sie im eigenen Modell eindeutig als möglicher Einflussfaktor der INSTITUTIONSEBENE zugeordnet. Sie kann sich zwar auf das Selbstverständnis auswirken, ist aber eindeutig ein Teil der redaktionellen Strukturen.

### **Arbeitsbedingungen**

Die Rahmenbedingungen, unter denen die bulgarischen Journalisten arbeiten, können Auskunft über den Handlungsspielraum geben und stehen damit in engem Zusammenhang mit der Handlungsrelevanz ihres Selbstverständnisses. Dazu gehört in erster Linie der Faktor **Belastung/Entlohnung**. Die Arbeitszeiten, die finanzielle und personelle Ausstattung in der Redaktion und die damit verbundene Belastung, sowie das Gehalt können eine entscheidende Rolle spielen, ob und wie der Journalist sein Idealbild vom Journalismus in der Realität antrifft. Ein schlechtes kollegiales **Arbeitsklima** kann auch die Handlungsrelevanz beeinträchtigen. Die bulgarischen Journalisten werden demnach gefragt, wie sie ihre Kollegenverhältnisse in der Redaktion einschätzen. Zu den Arbeitsbedingungen gehört als letzter Faktor auch die **innere Pressefreiheit**. Diesem Faktor liegt die Vorstellung zugrunde, dass die Journalisten durch die Struktur ihrer Arbeitsorganisation vielen Einflüssen, Zwängen, Kontrollen unterworfen sind und bei ihren Entscheidungen über Medieninhalte nicht immer völlig unabhängig sind (Donsbach 1993a: 143). Unter diesem Faktor gruppieren sich folglich wichtige Aspekte des redaktionellen Alltags, die von restriktivem Charakter für die Handlungsrelevanz des Selbstverständnisses der bulgarischen Journalisten sein können. Es liegt nahe anzunehmen, dass Vorgesetzte besonders dann die Texte von Redakteuren abändern wollen, wenn diese ihre eigene Weltanschauung oder

politische Meinung in die Berichte einfließen lassen oder politische Missstände und Skandale aufdecken. So werden vermutlich Journalisten, die einen missionarischen oder investigativen Stil der Berichterstattung pflegen, sich in ihrer Pressefreiheit eingeschränkt fühlen, als diejenigen, die nur neutral informieren möchten.

Im ersten Theorieteil wurde gezeigt, dass die bulgarische Presse nach der Wende durch eine zunehmende Kommerzialisierung und Orientierung am Markt gekennzeichnet wird und dass die meisten Zeitungen heutzutage in den Händen privater Personen liegen. So ist die Vermutung nahe liegend, dass diese Geldgeber auch die redaktionelle Arbeit im eigenen Interesse beeinflussen können. Unter den genannten Bedingungen kann vermutet werden, dass das journalistische Handeln mehr von ökonomischem Kalkül und politischer Opportunität als von publizistischen Zielen bestimmt ist. Es kann auf den Journalisten Druck ausgeübt werden, eine besonders massentaugliche Berichterstattung herzustellen, um ein großes Publikum anzusprechen. Auch Thomaß und Tzankoff konstatieren, dass der wirtschaftliche Druck auf die Presse und die Dominanz der WAZ-Zeitungen auf dem Markt die Versuchung erschwert, Sensationalismus und Kommerzialisierung zu widerstehen, so dass viele Journalisten zwar hohe Ansprüche an ihre Arbeit haben, sie aber nicht umsetzen können (2001: 242). Die klare Dominanz der WAZ-Gruppe auch auf dem Werbemarkt, lässt den anderen Verlagen wenig Entwicklungsmöglichkeiten, so dass viele Tageszeitungen sehr hart um Werbegelder kämpfen müssen (vgl. Abschnitt 1.2.3). So kann von Journalisten verlangt werden, im Sinne der Werbekunden zu berichten, um diese nicht zu verlieren. Wie der bulgarische Pressejournalist mit Einflussversuchen von diversen Seiten umgeht, ist in den Interviews zu erfragen.

### **Informationsquellen**

Die Informationsquellen, die die Journalisten für die Themenauswahl heranziehen, ob die Recherche aktiv oder reaktiv ist, das kann auch Aufschluss über ihr Selbstverständnis geben. Welche Informationsquellen sich als relevant für die bulgarischen Pressejournalisten erweisen, soll in der Studie ermittelt werden. Sind das die anderen Medien, oder eher die politischen Institutionen, Behörden und ihre Vertreter, oder etwa persönliche und private Kontakte? Im Vordergrund steht hier auch die Frage, wie die Journalisten ihre Verhältnisse zu Politikern als wichtige Informationsquelle sehen. Die Nähe zu den Politikern kann sich auf das Selbstverständnis auswirken. So kann durch enge Beziehungen eine kritische Perspektive

verloren gehen. Spassov konstatiert, dass der bulgarische Politiker dazu neigt, bessere Beziehungen zu einer auflagestarken Zeitung als zu seinem Wahlkreis zu pflegen, weil er seine politische Existenz ohne die endgültige Genehmigung der Medien in Gefahr sieht (2003a: 261). Die Ausführungen im ersten Teil haben gezeigt, dass die Politiker im Laufe des Transformationsprozesses versucht haben, Druck auf die Journalisten auszuüben und sie als Sprachrohr zu manipulieren. Gerade bei den bulgarischen Journalisten kann sich deswegen das enge Verhältnis zu Politikern als Dilemma erweisen, denn wenn aus dem normalen Arbeitsverhältnis persönliche Nähe entsteht, passt das nicht zur normativ erwarteten Distanz. Eine direkte Frage nach ihrer Nähe zu Politikern birgt jedoch die Gefahr, dass die Journalisten sozial erwünscht antworten. Trotz dieser methodischen Schwäche sind Aussagen über Beziehungen zu Politikern als Informationsquelle interessant, weil sie Aufschluss darüber geben, wie die bulgarischen Pressejournalisten diese Beziehungen reflektieren.

### **Referenzgruppen**

Nicht nur die Informationsquellen, sondern auch die **Referenzgruppen**, die für die tägliche Arbeit der bulgarischen Journalisten von Bedeutung sind, sollen im Hinblick auf das journalistische Selbstverständnis ermittelt werden. Journalisten befinden sich tagtäglich in der schwierigen Situation, Selektionsentscheidungen treffen zu müssen, für die es keine verbindlichen oder rationalen Handlungskriterien gibt (Donsbach 2002: 114). Um ihre Urteile abzusichern, beziehen sie sich auf verschiedene Referenzgruppen (ebd.: 115). Es ist anzunehmen, dass der Journalist, der sich vorwiegend am Publikum orientiert, ein anderes Verständnis von seinem Beruf entwickeln könnte, als wenn er sich nur an sich selbst oder an seinen Kollegen orientiert. In der deutschen Kommunikatorforschung finden sich auch Belege für einen solchen Zusammenhang. Kepplinger ermittelte zum Beispiel, dass das Selbstverständnis vom politischen Missionar und Anwalt mit einer starken Orientierung der Journalisten an Kollegen und weniger am Publikum einherging (1979: 13 ff.). Auch Donsbach kommt zu dem Schluss, dass die Bereitschaft auf die Wünsche des Publikums einzugehen, bei den Journalisten gering ausgeprägt sei, die in ihrem Beruf Einfluss ausüben möchten (1987: 122).

In den Studien der deutschen Kommunikationsforschung wird mehrmals belegt, dass die Orientierung an den Kollegen grundsätzlich wichtiger eingestuft wird als die Publikumsorientierung (Scholl & Weischenberg 1998: 108). Dass sich Journalisten bei ihrer

Arbeit an den eigenen Kollegen oder an anderen Medien orientieren und auch im Privatleben gerne unter sich bleiben, bestätigt auch die aktuelle Studie „Journalismus in Deutschland 2005“ (Weischenberg, Malik & Scholl 2006b: 85). Ob diese starke Kollegenorientierung eine spezifische deutsche Besonderheit oder typisch für den Journalismusberuf ist und daher auch in der Berufsgruppe der bulgarischen Pressejournalisten zu finden ist, soll die folgende Studie ermitteln.

Auch die allgemeine Mediennutzung kann Auskunft über eine starke Kollegenorientierung geben. Donsbach bezeichnet die Journalisten als die eifrigsten Medienkonsumenten, die bewusst die Berichterstattung und Akzentuierungen anderer Medien mit ihren eigenen Berichten und Entscheidung vergleichen (2002: 115). Es ist deswegen interessant zu fragen, nicht nur ob sich die befragten Journalisten bei ihrer Arbeit an den Kollegen in der eigenen Redaktion orientieren, sondern ob sie die anderen Zeitungen als Maßstab, vielleicht sogar als Konkurrenz sehen.

### **Image der Zeitung**

Als letzter Faktor in der INSTITUTIONSEBENE ist **das Image der Zeitung** zu nennen. Jedes Medienprodukt hat ein bestimmtes Image, das sowohl die Tendenz und redaktionelle Linie als auch das Renommee mit einschließt. Vermutet wird, dass sich das Image des jeweiligen Printmediums, für das der Journalist arbeitet, auf das Selbstverständnis auswirken kann. In dieser Studie können keine Leser befragt werden. Viel wichtiger in Hinsicht des Selbstverständnisses ist jedoch zu ermitteln, welches Image die bulgarischen Journalisten ihrer Zeitung zuschreiben. Es ist zu erwarten, dass informationsorientierte Journalisten die Glaubwürdigkeit, die Aktualität und Ausgewogenheit ihres Mediums hervorheben, die meinungsorientierten Journalisten können das Image hingegen als kritisch und tiefgehend analytisch beschreiben. Das Prestige des Mediums kann auch den Journalisten einen höheren Rang verleihen. Es kann vermutet werden, dass man als Redakteur der führenden Zeitungen „24 Chassa“ und „Trud“ eine höhere Bedeutung seinen Artikeln in der Gesellschaft beimisst. So kann sich das Ansehen des Blattes auf die persönlich empfundene Geltung und damit auf den persönlich empfundenen Machteinfluss auswirken.

### **MEDIENEBENE**

Diese Ebene verdeutlicht, dass die außerinstitutionellen Medienrahmenbedingungen in Bulgarien eine maßgebliche Rolle für das Selbstverständnis der Journalisten spielen können. Sie ergibt sich

aus der Besonderheit eines sich in Transformation befindlichen Mediensystems und kann als eine weit gefasste Anlehnung an Donsbachs Gesellschaftssphäre und Weischenbergs Normenkontext begriffen werden. Konkret werden hier die **Pressefreiheit**, die **Konkurrenz am Zeitungsmarkt**, das **Image vom Journalismus** als Einflussfaktoren berücksichtigt.

### **Pressefreiheit**

Wie schon im ersten Theorieteil erörtert, wurde die Pressefreiheit in der bulgarischen Verfassung unmittelbar nach der Wende verankert. Zwar ist eine rechtliche Basis für demokratisches und pluralistisches Mediensystem wie in jeder demokratischen Republik geschaffen worden, es gibt allerdings viele Probleme mit der Umsetzung. Der bulgarische Forscher Zlatev kritisiert die weit auslegungsfähigen rechtlichen Bestimmungen, ihre selektive Anwendung, die zu Eingriffen in die Presse-, Meinungs- und Redefreiheit führen. Auch der Zugang zur öffentlichen Information erweist sich nach dem Forscher für die Journalisten sehr problematisch. Die verschiedenen Regierungsinstitutionen weisen die Journalisten bei Nachfragen ab. Außerdem wird der Text zum Staatsverrat oft gegen Journalisten genutzt, wenn Fälle, die dem öffentlichen Interesse dienen und dem Interesse der Staatsicherheit nicht schaden, nicht genug differenziert werden. Die häufigsten Angeklagten in Gerichtsuntersuchungen wegen Verleumdung und Beleidigung sind Autoren von Artikeln, die Korruptionsskandale oder Fälle von Missbrauch aufgedeckt haben. Ein Artikel im Strafgesetz verweigert die Nutzung von „spezifischen technischen Geräten“, unter anderem auch eine versteckte Kamera, so dass die Journalisten von Recherchen zurückgehalten werden (Zlatev 2005: 65). Auch Thomaß und Tzankoff kommen zum Schluss, dass die Missachtung von Rechten der Journalisten, hohe Bußgelder „zu einem Klima der Einschüchterung, vorauseilendem Gehorsam und Selbstzensur“ führen kann (2001: 240). Es mangle an Aufdeckung politischer Skandale, so dass die Berichterstattung an der Oberfläche bleibe und keine investigative Funktion erfülle (ebd.: 240). Die Eingriffe in die Meinungsfreiheit der Journalisten können sich auf die Umsetzbarkeit ihres Selbstverständnisses auswirken. So kann vermutet werden, dass sowohl die informationsorientierten, als auch die investigativen Journalisten, für die die gut und gründlich recherchierte Information gleich wichtig ist, sich wegen des schwierigen Informationszugangs in ihrer Pressefreiheit mehr eingeschränkt fühlen im Vergleich zu den meinungsorientierten Journalisten, die Hintergründe aufzeigen wollen und nicht so sehr auf exklusive Informationen

angewiesen sind. In den Interviews ist deswegen zu erfragen, ob die bulgarischen Pressejournalisten Eingriffe in ihre Meinungsfreiheit fühlen und wie sie damit umgehen.

### **Konkurrenz am Zeitungsmarkt**

Die Wettbewerbssituation und das Vorhandensein einer direkten Konkurrenz können möglicherweise die Umsetzung des Selbstverständnisses auch beeinflussen. Peiris stellt einen direkten Zusammenhang zwischen dem angestrebten Rollenbild und der Konkurrenz fest. Ihrer Studie zufolge wird die Konkurrenz unter den Informanten, die schnell, aktuell und exklusiv informieren wollen, am stärksten empfunden. Journalisten, denen wichtig ist, Hintergründe aufzeigen, spüren am wenigstens Konkurrenzdruck (2006: 110). Im Fall der bulgarischen Pressejournalisten ist ein weiterer Aspekt im Zusammenhang mit der Konkurrenz von Bedeutung. Es ist interessant zu sehen, wie sie mit dem unumstrittenen Monopol der WAZ-Gruppe auf dem bulgarischen Markt umgehen, denn ein Monopol auf dem Pressemarkt kann sich direkt auf den einzelnen Journalisten und seine Leistungsmotivation auswirken. Konkurrenz steigert allgemein die Leistungsmotivation, wo Konkurrenz fehlt, mangelt es an Herausforderung (Langenbacher 1976: 51). Die Pressekonzentration hat in Bulgarien viele Zeitungen vom Markt gedrängt. Um wettbewerbsfähig zu sein, würden vermutlich Journalisten in kleineren Redaktionen unter einem höheren Leistungsdruck arbeiten als ihre Kollegen aus den beiden WAZ-Zeitungen. Der Faktor Konkurrenz umfasst demnach nicht nur Konkurrenzbeobachtung, es wird erfragt, wie die Journalisten diese Konkurrenz in ihrer täglichen Arbeit spüren.

### **Image von Journalismus**

Laut Tzankoff hat der Journalismusberuf in Bulgarien ein hohes Prestige (1999: 330). Es ist jedoch im ersten Theorieteil auf den Sensationalismus und die Konzentrierung auf Boulevardthemen in der bulgarischen Presse hingewiesen worden. Darunter leiden nach dem amerikanischen Forscher Beichelt die Pressequalität und damit das Image der Journalisten. Kritisiert werden von ihm die Ähnlichkeit der Zeitungen und er betont, dass manche Darstellungsformen wie das komplizierte Essay, das umfangreiche Porträt sowie die teure investigative Reportage in den Zeitungen selten zu finden sind (2003: 32). Der bulgarische Forscher Spassov ist dagegen nicht so kritisch und betrachtet es als eine natürliche Folge der Transformation, die keinesfalls nur für die bulgarischen Journalisten typisch sei, sondern für alle



Transformationsländer. Den Mangel an Qualitätszeitungen führt er auf die wirtschaftlichen Entwicklungen in Bulgarien zurück. Schließlich müssen sich die Medien in einer wirtschaftlich schwierigen Zeit an ein häufig politikmüdes Publikum wenden. Die Sicherung breiter Publikumsschichten erfordert nach ihm andere Strategien als in den finanziell gut gepolsterten Mediensystemen westlicher Demokratien. Eine „bulgarische Frankfurter Allgemeine“ wird es laut Spassov dann geben, wenn es dem Land wirtschaftlich besser geht (2003b: 106). Es ist zu fragen, wie die bulgarischen Journalisten selbst mit dieser Qualitätsfrage und mit dem eng damit verbundenen Image der Berufsgruppe umgehen. Die Antwort auf diese Frage könnte Tendenzen im Selbstverständnis aufzeigen. So könnte beispielsweise deutlich werden, welche Ansprüche die bulgarischen Journalisten an sich selbst stellen und welche Art von Journalismus sie bevorzugen, wie sie ihre eigene Berufsgruppe beurteilen, ob und welche Mankos sie ihr attestieren.

### **2.4 Zusammenfassung und Bezug zur Forschungsfrage**

Das erste Kapitel zu den theoretischen Grundlagen hat deutlich gemacht, dass sich der bulgarische Journalismus wie jede andere gesellschaftliche Sphäre in dem postkommunistischen Transformationsland Bulgarien im ständigen Wandel befindet. Außerdem hat sich gezeigt, dass die heute tätigen Journalisten drei unterschiedlichen Generationen angehören, die aufgrund generationsspezifischer prägender Erfahrungen ein möglicherweise unterschiedliches Arbeitsverständnis aufweisen. Das wirft die spannende Frage auf, welches Verständnis die bulgarischen Pressejournalisten vor dem Hintergrund einer dynamischen Transformationsgesellschaft selbst von ihrem Beruf haben. Gibt es wirklich generationsspezifische Unterschiede in der Berufsauffassung?

Das Selbstverständnis soll deswegen nicht isoliert betrachtet werden. Interessant ist zudem die Frage, mit welchen Faktoren dieses zusammenhängt. Diese Faktoren, die potenziell einen Einfluss auf die Berufsauffassung ausüben, konnten vor allem aus den Ausführungen über das Berufsfeld der bulgarischen Journalisten im ersten Theorieteil, sowie aus relevanten Studien der deutschen Kommunikatorforschung herausgearbeitet werden. Sie dienen letztendlich auch dazu, Unterschiede und Gemeinsamkeiten im Selbstverständnis der bulgarischen Journalisten zu erklären. Sie wurden, um der eigenen Studie ein theoretisches Gerüst zu geben, in einem journalismus-theoretischen Modell zusammengefasst und systematisiert. Als Basis dienen system- sowie akteurstheoretische Überlegungen und journalismus-theoretischer Modelle aus der

deutschen Journalismusforschung. Das Modell hat das Selbstverständnis der bulgarischen Journalisten als zentralen Bezugspunkt und kombiniert darum Aspekte der individuellen Persönlichkeit mit institutionellen Gegebenheiten und Einflussfaktoren der außerredaktionellen Medienumwelt. Es bildet auch die Grundlage für den Leitfaden, auf dem die vorliegende Untersuchung basiert. Welche methodischen Überlegungen der Studie zugrunde liegen und wie die Untersuchung letztendlich umgesetzt wurde, wird im Folgenden erörtert.

## **III. Methode**

Im Zentrum der folgenden Kapitel steht das methodische Vorgehen dieser Studie. Da die Untersuchung qualitativ ausgerichtet ist, wird das qualitative Leitfadeninterview als Untersuchungsverfahren näher vorgestellt und seine Vorteile und Fehlerquellen aufgezeigt. Des Weiteren wird auf das Untersuchungsdesign des Forschungsvorhabens eingegangen und die Auswahl der Interviewpartner, die Leitfadiskonzeption, die Rekrutierung und Datenerhebung dargelegt. Abschließend wird gezeigt, wie bei der Auswertung des umfangreichen Datenmaterials, das die einzelnen Interviews lieferten, verfahren wurde. Da bei der qualitativen Forschung keine objektiven, stichhaltigen Ergebnisse erreicht werden können, wird durch die Offenlegung der verschiedenen Untersuchungsschritte versucht, eine intersubjektive Nachprüfbarkeit zu gewährleisten.

### **1. Das Leitfadeninterview**

#### **1.1 Wahl der Methode**

Um die Methodenwahl für den Forschungsgegenstand begründen zu können, ist es notwendig, sich zunächst noch einmal die Ziele dieser Arbeit vor Augen zu führen. Einerseits sollen die individuellen Einstellungen der bulgarischen Journalisten zu den Zielen ihrer Arbeit ermittelt werden, andererseits die externen Faktoren, die auf die Meinungen und Handlungen der Journalisten einwirken. Diese beiden Aspekte sollen bei der Methodenauswahl berücksichtigt werden. Laut Möhring und Schlütz ist die Befragung das einzig sinnvolle Verfahren zur Ermittlung von subjektiven Meinungen und Wertvorstellungen (2003: 15). Da individuelle Auskünfte und Bewertungen der bulgarischen Journalisten für das Forschungsvorhaben im Vordergrund stehen müssen, bietet sich Befragung als Untersuchungsmethode an. Um zusätzliche Befunde über die Faktoren wie Arbeitsbedingungen und Arbeitsorganisationen zu erhalten, die das Selbstverständnis beeinflussen können, wäre die Methode der Beobachtung noch sinnvoll gewesen. Doch diese und weitergehende Analysen, wie die Erforschung von Selektionsmechanismen bei der Nachrichtenauswahl oder die Überprüfung der Handlungsrelevanz durch eine Inhaltsanalyse, hätten für eine Magisterarbeit zu hohem Aufwand bedeutet, so dass auf einen Methodenmix verzichtet wird. Die Ergebnisse zu Arbeitsbedingungen

und zur Handlungsrelevanz entsprechen in dieser Arbeit deswegen immer der subjektiven Einschätzung der Befragten.

Des Weiteren stellt sich die Frage, welche Art von Befragung sich am besten eignet, das Berufsverständnis zu ermitteln. Die Forscherin dieser Arbeit hat sich für das qualitative Leitfadeninterview entschieden. Gerade bei dem Ermitteln vom Selbstverständnis bulgarischer Pressejournalisten eignet sich dieses Verfahren gut, da es bislang keine empirische Studie dazu gibt. Es wäre ohne geeignete Datenbasis schwierig gewesen, Antwortvorgaben für einen standardisierten Fragebogen zu entwerfen. Bestimmte Themenfelder, die für das Selbstverständnis bulgarischer Journalisten typisch sind, wären nur in abgeschwächter oder vereinfachter Form dargestellt oder wahrscheinlich ganz unterschlagen worden. Eine solche Befragung könnte aber zu einem späteren Zeitpunkt von den ersten Ergebnissen profitieren, welche die vorliegende Untersuchung erbringen soll.

Es ist noch auf weitere Stärken des Leitfadeninterviews zu verweisen. Im Gegensatz zur quantitativen Befragung werden bei dem qualitativen Leitfadeninterview keine Antwortkategorien vorgegeben, sondern offene Fragen gestellt, so dass eine Begrenzung der Antwort nicht bereits in der Frage enthalten ist. Die offene und natürliche Gesprächssituation, in der das Interview erfolgt, die einem Alltagsgespräch möglichst nahe kommen soll, schafft Vertrauen und liefert lebensnahe Antworten im Gegensatz zur Asymmetrie einer standardisierten Befragung (Lamnek 1995: 40). Das erlaubt der Forscherin explorativ vorzugehen, tiefgehende und detaillierte Auskünfte über die Ziele, Motive und Einstellungen der bulgarischen Journalisten sowie Gründe für diese individuellen und schwer greifbaren Konstrukte zu erforschen. Eine standardisierte Befragung hätte vielleicht ein Selbstverständnis ermittelt, jedoch nicht erklären können.

Das enge Fragekorsett eines standardisierten Interviews birgt eine zweite Gefahr. Die Fragen sowie die dazugehörigen Antworten sind durch den Forscher genauestens festgelegt. Das kann den Befragten zu Antworten bewegen, die seinen eigentlichen Ansichten gar nicht entsprechen (Lamnek 1995: 52). Da sich die eigene Arbeit teilweise auf die deutsche Kommunikatorforschung stützt, wie es schon bei der Konstruktion des eigenen Modells klar wurde, hätten die in der quantitativen standardisierten Befragung geäußerten Ansichten vermutlich nicht den eigenen der befragten bulgarischen Journalisten entsprochen, sondern zum Teil westliche Erwartungen bedient. In einer offenen Gesprächssituation können die Befragten

dagegen ihre subjektiven Perspektiven und Deutung offen legen, selbst Bedeutungszusammenhänge entwickeln und völlig neue Aspekte aufwerfen, die von der Forscherin im Leitfaden nicht berücksichtigt worden sind, auf die sie aber flexibel reagieren und individuell eingehen kann.

Das Leitfadeninterview lässt zwar die Befragten frei zu Wort kommen, kann aber auch gezielte Schwerpunkte und Problemstellungen innerhalb des Gespräches setzen, auf die im Interview immer wieder zurückgekommen wird (Mayring 2002: 67). So hat der Leitfaden auch eine gewisse Standardisierung innerhalb der Gespräche, welche die Vergleichbarkeit der einzelnen Interviews ermöglicht und die spätere Analyse erleichtert (ebd.: 70). Formulierungen und Reihenfolge der Fragen unterliegen aber keinem starren Schema. Während des Interviews kann der Fragenkatalog jederzeit durch klärende Nachfragen ergänzt werden und die Reihenfolge ist im Gesprächsablauf variierbar. Durch Nachfragen werden die Untersuchungspersonen zum Nachdenken angeregt und müssen tiefer in sich gehen (Hopf 2000: 350). Diese Situation kam bei der Durchführung der Interviews tatsächlich häufig vor, besonders dann, wenn die bulgarischen Journalisten nach ihren Arbeitszielen gefragt wurden, da sie sich offensichtlich mit dem Thema nicht vorher auseinandergesetzt hatten.

Es soll schließlich erklärt werden, warum gerade das Leitfadeninterview und nicht eine andere qualitative Methode für die Untersuchung des Selbstverständnisses der bulgarischen Journalisten gewählt wurde. Man könnte das Gespräch wie bei einem narrativen Interview extrem frei gestalten und dadurch viele neue Aspekte ermitteln. Das hätte aber die Gefahr gebracht, in Weitschweifigkeit auszuarten und die Vergleichbarkeit der Ergebnisse einzelner Interviews würde wesentlich erschwert. Als eine weitere qualitative Methode wäre die Gruppendiskussion auch denkbar gewesen. Diese Methode ist aber sehr unpassend für die Forschungsziele dieser Studie, weil das persönliche Selbstverständnis jedes einzelnen Befragten untersucht werden soll. Die Anwesenheit von Kollegen, Redaktionsleitern, sogar Chefredakteuren könnten vermutlich besonders bei sehr persönlichen Themen die Antworten verzerren. Um sozialerwünschte Antworten wegen der Anwesenheit eines Dritten zu vermeiden, werden die Interviews deswegen als Einzelbefragung und nicht als Gruppendiskussion durchgeführt.

Schließlich lässt sich festhalten, dass das subjektorientierte, persönliche Leitfadeninterview in Hinsicht der Forschungsfrage dieser Arbeit, nämlich der Erforschung eines so vielschichtigen und individuellen Gegenstandes wie des journalistischen Selbstverständnisses bulgarischer

Pressejournalisten, besser als alle anderen Methoden geeignet ist. Mit den Stärken dieser Methode verbinden sich aber gleichzeitig einige Schwächen, Nachteile und mögliche Fehlerquellen, auf die im Folgenden näher eingegangen wird.

## **1.2 Fehlerquellen und Grenzen der Methode**

Die zentrale Schwäche des Leitfadeninterviews für das Forschungsvorhaben liegt in dem Gegenstand selbst: Es ist schwierig, Motive und Einstellungen der Journalisten durch Befragung zu ermitteln, da sie teilweise nicht bewusst oder genug reflektiert sind. Fragen nach persönlichen und intimen Sachverhalten können zu Hemmungen und sozialer Erwünschtheit führen, so dass erhobene Einstellungen und Merkmale nur begrenzt aussagekräftig sind und mit dem tatsächlichen Verhalten vermutlich nicht übereinstimmen (Brosius & Koschel 2001: 153). Wie schon an mehreren Stellen dieser Arbeit hingewiesen wurde, wäre eine Ergänzung durch Beobachtung und Inhaltsanalyse der journalistischen Arbeiten vorteilhaft, es wird jedoch aus forschungstechnischen Gründen im Rahmen dieser Magisterarbeit darauf verzichtet.

Weiterhin zeigen sich die Grenzen qualitativer Interviews in der mangelnden Verallgemeinbarkeit der aggregierten Daten. Die sind nicht repräsentativ und können also nicht auf die Grundgesamtheit übertragen werden (Möhring & Schlütz 2003: 20). Die Ergebnisse dieser Arbeit gelten demnach nicht für die Gesamtheit der bulgarischen Journalisten, sondern für die Gruppe der befragten Personen. Da es sich bei dieser Untersuchung jedoch nicht um eine Repräsentativstudie handelt, sondern um eine Fallstudie mit explorativem Charakter, wird auch kein Anspruch auf Allgemeingültigkeit erhoben. Vielmehr ist hier Ziel, realitätsnahe Einblicke zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten zu gewinnen. Ein erster Verallgemeinerungsprozess wird bei der Typenbildung vorgenommen und kann zum späteren Zeitpunkt als Grundlage für quantitative Befragung gelten.

Eine weitere Schwäche sind die erhöhten intellektuellen und kommunikativen Anforderungen, die das Leitfadeninterview an den Forscher stellt. Er muss besonders aufmerksam sein, um wichtige Themenschwerpunkte zu erkennen und im Gespräch aufzugreifen. Er befindet sich zugleich in einer Art Spannungsverhältnis zwischen dem, was er erfahren will, und dem was der Befragte ihm mitteilt (Wagner 1999: 349). Er muss sich interessiert geben und zurückhalten, ohne durch Meinungen und Kommentare die Antworten der Befragten suggestiv zu beeinflussen (Lamnek 2005: 354). Der Gebrauch des Leitfadens stellt auch hohe Anforderungen an den

Forscher. Hält der Interviewer zu starr an seinem Leitfaden fest, läuft er Gefahr, dass der Gesprächspartner seine eigenen Ansichten nicht einbringen kann (Hopf 2000: 358). Mit der Offenheit des Interviews steigt aber andererseits auch die Gefahr, dass die Antworten sehr ausschweifend ausfallen und der Forscher von der Redefreude des Befragten überrannt wird. Um diese Einflüsse vermeiden oder minimieren zu können, wurden alle vierzehn Interviews von der Verfasserin dieser Arbeit persönlich durchgeführt. Dennoch erwies es sich in der Praxis als sehr schwierig, ein gutes Leitfadeninterview zu führen. Die Forscherin hat sich in manchen Fällen nach Blicken auf die Uhr beeilt und auf hartnäckige Nachfragen verzichtet. Auch das Konzentrationsvermögen der Forscherin in einstündiger Gesprächszeit hat sich als Problem erwiesen, so dass sie nicht immer den Anspruch „interessierter Zuhörer“ (Lamnek 1995: 106) zu sein erfüllen konnte, wichtige Aspekte teilweise überhört und nicht genug vertieft hatte. Das wurde aber erst bei der Auswertung klar.

Probleme können auch von Seiten des Interviewpartners entstehen. Von ihm ist ebenfalls ein hohes Maß an intellektueller und kommunikativer Kompetenz gefordert. Es wird eine hohe Bereitschaft zur Mitarbeit und gute Artikulationsfähigkeit verlangt (Lamnek 2005: 354). Da aber die Befragten Journalisten sind, denen eine Interviewsituation vertraut ist, auch wenn aus umgekehrter Perspektive, hat sich das in der Praxis als kein Problem erwiesen. Nur bei der Frage nach dem angestrebten Arbeitsziel konnten sich einige Journalisten nicht gleich äußern. Da diese Frage aber unabdingbar für das Forschungsinteresse dieser Arbeit ist, musste die Verfasserin nachhelfen, indem sie unterschiedliche Selbstverständnistypen als Beispiele einbrachte. Es ist nicht auszuschließen, dass diese Hilfestellung den Befragten bei seiner darauf folgenden Antwort suggestiv beeinflusst hat.

Es muss weiter beachtet werden, dass es sich bei den Leitfadeninterviews trotz des alltagsnahen Charakters um künstliche Gespräche handelt, bei denen die Befragten in eine Rolle schlüpfen (Brosius & Koschel 2001: 145). Da das Selbstverständnis mit normativen Erwartungen von außen verknüpft ist, besteht die Gefahr, dass die bulgarischen Journalisten sozial erwünschte Antworten gegeben haben. Es kann vermutet werden, dass die Befragten bei heiklen Fragen wie der Distanz zu Politikern nicht ihre eigenen Ansichten mitteilten, sondern wünschenswerte den westlichen Erwartungen entsprechende Antworten gegeben haben. Das ist umso wahrscheinlicher, wenn man in Betracht zieht, dass die Forscherin trotz ihrer bulgarischen Herkunft Kommunikationswissenschaft in Deutschland studiert. Es ist jedoch anzumerken, dass



der Leitfaden äußerst sorgfältig und vielfältig gestaltet wurde, damit sich das Selbstverständnis an möglichst vielen Stellen widerspiegeln konnte.

Das Auftreten solcher sozial erwünschten Aussagen wird wahrscheinlicher, wenn andere Personen im Raum anwesend sind (Brosius & Koschel 2001: 148). So wurde versucht, viele Interviews in vertrauter Umgebung ohne die Anwesenheit Dritter zu führen. Allerdings führte das dazu, dass manches Gespräch unter Zeitdruck geführt werden musste oder durch Telefonanrufe und Kollegen gestört wurde. Folglich kann nicht ausgeschlossen werden, dass derartige äußere Einflüsse die Qualität des Interviews beeinträchtigt haben.

Schließlich kann auch das zwischenmenschliche Verhältnis zwischen Interviewtem und Interviewer entscheidende Fehlerquelle darstellen. Sympathie, Status-, Alters- und Geschlechtsunterschiede können die Auskunftsbereitschaft, die Inhalte und den Verlauf des Interviews beeinträchtigen (Fuchs-Heinritz 2000: 234 ff.). Das hat sich auch in der Praxis bestätigt. Bei den jüngsten Interviewpartnern, die selber das Alter der Forscherin haben, verliefen die Gespräche viel lockerer im Vergleich zu den Interviews mit älteren Befragten in höheren Positionen, weil die Forscherin selber viel ruhiger und gelassener war und keine Scheu hatte, auch bei heiklen Themen nachzuhacken.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass trotz genannter Fehlerquellen versucht wurde, die meisten angesprochenen Schwachstellen in der Praxis zu entkräften und dadurch das gewählte Leitfadenterview zur optimalen Methode für das Forschungsvorhaben zu entwickeln.

## **2. Auswahl und Akquirierung der Befragten**

Die wohl größte Schwierigkeit bei einem Leitfadenterview ist die Auswahl der Befragten. Da es sich bei der vorliegenden Arbeit um eine explorative Studie handelt, für die Repräsentativität nicht entscheidend ist, richtete sich die Auswahl der Befragten nach der theoretischen Sättigung (Lamnek 2005: 384). Bei diesem Verfahren wird keine Zufallsstichprobe gezogen, sondern aufgrund theoretischen Vorwissens des Forschers werden typische Fälle gesucht. Ziel ist, alle theoretisch bedeutsamen Merkmalskombinationen bei der Auswahl der Interviewpartner möglichst umfassend zu berücksichtigen (Kelle & Kluge 1999: 53). Folglich sollen die in dieser Studie Befragten möglichst unterschiedliche Varianten des gemeinsamen Musters „bulgarischen Pressejournalisten“ darstellen. Vorüberlegungen und ein Auswahlplan bieten die Grundlage, nach denen die Entscheidung über die Zusammensetzung der Personengruppe getroffen wird (Lamnek

2005: 384f.). Die daraus resultierende Quote kann aber nicht immer optimal sein. Möglicherweise werden einzelne typische Fälle vorab nicht bedacht und finden in der Untersuchung keine Berücksichtigung (ebd.: 385). Um möglichst genau das Kriterium der theoretischen Sättigung trotzdem zu erfüllen, werden für die Auswahlkriterien der bulgarischen Journalisten folgende Vorüberlegungen gemacht.

Hinsichtlich der Mediengattung beschränkte sich die Auswahl der Interviewpartner auf Zeitungsjournalisten und das nicht nur aus forschungstechnischen Gründen. Vor allem Zeitungen liefern detaillierte Hintergrundberichte zu politischen Themen, Ereignissen und Entwicklungen, sie übernehmen die Funktion des agenda setting und des opinion leadership (Preisinger 2002: 17). Sie spielen somit für die politischen und gesellschaftlichen Prozesse in einem Transformationsland wie Bulgarien eine ganz wichtige Rolle. Da im Rahmen der Magisterarbeit nicht alle in Bulgarien erscheinenden Titel abgedeckt werden können, wurden Zeitungen ausgewählt, die als Meinungsführer in dem Land gelten. Nach einer Definition von Wilke ist das jedes Printerzeugnis, „dem gesellschaftlich eine Leitfunktion zukommt und dem Einfluss auf die Gesellschaft und auf die anderen Medien beigemessen wird“ (1999: 302). Es werden die fünf überregionalen führenden Zeitungen analysiert – „24 Chassa“, „Trud“, „Standart“, „Monitor“ und „Sega“. Mit der getroffenen Auswahl konnte auch ein weiteres Kriterium erfüllt werden. Während „24 Chassa“, und „Trud“ von einem ausländischem Investor (WAZ) verlegt werden, sind die anderen drei Zeitungen im Besitz privater Personen, die möglicherweise starken Einfluss auf die redaktionelle Linie haben (vgl. im Theorieteil Abschnitt 1.2.4). So kann vermutet werden, dass die Journalisten in den verschiedenen Redaktionen unterschiedliche Arbeitsbedingungen und Freiheiten genießen, die sich letztendlich auf ihr Selbstverständnis auswirken können. In die Untersuchung wurde auch die einzige auf dem bulgarischen Markt den westlichen Kriterien entsprechende Qualitätszeitung „Dnevnik“ aufgenommen, weil vermutet wird, dass die dort arbeitenden Journalisten aufgrund der Medienspezifika eine andere Berufsrolle anstreben. Wichtig in Hinsicht der Generationszugehörigkeit war, die stark links orientierte Tageszeitung „Duma“, die Nachfolgerin des ehemaligen sozialistischen Parteiorgans „Rabotnichsko delo“ in die Studie aufzunehmen. Aufgrund der langen Zeitungsgeschichte wurde vermutet, in dieser Redaktion Journalisten mit beruflicher Erfahrung vor der Wende zu finden. Auch die Erscheinungsfrequenz wurde bei der Zeitungsauswahl berücksichtigt, so dass die zwei größten Wochenzeitungen „168 Chassa“ und „Kapital“ in die Studie Eingang fanden. So konnte für die

Untersuchung ein breites Spektrum an Zeitungen abgedeckt werden<sup>12</sup>. Es wurde jedoch eine Einschränkung bei der Ressortwahl vorgenommen. Befragt wurden nur Journalisten, die im Ressort Innen-, Außen- oder Wirtschaftspolitik tätig sind. Das begründet sich darin, dass die Rollenbilder der für diese Ressorts arbeitenden Journalisten von besonderem Interesse sind, weil sie mehr als für andere Ressorts tätige Journalisten die gesellschaftlichen und politischen Transformationsprozesse aktiv begleiten. Diese Konzentration engt den Blickwinkel zwar ein, garantiert aber gleichzeitig eine innere Homogenität, einen Konstantfaktor, der die Ergebnisse besser vergleichbar macht.

Des Weiteren diente als Orientierungshilfe für die Auswahlkriterien der Journalisten das im Theorieteil präsentierte Modell zum Selbstverständnis der bulgarischen Journalisten. Um eine Vielzahl von Antwortmöglichkeiten in Bezug auf individuelle Einstellungen und Erfahrungen zu erhalten, wurden die Kriterien Generation und Geschlecht aus der SUBJEKTEBENE, sowie Position (Tätigkeit in der Redaktion) aus der INSTITUTIONSEBENE berücksichtigt.

Hinsichtlich der Forschungsfrage war es wichtig, mehrere Generationen in der Auswahl unterzubringen. Es ist zwar gelungen, war aber sehr schwer, Befragungsteilnehmer über 50 einzubeziehen. Damit sind die Journalisten, die auch vor der Wende gearbeitet haben, mit drei Personen in der Studie unterrepräsentiert. Es wurden fünf Journalisten befragt, die unmittelbar nach der Wende Eingang in den Beruf fanden und damit den ganzen Transformationsprozess von Anfang an miterlebt haben. Der Rest von sechs Journalisten hat in den letzten 8 Jahren angefangen zu arbeiten und zählt somit zu der jüngsten Generation. Der Alterdurchschnitt der Befragten liegt bei 35 Jahren und ist verglichen mit westlichen Verhältnissen sehr niedrig. Das entspricht aber dem realen Durchschnittsalter der Journalisten in Bulgarien zwischen 25 und 35 Jahren (Tzankoff 2001a: 86).

Um den Gender-Aspekt in der Befragung ansprechen zu können, war es wichtig, sowohl Frauen als auch Männer für die Interviews zu gewinnen. Am Anfang wurde vermutet, dass es schwer sein wird, weibliche Journalisten in den ausgewählten Politikressorts zu finden. Es hat sich aber gezeigt, dass der Anteil der Frauen relativ hoch ist, was wohl daran liegt, dass tendenziell der Beruf des Journalisten in Bulgarien als stark feminisiert gilt (Tzankoff 1999: 219). Schließlich wurden genauso viele Männer wie Frauen befragt, so dass die Geschlechtsverteilung in der Untersuchung eins zu eins ist.

---

<sup>12</sup> Eine Tabelle mit Kurzporträts der Untersuchungsobjekte befindet sich im Anhangsband.

Da die Tätigkeit in der Redaktion, dazu auch hierarchische Strukturen, im Theoriemodell als Einflussfaktor angenommen wurden, sollten unter den Befragten auch Redakteure in herausgehobenen Positionen sein. So wurden sowohl Redakteure und Reporter, als auch Ressortleiter und stellvertretende Chefredakteure befragt. Es konnte auch die Chefredakteurin einer auflagestarken Zeitung für die Untersuchung gewonnen werden.

Nach der Auswahl der Kriterien galt es in einem nächsten Schritt die in Frage kommenden Journalisten zu kontaktieren. Da die Verfasserin keine Verbindung zu Journalisten in Bulgarien hatte, wurde auf die Hilfe eines Dritten zurückgegriffen. So wurde sie zuerst mit fünf Journalisten verbunden, die sich bereit erklärt haben, an der Studie teilzunehmen. Dann kam die Schneeballmethode zum Einsatz. Der Befragte nannte am Ende des Gesprächs einen Kollegen, der die Auswahlkriterien erfüllte und seiner Ansicht nach bereit war, zum Thema Stellung zu nehmen. In allen Fällen erklärten sich die Angesprochenen spontan zu einem Interview bereit und waren hoch motiviert, sich an einer wissenschaftlichen Studie zu beteiligen.

Insgesamt wurden 14 Journalisten befragt, die zum Zeitpunkt der Erhebung bei den ausgewählten Medien fest angestellt waren. Diese Anzahl ist optimal in Bezug auf die Durchführbarkeit innerhalb des Rahmens einer Magisterarbeit. Eine größere Anzahl hätte eine unüberschaubare und schwer auszuwertende Datenmenge geliefert. Die Liste der Interviewpartner mit Angaben über Geschlecht, Jahrgang, Medium, Position in der Redaktion, Familienstand ist nachstehend ausgeführt. Da die Interviews anonym sind, wird bei den stellvertretenden Chefredakteuren und bei der Chefredakteurin aufgrund leichter Wiedererkennbarkeit der Person das Printmedium nicht angegeben.

Interview №	Zeitung	Ressort	Interview-partner	Alter	Familien-stand	Journalist seit
1	„24 Chassa“	Wirtschaft	Ressortleiterin	47	verheiratet, 2 Kinder	1978
2	„24 Chassa“	Politik	Redakteurin	32	ledig	1993
3	XXX	Politik	stellvertretender Chefredakteur	37	verheiratet, 1 Kind	1991
4	„Sega“	Politik	Reporter	24	ledig	2003
5	„Kapital“	Gesellschaftspolitik	Redakteur	25	ledig	2000
6	„Trud“	Politik	Ressortleiter	28	verheiratet	1999
7	XXX	Innen- und Wirtschaftspolitik	stellvertretender Chefredakteur	55	verheiratet, 2 Kinder	1971
8	„168 Chassa“	Innen- und Wirtschaftspolitik	Redakteurin	50	verheiratet, 1 Kind	1977
9	„Monitor“	Politik	Reporterin	27	ledig	2001
10	„24 Chassa“	Außenpolitik	Redakteur	33	ledig	1994
11	„Dnevnik“	Politik	Reporterin	27	ledig	2000
12	„Duma“	Politik	Redakteur	31	ledig	1995
13	XXX	Innen- und Wirtschaftspolitik	Chefredakteurin	40	verheiratet, 1 Kind	1991
14	„Standart“	Wirtschaftspolitik	Redakteurin	26	verheiratet, 1 Kind	2003

Tabelle 1: Auswahl der Interviewpartner

### 3. Leitfadenkonstruktion

Um den Interviews eine gewisse Struktur zu verleihen und alle im Rahmen des Erkenntnisinteresses relevante Themen anzusprechen, wurde ein Gesprächsleitfaden entwickelt. Als Grundlage für die Entwicklung der Fragen diente das im zweiten Theorieteil vorgestellte Modell zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten. Ziel war, die einzelnen Einflussfaktoren in Fragen zu erfassen und darin zu verarbeiten. Der Leitfaden wurde in vier Themenkomplexe, Interviewblöcke, untergliedert, die sich aus den jeweiligen Modellebenen ergeben haben. Die Fragen waren allgemein gestellt, so dass der Journalist in seiner Antwort gleich mehrere Faktoren ansprechen konnte. Als Gedächtnisstütze ermöglichten zusätzlich

Ergänzungsfragen, bei wichtigen Aspekten nachzufragen. Bei sensiblen Fragen wurde der Interviewpartner nicht direkt als involvierter Journalist gefragt, sondern aufgefordert sich auf das Verhalten von Kollegen zu beziehen. Die interne Strukturierung des Leitfadens diente jedoch als Orientierungshilfe und nicht als starre Trennung, so dass die Reihenfolge der Fragen variabel gestaltet werden konnte, um auf den Gesprächspartner entsprechend eingehen zu können. Es wurde trotzdem versucht, auf ähnliche Formulierungen zu achten, damit die Antworten bei der Auswertung vergleichbar sind. Der Leitfaden ist auch für Veränderungen offen geblieben. Wurden von den Befragten Aspekte angesprochen, die für den Gegenstand dieser Arbeit wichtig waren, jedoch im Leitfaden keine Berücksichtigung gefunden hatten, wurden sie bei den weiteren Interviews berücksichtigt.

Da der Leitfaden dem Anhang dieser Arbeit beigelegt ist und da bei der Erarbeitung des Modells teilweise gezeigt wurde, wie die Aspekte des Selbstverständnisses und damit zusammenhängende Faktoren in Fragestellungen operationalisiert werden können, wird an dieser Stelle darauf verzichtet, jede einzelne Frage zu thematisieren. Um jedoch den Interviewablauf verdeutlichen zu können, wird kurz auf die einzelnen Themenbereiche eingegangen.

Bei allen Interviews stand der Themenkomplex *primäre und berufliche Sozialisation* am Anfang des Gesprächs. Die Frage nach dem journalistischen Werdegang sollte als Eisbrecherfrage den Einstieg der Interviewsituation erleichtern. Nachfolgend wurden weitere zur SUBJEKTEBENE zugeordnete Faktoren angesprochen, wie Motive der Berufswahl, Ausbildung.

Die Frage nach dem Arbeitstag des befragten Journalisten bot die Überleitung zum Themenkomplex *institutionelle Gegebenheiten*. Im Vordergrund standen Tätigkeiten, Arbeitsbedingungen, Arbeitszeiten, Verhältnis zu Kollegen, Berufszufriedenheit und Zukunftsperspektive, die innere Medienfreiheit, der Umgang mit Informationsquellen. Im Zusammenhang mit dem Kollegenverhältnis gab es eine im Sinne der Forschungsfrage interessante Fragestellung. Die Journalisten wurden nicht nur danach gefragt wie sie die Kollegenverhältnisse in der Redaktion einschätzen, sondern wie sich die Verhältnisse zwischen den in der Redaktion arbeitenden drei Generationen von Journalisten gestalten, welche Eigenschaften, vor allem Aspekte des Denkens und Handelns, und welche Verhaltensweisen an ihren Kollegen aufgefallen sind. Die Befragten wurden gebeten, diese Eigenschaften zu beschreiben. Das kann ausschlaggebend für das eigene Selbstverständnis sein. Es ist anzunehmen, dass man in kritischen Äußerungen, sein Idealbild vom Journalismus diesem seiner

Kollegen aus der anderen Generation gegenüberstellt und so sein eigenes Selbstverständnis zum Vorschein kommen lässt.

Im nachfolgenden Interviewblock lag der Fokus auf den außerbetrieblichen *Medienrahmenbedingungen*. Die der Medienebene zugeordneten Einflussfaktoren aus dem eigenen Modell wurden in Fragestellungen umformuliert und die Journalisten direkt nach der von ihnen persönlich empfundenen Pressefreiheit, der Konkurrenz am Zeitungsmarkt und dem Image vom Beruf gefragt.

Der vierte und damit letzte Themenkomplex befasste sich direkt mit dem *Selbstverständnis*, also mit dem *Arbeitsziel* des Journalisten und seiner *Handlungsrelevanz*. Im Vordergrund standen hier Fragen zu den Operationalisierungsfaktoren des journalistischen Selbstverständnisses, nämlich zum Publikumbild, zur Machtvorstellung und zur Medienethik. Gegen Ende des Interviews sollte die Frage nach dem subjektiven Wertesystem und individuellen Prioritäten das Gespräch abrunden und den Interviewschluss einleiten. Eine allerletzte Frage gab den Befragten die Möglichkeit, sich aus eigener Initiative zu Themen zu äußern, die mit ihrer Arbeit zusammenhängen, im Gespräch aber unzureichend oder überhaupt nicht thematisiert wurden.

Bei ausgeschaltetem Aufnahmegerät wurden die Interviewpartner noch einmal freundlich gebeten, im Rahmen eines kurzen Fragebogens Angaben zu ihrem Alter, Bildungsgrad, Familienstand, Gehalt und Länge ihrer journalistischen Tätigkeit zu machen.<sup>13</sup> Durch ihn konnten wichtige demographische Daten festgehalten werden, die im Interview nicht zur Sprache gekommen waren. Bei der Verabschiedung wurden die Journalisten gefragt, ob man sie im Falle auftauchender Unklarheiten in der Auswertung noch einmal kontaktieren dürfte.

#### **4. Durchführung**

Vor der eigentlichen Befragung wurde der Leitfaden auf Verständlichkeit und Länge pre-getestet. Dazu wurde ein der Forscherin befreundeter Pressejournalist befragt. Das hat sich als sinnvoll erwiesen, weil bei der wortwörtlichen Übersetzung der Fragen aus dem Deutschen ins Bulgarische einige Sinnzusammenhänge verloren gegangen waren. So wurden einige Fragen leicht modifiziert.

Anfang November 2006 reiste die Verfasserin nach Sofia, um innerhalb eines dreiwöchigen Forschungsaufenthaltes alle Gesprächspartner zu interviewen. Einige Termine waren bereits im

---

<sup>13</sup> Der Fragebogen befindet sich im Anhangsband.



Vorhinein festgelegt, einige kurzfristig vor Ort bestimmt. Dieser Erhebungszeitraum war kurz nach den im vorigen Monat abgeschlossenen Präsidentenwahlen und kurz vor dem EU-Beitritt Bulgariens am 1. Januar 2007. Diese herausragenden Ereignisse sollten bei der Auswertung berücksichtigt werden, weil sie vermutlich anlassbezogen die Rollenwahrnehmung der Journalisten beeinflusst haben könnten.

Vor jedem Termin hat sich die Verfasserin zur Vorbereitung auf das Interview - meistens über die jeweiligen Internetauftritte der Zeitungen - so weit wie möglich über den Gesprächspartner informiert. Die Gespräche fanden in dem jeweiligen Büro des Befragten oder in Konferenzräumen statt, wobei keine Kollegen der Befragten in Hörweite waren. Die Durchführung der Interviews am Arbeitsplatz der Befragten hatte den Vorteil, dass sich die Verfasserin ein besseres Bild von den Arbeitsbedingungen in der jeweiligen Redaktion machen konnte. Nach ein paar kurzen Sätzen gegenseitigen Kennenlernens wurde noch einmal der Hintergrund des Forschungsvorhabens erklärt und den Befragten ihre Anonymität zugesichert. Das war für die bulgarischen Pressejournalisten von enormer Bedeutung.<sup>14</sup> Die Gespräche verliefen mehr oder weniger ungestört und ruhig. Besondere Geschehnisse oder Beeinflussungen wurden notiert und flossen falls notwendig in die Auswertung ein. Jedes Interview wurde mit einem digitalen Rekorder aufgenommen. In ihrer Dauer variierten die Interviews zwischen 45 und 75 Minuten, wobei die Länge des Interviews nichts über den Informationsgehalt aussagt.

Meist noch am selben Tag oder am Folgetag wurden die Interviews transkribiert. Die Transkription<sup>15</sup> wurde wörtlich vorgenommen und in normales Schriftbulgarisch übertragen. Leichte Veränderungen in der Ausdrucksweise und im Satzbau wurden dann gemacht, wenn so die Lesbarkeit verbessert und der Sinn nicht verstanden wurde (Mayring 2002: 89 ff.). Ebenfalls ins Transkript aufgenommen wurden Störungen des Gesprächs, Pausen, Betonungen oder emotionale Äußerungen.

## **5. Auswertung**

Ist die Erhebungsphase abgeschlossen, hat der Forscher in der Regel eine große Datenmenge zu bewältigen (Wagner 1999: 352). Mit der Auswertung der geführten Interviews ist ein grundsätzliches Problem verbunden. Sie basiert auf einer subjektiven Meinungsgeberation des

---

<sup>14</sup> Auf Wunsch der Journalisten sind in den Transkripten sämtliche Angaben, die auf die Person schließen lassen könnten, anonymisiert.

<sup>15</sup> Transkripte befinden sich im Anhangsband.

Forschers und ist durch seine Deutungskompetenz und seinen persönlichen Eindruck vom Interview beeinflusst (Lamnek 2005: 354). Um dem Vorwurf der Willkür oder Subjektivität jedoch nicht ausgesetzt zu sein, wird die Forscherin im Folgenden die Vorgehensweise bei der Analyse des gewonnenen Materials offen legen.

Zur Auswertung qualitativer Interviewdaten finden sich in der Fachliteratur sehr unterschiedliche Verfahren, ein einheitliches Vorgehen und verbindliche Regeln gibt es nicht. Da in der qualitativen Forschung die Auswertung der Daten dem Forschungsgegenstand angemessen sein sollte (Flick 2004: 312), wurde für die Auswertung der Interviews mit den bulgarischen Pressejournalisten eine eigene Vorgehensweise in mehreren Schritten entwickelt, die sich an gängigen Auswertungstechniken der vorhandenen Methodenliteratur orientiert.

Der erste Schritt bestand darin, die transkribierten Interviews auf wesentliche Aussagen zum Selbstverständnis und zu möglichen Einflussfaktoren hin zu lesen und relevante Stellen zu markieren. Diese Technik erfolgt in Anlehnung an Lamneks „Einzelanalyse“ (2005: 404). In einem zweiten Schritt wurde das Material so komprimiert, dass nur entscheidende Inhalte blieben und bei der Auswertung nur die prägnantesten Passagen weiter berücksichtigt wurden. Mit einer Randnotiz wurde vermerkt, welchem Faktor die jeweilige Aussage zuzuordnen ist. In Anlehnung an die Themenbereiche des Leitfadens und die Faktoren des erstellten Modells zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten wurde dann für jedes Interview ein Auswertungsbogen angelegt, worin jeder mögliche Einflussfaktor aus dem Modell eine eigene Kategorie bildete. Dann wurden die wichtigsten Aussagen der Befragten diesen Kategorien zugeordnet, indem sie teilweise paraphrasiert und kommentierend in eigenen Worten zusammengefasst wurden. In Klammern dahinter wurde darauf verwiesen, aus welchen Seiten diese Textstelle entnommen war. Wichtige und zitierfähige Aussagen wurden extra vermerkt. Es sei darauf hingewiesen, dass an manchen Stellen Aussagen nicht mit eindeutiger Trennschärfe einer Kategorie zugeordnet werden konnten und deshalb bei mehreren Kategorien auftauchen. Ziel dieser Vorgehensweise war eine entscheidende Reduktion des Materials auf ein bis zwei Seiten, eine Art Kurzporträt<sup>16</sup> jedes Befragten, bei dem wichtige Inhalte jedoch erhalten bleiben sollen. Diese Vorgehensweise, deren Ziel ist, ein „überschaubares Korpus zu schaffen, das immer noch ein Abbild des Grundmaterials ist“, wird „strukturierende Inhaltsanalyse“ genannt (Mayring 2002: 115). Der nächste Schritt der Auswertung erfolgte nach der „generalisierenden Analyse“

---

<sup>16</sup> Beispiel für ein Kurzporträt ist im Anhangsband zu finden.

von Lamnek (2005: 404) und konzentrierte sich auf einen Vergleich der einzelnen Zusammenfassungen. Es sollten Gemeinsamkeiten und Unterschiede herausgearbeitet werden, um so zu allgemeinen Aussagen über die Untersuchungsgruppe einerseits und zu unterschiedlichen Selbstverständnistypen andererseits zu gelangen. Schließlich wurde mit Hilfe der bereits stark komprimierten Informationen eine kurze Zusammenfassung jedes einzelnen Interviews auf Deutsch gemacht, die wichtige Angaben zur Person des Befragten und zu seinem Selbstverständnis beinhaltet.<sup>17</sup>

Welche Ergebnisse die Auswertung der Interviews tatsächlich lieferte, wird im Folgenden dargestellt.

---

<sup>17</sup> Aus zeitökonomischen Gründen wurde auf Übersetzung der ganzen Interviews ins Deutsche verzichtet. Der Intersubjektivität halber hat sich die Forscherin aber für eine kurze Zusammenfassung jedes Interviews entschieden, die ein kurzes Porträt des Befragten darstellt und im Anhangsband den deutschen Lesern dieser Arbeit zur Verfügung steht.

## IV. Ergebnisse

In diesem Teil werden die Ergebnisse der Befragung präsentiert. Zuerst gewährt ein umfassendes Porträt einen ersten Einblick in den Werdegang und den Arbeitsalltag der bulgarischen Journalisten. In einem zweiten Schritt erfolgt die Präsentation einer Typologie, in der die Befragten in verschiedene Selbstverständnistypen eingeordnet werden. Der Charakter eines jeden Typus soll nicht nur beschrieben, sondern auch erklärt werden. Dabei werden Erläuterungen aus dem ersten Theorieteil, sowie Faktoren aus dem Modell zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten, aber auch eigene Überlegungen als Erklärung für die jeweiligen Ergebnisse herangezogen. Des Weiteren werden die einzelnen Faktoren gewichtet und diejenigen dargestellt, die einen starken Einfluss auf den jeweiligen Typus haben und Unterschiede zwischen den Typen erklären können. Dieser letzte Schritt ist hinsichtlich der Forschungsfrage von großer Bedeutung, weil man dadurch herausfinden kann, ob die Generationszugehörigkeit sich als ein einwirkender Faktor auf das Selbstverständnis erwiesen hat.

Um bestimmte Aspekte bei der folgenden Vorstellung zu veranschaulichen oder zu verdeutlichen, wurden so genannte Ankerbeispiele in Form von aus dem ausgewerteten Interviewmaterial stammenden Zitaten aufgeführt (Mayring 2002: 118). In einer Klammer hinter dem entsprechenden Zitat finden sich Angaben zur Interviewnummer und Seitenzahl.<sup>18</sup> Diese Vorgehensweise mit Zitatnachweisen dient auch der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse.

### 1. Die bulgarischen Pressejournalisten - ein Porträt der Untersuchungsgruppe

Über bulgarische Pressejournalisten ist wenig geforscht, geschrieben und diskutiert worden. Es finden sich wesentlich mehr Studien zu Transformationsprozessen in der bulgarischen Presse nach der politischen Wende 1989, kaum ein Transformationsforscher hat sich aber zum Ziel gesetzt, die Macher, die Antreiber dieser Prozesse zu erforschen, sie in ihrem Arbeitsumfeld und mit ihren Berufszielen zu beleuchten. Im Mittelpunkt des folgenden Porträts sollen nun die Macher der bulgarischen Presse stehen.

---

<sup>18</sup> Zum Beispiel ist ein Zitatnachweis für eine Textstelle, der bei Befragten 1 auf Seite 5 steht, durch (P1/5) gekennzeichnet. Dabei steht „P“ für Person.

Die Basis für die folgenden Ergebnisse bilden sieben Frauen und sieben Männer zwischen 24 und 55 Jahren, die festangestellt innerhalb ihrer Redaktion in unterschiedlichen Positionen arbeiten (drei Reporter, sechs Redakteure, zwei Ressortleiter, zwei stellvertretende Chefredakteure und eine Chefredakteurin). Die 14 befragten bulgarischen Journalisten erwiesen sich als eine äußerst heterogene Berufsgruppe. Dass sie dennoch viele Gemeinsamkeiten aufweisen, soll das folgende Porträt zeigen. Dieses zeichnet ein umfassendes Bild der bulgarischen Pressejournalisten, ihrer beruflichen und primären Sozialisation, ihrer Alltagsstrukturen und Aufgaben, und orientiert sich an den Einflussfaktoren aus dem im zweiten Theorieteil vorgestellten Modell.

### **1.1 Lebenslauf und Karriere der Befragten**

Die familiäre Herkunft der befragten bulgarischen Journalisten ist sehr vielfältig. Unter den elterlichen Berufen finden sich ein Geologe (P5), zwei Architekten (P2, P10), ein Professor (P13), aber auch Journalisten (P4, P8, P11). So sind bei einem Befragten beide Eltern Journalisten und wie er zugibt, „es wäre ein Wunder gewesen, wenn ich kein Journalist geworden wäre“ (P4/1). Bei einigen Eltern fand die Berufswahl ihres Kindes jedoch keine Zustimmung, „sie glaubten, das wäre in Bulgarien kein Prestigeberuf“ (P13/2), erzählt eine Journalistin aus einem Professorelternhaus.

Bei einem Teil der Befragten hat sich Journalismus als mögliche Berufsperspektive schon recht früh gebildet. Sie haben sich in ihrer Kindheit mit Literatur befasst, waren bei der Schulzeitung oder im Radio tätig. Andere hatten einen anderen beruflichen Weg zum Ziel, kamen in den Beruf per Zufall während der dynamischen Zeit des Umbruchs, als „engagierte, politisch unvorbelastete junge Leute gesucht wurden“ (P13/1).

Die gemeinsame politische und gesellschaftliche Transformation hat als entscheidendes Schlüsselerlebnis die Berufswahl auch vieler jüngerer Journalisten beeinflusst. Ein „starkes Interesse an dem Zeitgeschehen“ (P9/1), „mitten drin in der gesellschaftlichen Transformation zu sein“ (P11/8) und am politischen Geschehen eng dabei zu sein, wird von vielen jungen Journalisten als Grund zur Berufswahl genannt. Es sei äußerst interessant, Journalist in einer dynamischen Gesellschaft wie diese in Bulgarien zu sein, wo „jeder Tag dir was völlig anderes bringt“ (P14/6). Besonders die Abwechslung und die Dynamik des journalistischen Berufs in Bulgarien werden von den Befragten als Anziehungspunkte stark betont. Durch abwechslungsreiche Tätigkeit stets ihre Neugier zu stillen, den Abwechslungsreichtum, was

Personen, Orte und Erlebnisse betrifft, das heben alle Journalisten in ihren Antworten hervor. Das Schöne an diesem Beruf sei, dass es nie langweilig werde (P6/6), man sei ein Teil „der aktivsten Leute in einer dynamischen Gesellschaft“ (P8/8), „hält Hand auf dem Puls des Geschehens“ (P4/5) und „lerne die Gesellschaft in ihrer Totalität kennen“ (P11/6). Die Möglichkeit zu reisen und interessante Menschen kennen zu lernen, „dieses lebenslange Lernen“ (P1/2), ständig etwas Spannendes und Neues zu entdecken, was den eigenen Horizont erweitert, ist von vielen Journalisten ebenfalls von großer Bedeutung. Andere nennen die Möglichkeit, schreiben zu können, kreativ zu sein und sich einbringen zu können, als reizvoll in ihrem Beruf. Einige wenige sehen gerade im Journalismusberuf besondere Möglichkeit, Einfluss auszuüben, den Politikern „auf die Finger zu gucken und Skandale aufzudecken“ (P2/8) und dadurch etwas zu bewegen. Finanzielle Anziehungspunkte wurden von keinem der Befragten genannt. „Ich sage es Ihnen ganz ehrlich, in diesem Beruf ist kein Journalist in Bulgarien reich geworden“ (P7/5), stellt ein älterer Journalist fest.

Was die Qualifikationsmerkmale der bulgarischen Journalisten betrifft, zeigt sich ein hoher Akademisierungsgrad. Alle vierzehn Befragten haben einen Universitätsabschluss. Dieser Befund stimmt mit der schon erwähnten, von Forschern beobachteten Tendenz zu einem höheren Ausbildungsgrad der bulgarischen Journalisten überein (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.3.2). Bei näherer Betrachtung des Studiengangs der Befragten ist auffällig, dass sich zwei grobe Lager bilden. Knapp mehr als die Hälfte hat Journalismus (einer in Deutschland) und der Rest bulgarische Philologie studiert. Eine Journalistin hat Wirtschaft studiert. Diese gleichmäßige Verteilung hat sich zufällig ergeben, da der Studiengang kein Kriterium bei der Auswahl der Befragten war. Es ist interessant zu erwähnen, dass alle Befragten mit beruflicher Erfahrung vor der Wende Journalistikabsolventen sind, was sich mit dem stark geregelten Berufseingang zu dieser Zeit erklärt (vgl. Theorieteil Abschnitt 1.2.1). Im Gegensatz dazu finden sich unter den Journalisten, die unmittelbar nach der Wende angefangen haben, viele Philologen. Das bestätigt wieder die Beobachtung der Transformationsforscher, dass nach der Wende viele Journalisten aus anderen Fachrichtungen und nicht dem Journalistikstudiengang einen leichten Berufseinstieg fanden (vgl. im Theorieteil Abschnitt 1.2.2).

Zwar sind viele Befragte der Meinung, dass es keinen Königsweg in den Journalismusberuf gibt. Sie erachten aber den Hochschulabschluss, nicht jedoch das Journalismusstudium, als notwendige Voraussetzung für ihren Beruf. Viel wichtiger sei es, ein Fachstudium zu absolvieren

„sei es in der Wirtschaft, sei es in der Politik, [...] das macht aus dir einen guten Fachmann und so kommst du dem Publikum kompetent vor“ (P7/2). Besonders die Philologen unter den Befragten betonen die Notwendigkeit eines Sprachwissenschaftsstudiums, wo man schreiben lernt, „das ist letztendlich, was im Beruf zählt“ (P9/2). Die Mehrheit der Befragten äußert sich sehr negativ über die journalistische Ausbildung, welche die journalistische Fakultät an der Sofioter Universität anbietet. Sie bemängeln die technische Ausrüstung und das trockene theoretische Lernprogramm. Das führe zur Abwesenheit der Studenten, die schnell in die Praxis einsteigen und das Studium abbrechen, betont ein junger Absolvent der journalistischen Fakultät (P4/2).

Dass der Abschluss allein jedoch nicht ausreichend ist und dass man Journalismus nicht auf der Universität lernt, davon sind alle Journalisten überzeugt. Um Journalist zu sein, brauche man „Talent zum Schreiben“ (P3/3, P5/2). Der Journalismus sei außerdem ein Handwerk, nur durch weiterführende Praxis und Erfahrung beherrsche man den Beruf (P7/2). „Die Statistik zeigt, dass die besten Journalisten in Bulgarien noch im ersten Semester angefangen haben zu arbeiten“ (P14/2), konstatiert eine junge Redakteurin. Kaum einer der Befragten äußert sich so fasziniert über seinen Werdegang wie der junge Redakteur, der als einzige Ausnahme sein Journalismusstudium nicht in Bulgarien, sondern in Deutschland absolviert hat: „Meine Schritte waren perfekt, „learning by doing“ in meinem Jugendalter, dann gutes theoretisches Studium in Westeuropa und dann wieder zurück in den Beruf, wo man weiter lernt“ (P5/2).

Auffällig viele Befragte haben ihre Karriere noch während des Studiums in der Presse begonnen und waren bislang nur für Printmedien tätig. Gab es darüber hinaus journalistische Erfahrung, wurden diese beim Hörfunk gemacht. (P5, P6) Einige Journalisten, die schon länger im Beruf sind, haben bereits mehrmals den Arbeitsgeber gewechselt, für andere ist die aktuelle zugleich die erste feste Anstellung.

Die praktische Erfahrung und die tatsächliche Arbeit in den Redaktionen haben die Mehrzahl der Journalisten geprägt. „Jede Berufsstelle prägt dich als Journalist, ist eine große Schule“ (P1/2), betont eine ältere Journalistin. „Alles was ich über den guten Journalismus weiß, habe ich hier in der Redaktion gelernt“ (P10/2), gibt ein Befragter zu, der schon 13 Jahre für seine Zeitung tätig ist. Besonders die Journalisten, die unmittelbar nach der Wende ihre berufliche Karriere begonnen haben, nennen die dynamische Transformationszeit als einen entscheidenden Faktor, der aus ihnen gute Journalisten gemacht habe. „Journalist in einer so aufrührerischen und



stürmischen Zeit zu sein wie damals, das bleibt dir für das ganze Leben“ (P2/2), blickt eine Journalistin zurück und fügt mit Nostalgie hinzu: „Damals war ich richtig aktiv, jetzt ist mir langweilig“ (P2/2). Viele von dieser zweiten Generation Journalisten geben an, als Vorbild den Journalisten Valeri Najdenow zu haben, den ehemaligen Chefredakteur von „24 Chassa“, der als Vorreiter des neuen volksnahen Berichterstattungsmusters gilt und den Anfang „eines neuen freien Journalismus“ (P13/2) gesetzt hat. Auch die älteren Journalisten mit beruflicher Erfahrung vor der Wende fühlen sich eher von dem Transformationsprozess als von ihrer frühen ideologisch gefärbten Tätigkeit während des Sozialismus geprägt. „Einmal die Freiheit gekostet, konnte ich mich im Journalismus völlig uneingeschränkt entfalten“ (P8/2), erzählt eine ältere Befragte enthusiastisch von den ersten Jahren nach der Wende. Ein anderer Angehöriger der ersten Generation Journalisten sieht die Erfahrung mit den beiden politischen Systemen als gleich prägend an und betont, dass er ideologische und propagandistische Inhalte schon während des Studiums abgeschüttelt, wichtige ethische Prinzipien jedoch verinnerlicht habe: „Die Zensur damals, ja es gab sie, aber es war nicht so dramatisch, wie man es denkt. Faktentreue und zweite Meinung suchen, diese Postulate gab es damals wie heute, die sind zeitübergreifend und das habe ich damals verinnerlicht“ (P7/2).

Für den Werdegang der befragten bulgarischen Pressejournalisten bleibt festzuhalten, dass alle ihre Berufserfahrungen und -stationen sehr positiv für ihren Berufsweg bewerten und rückblickend wenig daran ändern würden. Wie sie aber ihre heutige Arbeit bewerten, welche Redaktionsstrukturen und Arbeitsbedingungen ihren Alltag prägen, wird im folgenden Abschnitt erläutert.

## **1.2 Alltag in der Redaktion**

Die wöchentliche Arbeitszeit wird von allen Journalisten als sehr hoch empfunden. Journalismus in Bulgarien heißt unregelmäßige Arbeitszeiten, Überstunden, Spätdienste, Wochenendarbeiten. „Wir sind Marathonläufer, die aber gezwungen sind, Sprint zu laufen“ (P7/8), bemerkt ein stellvertretender Chefredakteur bezüglich der hohen Arbeitsbelastung im bulgarischen Journalismus. Besonders in den kleineren Redaktionen erscheint die Arbeitsbelastung durch die knappe personelle Besetzung etwas höher zu sein. Da arbeite man nicht selten 55 Stunden in der Woche (P7/4). In den wöchentlich erscheinenden Medien dagegen sei die Arbeit „nicht so zeitintensiv“ (P5/4). Trotz des Druckes, unter hoher zeitlicher Anspannung arbeiten zu müssen,

beklagen sich die Journalisten nicht. Dass Journalismus „kein nine to five Job“ (P5/4) ist und man „mit dem Beruf ins Bett geht und aufwacht“ (P13/2), dessen waren sich die meisten Befragten am Anfang ihrer Karriere bewusst. Sie betonten einstimmig, dass die unregelmäßigen Arbeitszeiten auch einen gewissen Reiz haben. Ein Redakteur einer großen Tageszeitung erkennt die positive Seite der langen Arbeitszeiten und verweist auf viele „Journalistenpaare“ in seiner Redaktion: „wenigstens meckert deine Frau nicht, wenn du zu spät nach Hause kommst, weil sie ebenfalls im Beruf ist“ (P10/3), bemerkt er mit Augenzwinkern.

Damit sei auch ein weiterer Aspekt der langen Arbeitszeiten angesprochen – die Vereinbarkeit des Berufs mit der Familie. Gerade weil der Job sehr arbeitsintensiv ist, betonen viele Journalisten, dass das Familien- und Privatleben oft zu kurz kommt. „Ich weiß nicht, wann ich das letzte Wochenende mit meiner Familie verbracht habe. Ich würde gerne meine Frau, die Kinder und meinen Hund packen und in den Park gehen“ (P7/3), teilt ein stellvertretender Chefredakteur einer kleineren Redaktion mit. Ein Journalist, der noch kinderlos ist, bezweifelt, dass er eines Tages seinen hektischen von vielen Reisen geprägten Alltag mit seiner Familie vereinbaren können werde (P10/4). Auffällig ist der hohe Anteil an Karrierefrauen unter den Befragten, die nicht bedauern, ihrem Beruf viel Zeit gewidmet zu haben. „Daheim kann man ja keine Karriere machen“ (P14/3), davon ist eine junge Redakteurin, Mutter eines siebenmonatigen Kindes fest überzeugt. Vielleicht kann der stark ausgeprägte Karrierewunsch der befragten Journalistinnen den von den Forschern beobachteten hohen Anteil an Frauen im bulgarischen Journalismus erklären (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.3.2), da sie sich offensichtlich von den langen Arbeitszeiten nicht stören lassen und sich ihrem Beruf völlig widmen.

Mit ihrem Gehalt, das über dem Durchschnittslohn in Bulgarien liegt, sind die meisten Journalisten zwar zufrieden, verweisen aber darauf, dass sie im Vergleich zu ihren westlichen Kollegen zu wenig Geld bekommen, dass „die journalistische Arbeitsbelastung in Bulgarien auf keinen Fall finanziell entlohnt ist“ (P12/3). Besonders die jungen Journalisten in den kleineren Redaktionen bemängeln „die echt lächerliche“ (P5/4) Bezahlung. Insgesamt gibt es deutliche Unterschiede in den verfügbaren personellen, finanziellen und zeitlichen Ressourcen zwischen der kleinen und größeren Redaktion. Durch Sparmaßnahmen und Personalabbau in den kleineren Redaktionen fehlen gute Recherchen und darunter leidet die Qualität der Zeitung. „Es ist keiner da, der für dich einspringt, falls du krank wirst. [...] Bei der aktuellen Informationsbeschaffung sind wir lange nicht mehr konkurrenzfähig“ (P12/3), beklagt ein Redakteur der Zeitung „*Duma*“.

Die Mehrheit der Journalisten sieht zwar den eigenen Arbeitsplatz nicht als gefährdet an, es gibt jedoch einige wenige, die aufgrund der Pressekrise in Bulgarien ihre berufliche Zukunft als unsicher bezeichnen. „Ich habe erlebt, wie nach dem Presseboom in Bulgarien viele Zeitungen ihr Erscheinen eingestellt haben“, berichtet ein stellvertretender Chefredakteur und fügt hinzu: „Es gibt für keinen einen reservierten Arbeitsplatz, das ist die bittere Realität“ (P7/4).

Die Berufszufriedenheit unter den befragten Journalisten variiert zwar auch je nach der Redaktionsgröße, viel stärker aber nach Alter und Position. Besonders die jüngeren Befragten können sich ihre berufliche Zukunft in einem besser bezahlten Beruf wie PR vorstellen (P4/2), oder „mal im Westen schauen wie man Journalismus dort macht“ (P9/3). Journalisten aus den kleineren Redaktionen sehnen sich nach einem größeren Medium, wo die finanziellen und personellen Ressourcen besser sind (P3/4, P12/4). Trotzdem gibt es einige wenige Befragte, die angeben, mit ihrem Beruf zufrieden zu sein. Kaum einer spricht so faszinierend über seinen Beruf wie ein Redakteur der „24 Chassa“: „Ich würde nie meinen Beruf wechseln, ich liebe ihn, ich bin echt ein glücklicher Mensch“ (P10/3). Bis auf wenige Ausnahmen würde die Mehrheit der Befragten trotz möglicher Unzufriedenheit mit der jetzigen Arbeitsstelle im Journalismus bleiben. Eine Redakteurin resümiert für alle: „Der Journalismus ist wie eine Droge, man wird leicht süchtig“ (P2/2).

Für einige Journalisten kompensiert das gute Arbeitsklima die schlechten Arbeitsbedingungen: „Der einzige Grund, warum ich noch hier bin, ist das echt tolle Team. Ich sage Ihnen, sonst ist in Bulgarien in den meisten Redaktionen das Arbeitsklima äußerst schlecht“ (P12/3), stellt ein Redakteur der Zeitung „Duma“ fest. Dass er nicht ganz Unrecht mit seiner Behauptung hat, bekräftigen teilweise Aussagen anderer Befragten, die das Kollegenverhältnis und das Klima in der Redaktion eher negativ bewerten. Es sei von „Kämpfen und Konflikten“ (P1/2) geprägt, da seien „zu viele Karrieristen“ (P2/5) dabei. Andere sehen das Kollegenverhältnis eher nüchtern und betonen, dass Freundschaften in der Redaktion und private Kontakte nach Feierabend zwar Ausnahmen sind, es aber trotzdem ein professionell gutes Arbeitsklima gebe (P3/4, P4/2, P6/3). Einige Befragte äußern sich dagegen sehr positiv über ihre Kollegenverhältnisse. Man sei eine große Familie (P14/3), die Redaktion sei die Welt der dort Arbeitenden (P13/4). „Kann sein, dass ich keine Zeit für meine Familie habe, aber ich arbeite mit echten Freunden, wir sind echt ein tolles Team und das ist mir ganz wichtig“ (P7/4), zeichnet ein Befragter die Atmosphäre in seiner Redaktion. Seine Ansicht teilt auch die einzig befragte Chefredakteurin: „Das gute Arbeitsteam

ist alles. Wenn die Journalisten keine Freunde sind, können sie auch keine guten Kollegen sein, davon bin ich fest überzeugt“ (P13/4).

Des Weiteren stellt sich die Frage, wie der Arbeitstag der bulgarischen Journalisten unter den beschriebenen Arbeitsbedingungen aussieht. Warum die Befragten die Abwechslung und Dynamik in ihrem Beruf schätzen, wird deutlich, wenn man ihren hektischen Alltag betrachtet. Einen typischen Arbeitstag gibt es nicht, betonen sie einstimmig in ihren Antworten. Dennoch weist der Alltag eine gewisse Struktur vor. Mehrmals täglich finden Redaktionskonferenzen statt, um Vorschläge für die Schwerpunkte der aktuellen Berichterstattung zu machen, Themen zu präsentieren und zu besprechen und schließlich die Aufgaben zu verteilen. Vor allem für die Politikredakteure gibt es innerredaktionelle Zuständigkeitsbereiche. Sie sind für bestimmte Parteien und Sachgebiete wie Innen-, Außen- oder Wirtschaftspolitik verantwortlich. Ihr Arbeitstag orientiert sich an Parlamentsdebatten, Sitzungen und Pressekonferenzen. Zu den täglichen Redakteurarbeiten gehören die klassischen journalistischen Tätigkeiten. Man layoutet, redigiert, schreibt und recherchiert, nimmt Termine wahr. Im Vordergrund steht die Schreibe mit Meldungen, Ankündigungen, Berichten, aber auch Analysen. Der restliche Tag ist geprägt von organisatorischen Tätigkeiten, pausenlosen Telefonaten, E-Mails sichten und verwalten.

Je höher ihre hierarchische Position innerhalb der Redaktion ist, desto mehr organisatorische, koordinierende und verwaltende Tätigkeiten übernehmen die Journalisten. Man denkt sich Themen aus, wägt die richtige Mischung im Blatt ab, plant Seiten durch, koordiniert die Mitarbeiter. Dass verwaltende Funktionen nicht das Schreiben in den Hintergrund drängen dürfen, davon sind fast alle Journalisten in leitenden Positionen überzeugt. „Natürlich schreibe ich, sonst bist du als Journalist verloren, wenn du nicht schreibst“ (P3/3), konstatiert ein stellvertretender Chefredakteur. Die Chefredakteurin bestätigt: „Die strategischen Interviews mit Politikern, die tiefen Analysen [...] das alles mache ich natürlich“ (P13/3).

Ein wichtiger Bestandteil der Tätigkeiten der Journalisten in allen Redaktionen entfällt aufs Recherchieren. Informationsquellen wie Nachrichtagenturen und Pressekonferenzen werden herangezogen, um sich einen aktuellen Überblick über die Nachrichtenlage zu verschaffen, es sei aber auch wichtig, dass man über die offizielle Oberfläche hinaus tiefgehende Hintergrundinformationen bekomme (P8/3). Demnach erweisen sich die informellen Hintergrundkreise als wesentlicher Informationslieferant für die bulgarischen Journalisten. Es läuft alles über Beziehungen, nur mit „einem breiten Kontaktnetz“ (P8/3) komme man an

exklusive Geschichten heran. Viele bulgarische Journalisten pflegen Kontakte mit führenden Politikern, aber auch mit rangniedrigen Mitarbeitern der Ministerien und Beamten. Vertrauensverhältnis aufzubauen sei ganz wichtig, weil der bulgarische Politiker sehr „misstrauisch“ (P3/8) sei und sonst keine Information gebe.

Die Befragten reflektieren allerdings unterschiedlich das Spannungsverhältnis zwischen Nähe und Distanz zu Politikern. Für einige Journalisten sorgt die bloße Bekanntschaft der politischen Akteure nicht für gute Informationen. „Freundschaften sind wichtig, die Ansprechpartner müssen Vertrauen haben, um dir überhaupt was erzählen zu können“ (P3/8), meint ein Journalist, der zugibt, viele Politiker in seinem persönlichen Freundeskreis zu haben. Ein Ressortleiter beurteilt das aus ähnlicher Perspektive und fügt hinzu, dass Freundschaften nicht nur unvermeidlich seien, sondern auch „zu engeren Beziehungen“ (P6/6) führen können. Einige der Befragten zeigen sich deutlich sensibler für die Schwierigkeiten, die entstehen können, wenn man sich mit Politikern anfreundet. Man braucht eine gewisse Nähe, damit man überhaupt etwas erfährt, aber auch eine gewisse Distanz, damit man sich nicht vereinnahmen lässt. „Ich habe schon schlechte Erfahrung gemacht, man freundet sich so schnell an und dann deckt man einen Missstand auf, wie soll ich dann darüber kritisch berichten?“ (P9/5), beschreibt eine Politikreporterin das Dilemma mit der Nähe zu Politikern. Sie hat für sich selbst entschieden, deswegen Distanz zu wahren, um möglichst unvoreingenommen berichten zu können (P9/6). Andere lehnen die persönliche Nähe mit Politikern völlig ab und begründen dies mit der Neigung der politischen Akteure in Bulgarien, sich die Presse nach wie vor zunutze zu machen (P2/7, P8/7). Man fühle sich Einflussversuchen ausgesetzt und in seiner Unabhängigkeit ernsthaft gefährdet, deshalb versuchen sie Distanz zu wahren, indem sie sich ihre Informationen „von rangniedrigen Beamten“ (P2/7) holen.

So klaffen die Meinungen bezüglich der Nähe zu den politischen Akteuren stark auseinander, was sicherlich auch mit schlechten Erfahrungen zusammenhängt. Trotz teilweise vorhandener Freundschaften zu Politikern sind sich die meisten Befragten aber einig, ein „professionelles Verhältnis“ (P4/5) zu haben und Distanz wahren zu können. Diese Antworten sind jedoch mit Vorbehalt zu genießen. Wie schon mehrmals in dieser Arbeit vermerkt wurde, sind die Beziehungen zwischen Presse und Politik in Bulgarien für die Journalisten ein sehr sensibles Thema, das den normativen Aspekt der journalistischen Unabhängigkeit berührt. Daher ist das Risiko, sozial erwünschte Antworten zu bekommen, hier besonders hoch.

Auch in den politischen Einstellungen der Befragten lässt sich erkennen, dass die bulgarischen Journalisten ihrer Unabhängigkeit einen hohen Stellenwert zuschreiben. Bis auf eine Ausnahme (P12) sprechen sich alle gegen eine Parteizugehörigkeit aus. Die überwiegende Mehrheit fühlt sich auch keiner Partei nahe, das sei die Basisvoraussetzung für „eine ausgewogene, unvoreingenommene Berichterstattung“ (P3/11). Ein Journalist gibt sogar ganz offen an, dass er seine Stimme keiner Partei in Bulgarien geben würde (P10/8). Die starke Politikverdrossenheit der Befragten gipfelt in der zugespitzten Antwort eines älteren Journalisten, der auch schon vor der Wende gearbeitet hat: „[...] kein normaler Mensch kann eine Partei heiraten und Kinder von ihr kriegen, in Bulgarien lohnt sich nicht, Zeit dafür zu verschwenden“ (P7/8). Diese Ergebnisse bekräftigen die von den Forschern beobachtete Politikverdrossenheit, die sich nach einer anfänglichen Instrumentalisierung der Presse in den ersten Transformationsjahren, in der folgenden Demokratisierungsphase unter den bulgarischen Journalisten durchgesetzt hat (vgl. im Theorieteil Abschnitte 1.2.2 und 1.2.3).

Nicht nur der parteipolitischen Unabhängigkeit, sondern auch der innenredaktionellen Freiheit messen die bulgarischen Journalisten einen hohen Stellenwert bei. Die überwiegende Mehrheit der Befragten schreibt sich bei der Themenwahl und Meinungsvielfalt eine relative hohe Autonomie zu. Ihre innere Pressefreiheit sehen sie von Eingriffen der Chefredaktion, des Eigentümers oder des Verlegers nicht gefährdet. Es werde zwar keinem dirigiert, was er schreiben solle, eine grenzlose und absolute Meinungsfreiheit gebe es aber auch nicht. Es sei keine Restriktion, wenn man sich an die vorgegebene Linie des Verlegers halte (P7/6) und sich mit der eigenen empfundenen Freiheit „in gewissem Rahmen bewegt“ (P13/6), es wird als normal und legitim erachtet. Dass redaktionelle Vorgaben nicht als Einschränkung empfunden werden, erklärt sich wohl daraus, dass sich die eigene Ansicht der meisten Befragten und die Tendenz des Mediums ohnehin decken. Auch wenn große Anzeigekunden im Zentrum der Kritik stehen, gibt es kein inneres Abwägen: „In Bulgarien wären wir auf der Seite der Verlierer, würden wir einen Misstand unter den Teppich fegen. Wir dürfen das Vertrauen unserer Leser nicht verlieren. Berichten wir nicht darüber, wird es die Konkurrenz machen“ (P10/5), davon ist ein Redakteur der „24 Chassa“ überzeugt. „Kann sein, dass der Anzeigekunde groß ist, aber wir können nicht einfach den Misstand verschweigen, darüber soll man berichten, das ist eine Tatsache“ (P1/6), lautet die Überzeugung vieler Befragten. Es gibt jedoch zwei Frauen unter den Journalisten, die sich in ihrer Freiheit stark eingeschränkt fühlen. Bezeichnend für die beiden ist,

dass sie sich mit Aufdeckung von politischen, wirtschaftlichen Skandalen und Missständen beschäftigen. Sie fühlen sich in ihrer inneren Pressefreiheit „von allen Seiten gefährdet“ (P8/4). Themen mit gravierenden Folgen für Politiker oder große Anzeigekunden werden „einfach so ohne Erklärung“ (P2/6) nicht publiziert, beklagen sich die beiden Journalistinnen.

Der hohe Stellenwert der redaktionellen Unabhängigkeit spiegelt sich auch in den ethischen Grundsätzen der Befragten wider. Ausgewogenheit, Wahrhaftigkeit, umfassende Recherchen, Faktentreue und ein fairer Umgang mit den Menschen werden von den bulgarischen Journalisten als zentrale ethische Maßstäbe gesehen. Für viele scheint die sorgfältige Recherche eine wichtige Voraussetzung für ihre Arbeit zu sein, nach dem Motto „Comment is free, facts are sacred“ (P8/4). Die Mehrheit der Befragten bezeichnet die Trennung zwischen Nachricht und Meinung als wichtige ethische Pflicht. Man darf den Leser nicht irreführen, „der eigene Standpunkt muss immer erkennbar sein“ (P3/10). Das von den Informanten entgegengebrachte Vertrauen solle nie missbraucht werden. „Respektvoller Umgang mit vertraulicher Information“ (P1/8) ist für viele Journalisten eine wichtige Grundregel. Einige geben an, sich stark an dem jüngst verabschiedeten journalistischen Kodex als einem „notwendigen Handlungsrahmen“ (P10/6) zu orientieren. Andere halten ihn für „zu lang und verwirrend“ (P8/5), wieder andere sogar als „völlig sinnlos“ (P2/7). Man brauche ihn nicht, es gebe allgemeingültige „ungeschriebene Gebote, die seit je bestehen“ (P3/7), die jeder Journalist verinnerlicht haben sollte.

Die Frage nach umstrittenen Recherchemethoden beurteilen die Befragten unterschiedlich. Die meisten gaben an, bei ihnen habe sich die Frage Geld zu zahlen oder Gesetze zu überschreiten noch nie gestellt. Ob Medien Material bezahlen, hängt nach Ansicht mehrerer Befragter hauptsächlich vom einzelnen Blatt und seinen Ressourcen ab, so dass Scheckbuchjournalismus in Zeiten knapper Kassen wenig Chance habe. Weitere Abstufungen nehmen die Redakteure mit Blick auf den jeweiligen Fall vor. Lehnen die einen grundsätzlich Geld für Informationen ab, „heiligt“ für andere manchmal „der Zweck die Mittel“ (P9/4). Ob Geld bezahlt wird, hängt den Äußerungen zufolge von der Wichtigkeit der Informationen und ihrer Relevanz für die Öffentlichkeit ab. Die meisten stehen jedoch aggressiven Recherchemethoden eher skeptisch gegenüber. Ausnahmen sind wieder die beiden Frauen (P2) und (P8), die im Vergleich zu anderen Befragten erweiternde ethische Grenzen haben. Im Rahmen einer investigativen Recherche sei es für sie durchaus legitim, moralische Prinzipien zu lockern. Sei das gesellschaftliche Interesse an einem Sachverhalt sehr groß, dürfe man sich außerhalb der Gesetze bewegen, um an



Informationen zu gelangen. Diese Einstellung scheint auch daher zu rühren, dass ihr von Aufdeckung von Skandalen geprägter journalistischer Alltag im Vergleich zu den anderen Befragten eher Gelegenheit zu solchen Methoden gibt.

Für die ethischen Maßstäbe der bulgarischen Journalisten bleibt noch eines festzuhalten: alle Befragten haben Ehrlichkeit als wichtiges ethisches Prinzip genannt. Was unter diesem weit gefassten Begriff zu verstehen ist, erklärt ein älterer Journalist: „Man soll sich in den Spiegel mit reinem Gewissen schauen können, ehrlich mit sich selbst sein und so handeln, dass er und seine Familie sich für nichts schämen dürfen“ (P7/9). Die Mehrheit der Journalisten hat Ehrlichkeit nicht nur als stark geschätzten Wert im beruflichen Ethos, sondern allgemein in ihrem Leben bezeichnet.

Des Weiteren stellt sich die Frage nach den Referenzgruppen, die eine wichtige Rolle bei der täglichen Arbeit der bulgarischen Journalisten spielen.

Wie schon erwähnt, haben Weischenberg, Malik und Scholl (2006: 358) in ihrer aktuellen Studie eine hohe Orientierung der deutschen Journalisten an ihren Kollegen festgestellt. Auch in der täglichen Arbeit der bulgarischen Journalisten ist eine gewisse Selbstreferenz zu beobachten. Man lässt eigene Texte von Kollegen lesen, bespricht sich gegenseitig in der Redaktionskonferenz, und in der täglichen Diskussion mit Kollegen „erblickt die Morgenzeitung das Tagelicht“ (P6/4). Die meisten finden aber ihre Bezugspersonen außerhalb der Redaktion. Man orientiert sich viel mehr an Journalisten anderer Medien. Die morgendliche Lektüre in der Redaktion ist für viele Journalisten zuallererst die eigene Zeitung, „man soll wissen, was alles hier steht“ (P7/3). „Dann blättert man aber die ganze Presse durch“ (P1/4), erzählt eine Ressortleiterin von ihrer Morgenarbeit und zeigt auf den Zeitungsstapel auf ihrem Schreibtisch. Morgens die Konkurrenzzeitungen zu lesen, gilt für viele Journalisten als Selbstkontrolle. „Das ist die Vergleichsbasis. Man sieht, was haben die anderen, was haben wir thematisiert [...] Ich lese die Konkurrenzzeitungen mit Stift und Schere in der Hand“ (P7/3), gibt ein stellvertretender Chefredakteur zu. „Man findet bei der Konkurrenz immer was Interessantes, was dich weiter inspiriert“ (P1/4), fügt eine Kollegin hinzu.

Auffällig ist es, dass viele Befragten kaum mehr zwischen privater und beruflicher Mediennutzung trennen. Die beiden WAZ-Zeitungen werden zwar nur mit einem knappen Vorsprung häufiger als andere Titel genannt, von einem zentralen Leitmedium als Referenzrahmen kann man jedoch nicht sprechen. Dem Fernsehen messen die bulgarischen

Journalisten keinen hohen Stellenwert bei, es fundiert nur als Randmedium. Das Radio wird überwiegend als Informationsmedium genutzt. Das Internet dagegen ist bei fast allen Befragten fest in den Arbeitsalltag integriert, „da kann man ja alles finden“ (P10/4). In der Mediennutzung einiger Journalisten dominieren auch westliche Medien. Je nach den Sprachkenntnissen des Befragten werden „CNN“, die elektronischen Ausgaben von „New York Times“ oder der deutschen „FAZ“ als Referenzmedien genannt. „Ich übernehme oft bei meinen Themen Sichtweisen von den westlichen Kollegen. Wir müssen ja das Rad nicht neu erfinden, es ist sogar besser, den westlichen Arbeitsstil hier durchzusetzen“ (P5/3), meint der in Deutschland studierte Journalist.

Die Zeitungen auf dem bulgarischen Markt werden von den bulgarischen Journalisten nicht nur als Vergleichsbasis gesehen, sondern auch als deutliche Konkurrenz empfunden. Die starke Monopolisierung des Marktes durch die beiden WAZ-Zeitungen habe laut aller Befragten den Wettbewerb extrem verschärft. In Bezug auf die Rolle der WAZ auf dem bulgarischen Markt gehen die Meinungen jedoch auseinander. Es scheint sich mehrheitlich bei den bulgarischen Journalisten die Ansicht durchgesetzt zu haben, dass der Eintritt der WAZ in den Markt wirtschaftlich zwangsläufig gewesen sei. Man habe „quasi die bulgarische Presse gerettet“ (P2/6), die Zeitungen von dem parteiischen Einfluss befreit und leistungsfähige Einheiten geschaffen, die technisch besser ausgerüstet seien. Dennoch kritisieren fast alle Befragten, mit Ausnahme derjenigen, die bei den WAZ-Zeitungen arbeiten, dass das primäre Ziel dieses Unternehmens auf den Profit ausgerichtet sei. Schließlich gehe es nicht um die Einführung professioneller Standards im Journalismus, sondern um den Transfer von Know-how im Bezug auf die Drucktechnik oder des Layouts (P4/4, P5/5). „WAZ ist wie eine Hyäne, die den Markt erobert, für die Qualität der Zeitungen interessiert sie sich aber nicht“ (P5/5), kritisiert ein junger Journalist. Außerdem bedrohe sie die Meinungsvielfalt auf dem Markt und hemme die Entwicklung anderer Zeitungen (P13/6). Viele Journalisten geben an, bei der Arbeit die Marktentwicklung immer im Blick zu haben. Besonders die Journalisten in kleineren Redaktionen empfinden die harte Konkurrenz deutlich spürbar. „Die WAZ-Zeitungen haben immer Vorsprung, mit ihnen können wir uns nicht messen“ (P7/10), bedauert der stellvertretende Chefredakteur einer auflageschwachen Zeitung. „Die Kollegen dort bei den WAZ-Zeitungen gelangen einfach leichter an Informationen“ (P9/4), bemerkt eine junge Reporterin einer kleineren Redaktion. Die Konkurrenz mit WAZ belebe aber das Geschäft und steigere die

Leistungsmotivation der Journalisten, „stachelt den Ehrgeiz an, jeden Tag besser zu sein, [...] gewisse Themen voraus zu haben“ (P13/6). Der Wettstreit mit WAZ steigere auch die Qualität der eigenen Zeitung, indem man seine Stärke gegenüber den beiden WAZ-Zeitungen sucht: „Wir haben unser Publikum. WAZ treibt Sensationsjournalismus, das was das breite Publikum will, wir bieten dagegen Qualitätspresse“ (P11/4), betont eine Journalistin der Qualitätszeitung „*Dnevnik*“. Man versucht den Aktualitätsvorsprung der WAZ auch zu relativieren, indem man „auf tiefere Analysen“ (P12/5) setzt. Es erstaunt nicht, dass bei den Befragten, die für die auflagestärksten Zeitungen arbeiten, kaum Konkurrenzbewusstsein zu erkennen ist, wenn überhaupt verweisen sie auf die Konkurrenz untereinander, also zwischen „*24 Chassa*“ und „*Trud*“.

Neben der Selbstreferenz und dem ständigen Vergleich mit konkurrierenden Zeitungen ist bei den bulgarischen Journalisten eine sehr hohe Publikumsorientierung zu beobachten. „Wir haben einen Gott, das ist der Leser“ (P13/5), davon sind viele Journalisten überzeugt. Der Leser spielt eine entscheidende Rolle für die tägliche Arbeit, seine Meinung sei sogar wichtiger als die der Kollegen (P8/8). Ein Journalist berichtet wie wichtig es sei, Feedback von seinen Lesern zu erhalten, um zu wissen, „was die Gesellschaft so bewegt“ (P3/11). Man solle im Endeffekt darüber berichten, was das Publikum interessiere (P9/4). Die starke Publikumsorientierung spiegelt sich im Gebrauch einer vertrauten, verständlichen und alltagsnahen Sprache eines „imaginären Durchschnittsmenschen“ (P3/14) wider. Man versetze sich in die Lage des normalen Bürgers und schreibe so, dass „er kapieren kann“ (P3/14). „Der Titel soll verständlich sein und ins Auge springen“ (P4/6), betont ein junger Journalist. Einige verfolgen damit eine reine Marketingstrategie: „Der Leser soll im Endeffekt ja das Produkt kaufen, das wir anbieten“ (P7/11).

Warum die Journalisten auf eine verständliche Sprache großen Wert legen, wird deutlich, wenn man sich ihre Aussagen zum Publikumbild anschaut. Viele beschreiben es als divergent und diffus. Einen typischen Leser gebe es nicht. Das sind „einerseits die Politiker, die Meinungsführer, die Entscheidungsträger, aber auch die Landleute“ (P2/4), beschreibt eine Journalistin der „*24 Chassa*“ ihr Publikum. Die Eigenschaften, welche die Journalisten ihrem Publikum zuschreiben, reichen von mündig, kritisch und immer an einer zweiten Meinung interessiert, über „dynamisch und aktiv“ (P10/7) bis hin zu „nicht ganz klug“ (P2/3) und „hilflos“ (P8/7). Das Bild über das Publikum und seine Erwartungshaltung beziehen die meisten

Journalisten in erster Linie durch Leserbriefe und Telefonate, Kommentare in den Foren, aber auch durch persönliche Treffen oder etwa im persönlichen Umfeld, wo die Freunde und die Familienmitglieder als implizierter Leser fungieren. Der Publikumsforschung schenken sie nicht so große Bedeutung, da seien die Antworten sozial erwünscht, „nur Publikumsforschung reicht nicht“ (P3/14). „Gestern hat einer vor meinen Augen unsere Zeitung gekauft, für den ich nie gesagt hätte, dass er uns liest“, erzählt ein junger Journalist und fügt hinzu: „Der Forschung kann man ja nicht glauben“ (P5/9). Bei der Beurteilung der Erwartungshaltung des Publikums gehen die Meinungen der Befragten auseinander. Das Publikum erwarte in erster Linie ausgewogene und wahrhafte Informationen, suche aber auch eine zweite Meinung und möchte gute, kreative Analysen lesen. Die Leser suchen auch Orientierung oder sogar Hilfe bei der Zeitung „als letzte Instanz“ (P8/7). Sie seien aber oft über die negative Politikberichterstattung verdrossen (P13/5) und möchte „mehr Optimismus“ (P14/6) lesen. Den Aussagen vieler Journalisten ist zu entnehmen, dass sie ihrem Publikum auch eine gewisse Sensationsgier attestieren. Neben der seriösen Information möchten die Leser ein bisschen Sensationen und Klatsch lesen. „Der bulgarische Leser ist für nur seriöse Information noch unreif, das ist seine Mentalität, man kann sie von heute auf morgen nicht ändern“ (13/7), konstatiert die Chefredakteurin. Diese Einstellung unter den Befragten korrespondiert mit der Beobachtung der Transformationsforscher, dass die bulgarische Presse von „Hybridtabloiden“ dominiert ist, die eine Mischung von Populärem und Seriösem darstellen (vgl. im Theorieteil Abschnitt 1.2.4).

Mit der Sensationsgier des bulgarischen Publikums erklären viele Journalisten auch die niedrige Qualität der Presse und das schlechte Image des Berufs. Die Schuld wird dem Leser in die Schuhe geschoben. Es sei der Leser, der schlechte Zeitungen kaufe und schlechte Zeitung haben wolle. Schließlich müsse sich die Presse in einer wirtschaftlich schwierigen Zeit an ein „häufig politikmüdes Publikum“ (P9/2) wenden. Solange sich das Publikum damit zufrieden gebe, werde „der Sensationalismus den Markt kontrollieren“ (P5/6). Es scheint, dass der überwiegende Teil der Befragten sich von diesem negativen Image der Presse nicht stören lässt. „Braucht Bulgarien überhaupt Qualitätspresse?“ (P5/6), stellen sich viele Journalisten die Frage. Das sei die Sicht des Westens, deren Standards könne man aber nicht schlicht übernehmen, eine Transformationsgesellschaft erfordere andere Pressestrategien. „Die im Westen sollen endlich kapieren, dass die Presse das Ergebnis der Gesellschaftslage ist“ (P3/8), ärgert sich ein stellvertretender Chefredakteur. Eine Kollegin bestätigt: „Wie kann der Journalismus gut sein,

wenn die Gesellschaft in Krise ist?“ (P8/6). Der bulgarische Leser sei noch unreif, eine Zeitung wie die deutsche „FAZ“ mit keinem Foto auf der ersten Seite zu lesen (P13/7). Es gibt jedoch einige wenige Journalisten, die das Thema Qualität und das daraus resultierende schlechte Image der bulgarischen Journalisten kritisch zu reflektieren scheinen. „Unsere Presse ist krank und zwar chronisch“ (P12/3), bekennt ein Journalist und fügt kritisch hinzu: „Der Journalismus soll mehr als der bloße Verkauf sein, in Bulgarien hat man keine Ahnung, was ein echter Journalismus ist“ (P12/6). Austausch mit westlichen Kollegen, weitere Fortbildungsprogramme im Westen, nur das könne die bulgarische Presse retten (P2/9, P9/3). Das, was einigen Journalisten aber mehr Sorge bereitet, ist das insgesamt negative Image des Berufs in der bulgarischen Gesellschaft. Der Journalismus sei kein Prestigeberuf mehr (P9/2), man ist lange nicht mehr „Liebling der Gesellschaft“ (P13/8). Die weit verbreitete Meinung in der Gesellschaft „man sei mit der politischen Elite verwoben“ (P11/5) und lasse sich „als Werkzeug der Politik“ (P12/4) instrumentalisieren, schade dem Image erheblich.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Mehrheit der Befragten die von westlichen Forschern geübte Kritik über mangelnde Qualität im bulgarischen Journalismus nicht akzeptiert, weil sie als eine Außensicht keine Begründung in einer Transformationsgesellschaft finden kann. Das, was aber mehr stört, ist die unberechtigte Kritik der Leser, die Journalisten seien noch Werkzeug der Politik. Ob diese negative Einstellung gegenüber den Journalisten noch das Erbe der kommunistischen Zeit oder der ersten Jahre nach der Wende, also der Liberalisierungsphase (vgl. im Theorieteil Abschnitt 1.2.2) ist, lässt sich hier nicht beantworten. Vielmehr gibt sie eine Erklärung dafür, warum die Befragten so großen Wert auf ihre Unvoreingenommenheit und die Distanz zu Politikern legen. Offensichtlich versuchen sie, diesem negativen Image mit einer kritisch distanzierten, ausgewogenen Berichterstattung entgegenzutreten.

Es sollen im Folgenden auch die Machtwirkungen der journalistischen Tätigkeit beleuchtet werden. Welchen Einfluss auf die öffentliche Meinung und auf das politische Leben schreiben sich die Journalisten zu? Die Mehrheit der Befragten schreibt der Presse eine themensetzende Funktion zu. Agenda-Setting wird als wichtige Art von Pressewirkung eingestuft. Themen auf die politische Agenda zu setzen und Debatten anzustoßen, die „Gesellschaft für bestimmte Themen zu sensibilisieren“ (P3/9), durch Berichterstattung die Einstellungen umzukehren oder durch Fokussierung von Themen vorhandene Meinungsströmungen zu verstärken, darin bestehe nach übereinstimmender Ansicht in erster Linie das Einflusspotential der Presse. Wenn man den Blick

auf das politische Leben richtet, auf den Einfluss auf Politik und Verwaltung, auf Entscheidungen, die gefällt werden, dann gehen die Meinungen auseinander. Nach vielen Befragten kann man in Bulgarien von der Presse als „vierter Gewalt“ nicht sprechen. „Bis 1997 war die Presse mehr als vierte Gewalt, jetzt nicht mehr“ (P8/7), blickt eine ältere Journalistin nostalgisch zurück. Eine Kollegin ergänzt: „Die Zeit, die meine Berufswahl geprägt hat, ja damals war die Presse nicht vierte, sondern zweite Gewalt“ (P9/6). Die meisten argumentieren diese empfundene „Machtlosigkeit“ mit dem begrenzten Einfluss auf die politischen Akteure und ihre Entscheidungen. Die Politiker seien kaum daran interessiert, was die Medien über sie berichten. Man mache professionell seine Arbeit und decke Skandale auf, alles bleibe aber „ohne gravierende Konsequenzen“ (P2/2). Ein kleiner Teil der Befragten sieht die Presse zwar auch als keine „vierte Gewalt“, weil sie dazu nicht legitimiert sei, „etwa Präsident zu wählen oder Gesetze zu verabschieden“ (P3/10), schreibt sich aber dennoch große Einflussmöglichkeiten auf die Politiker zu, als eine Kontrollinstanz, die deren Arbeit kritisch beobachtet.

Insgesamt ist festzustellen, dass die überwiegende Mehrheit der bulgarischen Journalisten ihr Machtpotential bei der Konsolidierung einer neuen Gesellschaftsordnung eher im Einfluss auf die öffentliche Meinung sieht, als im politischen Bereich. Dass die Presse in Bulgarien keine nach westlichen Kriterien funktionierende Kontrollinstanz ist, sei laut der Befragten Schuld der bulgarischen Politiker und nicht der Journalisten. Sie kritisieren zwar die Machtelite, decken sogar Skandale auf, daraus resultieren aber keine Auswirkungen. Die Aussagen der Befragten eröffnen folglich eine neue Perspektive, die nicht ganz den im ersten Theorieteil beschriebenen Beobachtungen der Transformationsforscher entspricht, dass die bulgarischen Journalisten ihrer Rolle als „vierter Gewalt“ nicht gewachsen seien. Es geht vielmehr um eine Diskrepanz zwischen dem Anspruch, den sie selbst haben, und was sie tatsächlich erreichen können. Dass die bulgarischen Journalisten nicht alles umsetzen können, was sie anstreben, wird auch im folgenden Abschnitt klar, wo ihre Arbeitsziele und ihre Handlungsrelevanz kurz erläutert werden.

### 1.3 Arbeitsziel und Handlungsrelevanz

Wie die Journalisten ihr Arbeitsziel sehen, ist die Kernfrage, die Auskunft über ihr Selbstverständnis gibt. Innerhalb der Interviews konnten für die bulgarischen Journalisten einige Kernaufgaben ermittelt werden, die mehrmals in ihren Antworten auftauchen, von den einzelnen Befragten aber unterschiedlich gewichtet werden. An dieser Stelle wird auf eine ausführliche Darstellung ihrer journalistischen Hauptrolle verzichtet, eine solche findet im nächsten Kapitel bei der Beschreibung der Selbstverständnistypen statt. Hier soll vielmehr eine zusammenfassende, allgemeine Charakterisierung ihres Aufgabenverständnisses erfolgen.

In der Informationsvermittlung sehen die meisten Befragten in erster Linie ihre Kernaufgabe. „Präzis, vollständig und verständlich“ (P14/5) die Leser über das politische und gesellschaftliche Geschehen zu informieren, ihnen „die Wahrheit“ (P7/9) zu sagen, dieses Ziel haben sich viele Befragte gesetzt. Es wird auch eine inhaltliche Breite angestrebt, um den Lesern aufgrund möglichst umfassender und nachgeprüfter Informationen „ein eigenes Urteil“ (P14/6) zu ermöglichen. Für einige gilt als Selektionskriterium für die Nachrichtenauswahl nicht nur die schlechte Nachricht, nach dem Motto „the bad news is a good news“ (P13/5), sondern auch „das Positive in diesem Land“ (P12/7). Einige geben der Konzeption des meinungsgebenden Journalismus den Vorzug vor der reinen Informationsvermittlung, die allein nicht mehr als ausreichend für die Printmedien empfunden wird. Presseleute sollen hinter die Dinge schauen, „die Nachricht nacharbeiten“ (P6/7), einordnende und erklärende Leistung erbringen. Wiederum einige möchten das Material nicht nur kommentieren, sondern es mit tiefen Analysen anreichern, die Relevanz von Themen aufzeigen und den Lesern eine Orientierung geben, im politischen und gesellschaftlichen Leben „ihnen den Weg zeigen“ (P12/7), sie jedoch nicht erziehen. Das ist nach Ansicht einiger Befragter besonders wichtig in einer Transformationsgesellschaft. Aber auch kritisierende und kontrollierende Leistungen sollen die Presseleute erbringen. Aufklären, Sachverhalte hinterfragen, Missstände aufdecken, Politiker enthüllen, so lauten die Hauptziele einiger Journalisten.

So unterschiedlich die Aufgaben der bulgarischen Journalisten auch sein mögen, eins haben sie im Kern gemeinsam - die gut recherchierte, umfassende Information. Es soll deswegen nicht verwundern, dass eine Mehrheit der Befragten, wie aus den Gesprächen hervorging, die Aufgabe, die sie sich zum Ziel gesetzt hat, in der Realität nicht ganz umsetzen kann. Grund dafür ist der als



schwer empfundene Informationszugang. Die Journalisten in Bulgarien haben, wie schon im ersten Theorieteil erläutert, das verfassungsmäßig und gesetzlich geschützte Recht, Informationen zu sammeln und anzufordern. Trotz des existierenden Gesetzes herrscht laut der Mehrheit der Befragten in der Realität aber eine andere Situation im Lande. Ihnen wird Information über die Tätigkeit von staatlichen Organen und Organisationen, von Amtspersonen, der Besuch bestimmter Institutionen oder die Aushändigung von Dokumenten verweigert. Der Gerichtsweg gegen eine behördliche Auskunftsverweigerung wird von den meisten zwar schon beschritten, aber als sehr mühsam und sinnlos empfunden. „Das ist reine Zeitverschwendung, [...] das Gerichtsurteil erstreckt sich auf mehr als zwei Jahre, dann ist die Information sowieso nicht mehr relevant“ (P2/3), erläutert eine Journalistin der Zeitung „24 Chassa“. „Die Informationsverweigerung und die mühsame Recherche, das ist das Schrecklichste, was die Arbeit hemmt“ (P9/3), darüber ist sich die Mehrheit der Befragten einig.

Nicht nur in ihrem Informationszugang, sondern auch in ihrer Pressefreiheit fühlen sich einige Journalisten eingeschränkt. Zwar ist nach den Befragten die Anzahl der Gerichtsverfahren gegen Journalisten in den letzten Jahren gesunken, Bedrohungen seien aber keine Ausnahme. Auch hohe Bußgelder tragen zu einem Klima der Einschüchterung bei. „Gegen meine Kollegin wurde eine Anklage von über 2 Millionen Leva angelegt. Das Gerichtsurteil hat sich auf mehr als ein Jahr erstreckt. Ich sage Ihnen, das hat ihre Nerven kaputt gemacht. Diese Gerichtspraxis ist eine psychische Belastung für die Journalisten in Bulgarien“ (P12/5), konstatiert ein Journalist der Zeitung „Duma“. Auch Bedrohungen aus der kriminellen „Unterwelt“ führen zu voreilem Gehorsam und Selbstzensur. „Manchmal überlegen wir mit Kollegen, ob wir dieses oder jenes Material veröffentlichen können. Kann sein, dass man morgen auf der Straße deswegen überfallen wird“ (P11/5), befürchtet eine junge Journalistin.

Diese Aussagen der Befragten bekräftigen einerseits das von den Transformationsforschern beobachtete Problem des schweren Zugangs zu Informationen und der Eingriffe in die Meinungsfreiheit in Bulgarien (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.3.2). Sie zeigen andererseits, dass die von Weischenberg und seinen Kollegen eingeführte Handlungsrelevanz als Verbindung zwischen dem Arbeitsziel und seiner Umsetzung (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.1) für die bulgarischen Journalisten offensichtlich eine große Rolle spielt. Sie in das Modell zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten aufzunehmen, hat sich demnach als sinnvoll erwiesen.

Schließlich soll im Zusammenhang mit dem Aufgabenverständnis noch gesagt werden, wie die Befragten zu der Arbeit ihrer Kollegen unterschiedlicher Generationen stehen. Da in allen bei der Untersuchung berücksichtigten Redaktionen Journalisten aus den drei Generationen arbeiten, konnten alle Befragten dazu Stellung nehmen und sich darüber äußern. Journalisten mit Mitte 30 bis Mitte 40 Jahren, die die Umbrüche und die rasanten Veränderungen im Medienbereich in den ersten zwei Transformationsphasen (in der Liberalisierung und der Demokratisierung) aktiv miterlebt haben, fühlen sich ihren jüngeren Kollegen deutlich überlegen. Sie bezeichnen sich als „die erfolgreichste Generation Journalisten“ (P13/4), die die postkommunistische Gesellschaft mitgeprägt habe. Der jüngeren Generation fehlen dagegen Hintergrundwissen sowie die Zusammenhänge für gute Analysen. Sie seien „oberflächlich“ (P3/4), ihre Berichterstattung basiere auf „Gerüchten und Halbwahrheiten“ (P2/5). Grund für die Falschmeldungen sei die mangelnde Ausbildung der jungen Journalisten, die zu vorschnellen und falschen Urteilen und Entscheidungen führe. Ihnen wird weiter vorgeworfen, dass sie sich „für ein geringes Gehalt“ (P3/5) verkaufen. Über ihre älteren Kollegen äußert sich diese „selbstbewusste Generation“ Journalisten zwar auch negativ, aber mit gewissem Respekt. Sie haben noch nicht ganz ihr altes Rollenverständnis abgelegt, seien ihrer Vergangenheit noch verhaftet und als Vertreter der „alten Schule“ (P13/5) tendieren dazu „lange und langweilige Artikel“ (P3/5) zu schreiben. Aber auch bei ihnen setze sich die Erkenntnis durch, dass in der neuen demokratischen Gesellschaftsordnung Professionalität und Unparteilichkeit „vor persönlichen Sympathien und Wünschen“ (P10/5) stehen müssen. Auch die jüngste Generation beurteilt eher negativ die Arbeitsweise der ältesten Journalisten, hebt aber andere Aspekte hervor. Sie seien „müde und passiv“ (P11/3), „von dem Kommunismus vorbelastet“ (P14/3), können sich nicht fernhalten und fühlen sich dazu verpflichtet, „die Nachricht immer zu kommentieren“ (P11/3). Im Gegensatz zu ihnen bezeichnet sich die Mehrheit der jüngsten Befragten als flexibel, faktentreu, mit einem unbefangenen Verhältnis zur Politik und damit als „die Zukunft des bulgarischen Journalismus“ (P9/4). Diese Ansicht teilen auch die ältesten Journalisten mit Erfahrung vor der Wende und sehen den hohen Anteil an jungen Journalisten als „erfrischend und belebend“ (P7/5) für den bulgarischen Journalismus.

Dass alle Befragten eine schnelle und aussagekräftige Antwort auf diese Frage geben konnten, deutet darauf hin, dass bei ihnen das Bewusstsein über die drei im bulgarischen Journalismus arbeitenden Generationen vorhanden ist. Ziel dieser Frage war - noch einmal zur Erinnerung - die

Befragten aufzufordern, Auskunft über die von ihnen selbst beobachteten Unterschiede in dem Aufgabenverständnis der drei Generationen zu geben. Ihre Aussagen deuten darauf hin, dass alle drei Generationen mehr oder weniger Unterschiede in dem Aufgabeverständnis ihrer Kollegen wahrnehmen. Ob sich die Generationszugehörigkeit tatsächlich als ein entscheidender Einflussfaktor erwiesen hat, wird erst im Folgenden mit der Bildung unterschiedlicher Selbstverständnistypen und der Darstellung der damit zusammenhängenden Faktoren erläutert.

## 2. Typologie des Selbstverständnisses von bulgarischen Pressejournalisten

Im folgenden Kapitel werden die befragten Journalisten anhand gemeinsamer Merkmale in eine Typologie des Selbstverständnisses gruppiert. Eine Typologie ermöglicht noch einmal das Untersuchungsmaterial zu strukturieren und Unterschiede zu verdeutlichen. An dieser Stelle sei erneut darauf verwiesen, dass sich die Aussagekraft der Typologie auf 14 befragte Journalisten bezieht, weshalb die Ergebnisse nicht auf die Grundgesamtheit der bulgarischen Journalisten übertragen werden können. Vielmehr ist der Typenbildungsprozess durch das Auffinden allgemeiner Merkmale innerhalb der Untersuchungsgruppe gekennzeichnet (Lamnek 1995: 106). Es soll an dieser Stelle angemerkt werden, dass eine Typenbildung nicht problemlos ist. Jeder der Befragten ist „auf seine Art etwas Besonderes“ (Meyen 2003: 151), deswegen wird bei der folgenden Typenbildung eine starke Vereinfachung vorgenommen. Die präsentierten Selbstverständnistypen der bulgarischen Pressejournalisten sind daher keine Abbilder der Wirklichkeit, sondern nur Modellkonstruktionen. Außerdem wird der Typenbildung eine gewisse Willkür unterstellt, da die Einordnung zu den verschiedenen Typen auf subjektiven Überlegungen des Forschers basiert (ebd.: 151). Man kann aber der eben angesprochenen Willkür entgegenreten und die intersubjektive Nachvollziehbarkeit dieser Studie ermöglichen, indem im Folgenden die Vorgehensweise der Typenkonstruktion transparent gemacht wird.

Der erste Schritt für die Bildung der Typologie war ein Kriterium mit verschiedenen Ausprägungen zu definieren, nach dem die befragten Journalisten in Gruppen eingeteilt werden. Gemäß der Fragestellung der Arbeit sollte dies das *Arbeitsziel* sein, da es ein zentraler Aspekt des Selbstverständnisses des bulgarischen Journalisten darstellt. Für dieses Merkmal konnten auf der Basis der Journalistenaussagen vier Ausprägungen herausgearbeitet werden: 1) **Informieren:** „neutrales Vermitteln von Informationen“, 2) **Kommentieren:** „Informationsvermitteln mit hintergründigem Erklären“, 3) **Analysieren:** „Entwicklungen beurteilen, große Zusammenhänge

herstellen und Orientierung anbieten“, 4) **Enthüllen**: „Kontrollieren und Missstände aufdecken“. Auf ein zweites ergänzendes Kriterium wurde verzichtet, weil sich die Identifizierung des Arbeitsziels als recht eindeutig für die Typenkonstruktion erwies.

Nachdem diese Einteilung vorgenommen war, folgte als zweiter Schritt die Zuordnung der Journalisten zu den einzelnen Ausprägungen des jeweiligen Kriteriums. Das hat sich als sehr schwer erwiesen, da die Journalisten häufig mehrere Arbeitsziele nannten und nicht eindeutig einem einzigen Typus zugeordnet werden konnten. Es wurde deswegen nach dem Gesichtspunkt unterschieden, welche Ziele die Befragten in ihren Aussagen mehr als andere gewichten. Da die Beurteilung der „persönlichen Gewichtung“ auch auf der subjektiven Einschätzung des Forschers basiert, wird diese Vorgehensweise exemplarisch an folgenden zwei Beispielen verdeutlicht:

Bsp.1: „Mein Ziel ist, die Leute zu informieren. Meinung geben ist auch nicht verkehrt, aber lieber fakzentreu und neutral berichten, sich distanzieren und die Schlussfolgerung den Lesern überlassen“ (P9/6).

Informieren	Kommentieren	Analysieren	Enthüllen
1	0		

Von dem Zitat ist abzuleiten, dass der Befragte zwar das Kommentieren einer Nachricht nicht ablehnt, in erster Linie aber informieren möchte. Deswegen bekommt er eine „1“ in Spalte „Informieren“ und eine „0“ unter „Kommentieren“. Die „0“ steht dabei für eine Merkmalsausprägung, die zwar vorhanden, aber wenig „aktiviert“ ist, die „1“ dagegen für ein eindeutig ausgeprägtes Arbeitsziel. Die beiden anderen Spalten „Analysieren“ und „Enthüllen“ werden leer gelassen, weil das Zitat keine Hinweise für diese Merkmalsausprägungen gibt.

Bsp.2: „Klar sollen wir in erster Linie informieren, aber auch Meinung geben und kommentieren. Die reine Informationsvermittlung ist was für die elektronischen Medien. Der Leser erwartet von uns, die Nachricht mit erklärender Hintergrundinformation nachzuarbeiten, also Stellung dazu zu nehmen“ (P6/7).

Informieren	Kommentieren	Analysieren	Enthüllen
0	1		

Im Gegensatz zum Befragten 9 sieht der Befragte 6 seine Aufgabe **nicht nur** in der Informationsvermittlung, **sondern auch** in der Informationsdeutung, gewichtet also das

„Kommentieren“ mehr als „Informieren“. Deswegen bekommt er eine „1“ in Spalte „Kommentieren“ und eine „0“ unter „Informieren“.

Geht man mit dieser „Gewichtungsmethode“ bei allen Befragten so vor und fasst sie anhand gleich gewichteter Arbeitsschwerpunkte zusammen, so ergibt sich folgende Tabelle:

Interviewpartner	Informieren	Kommentieren	Analysieren	Enthüllen
P1	1	0		
P9	1	0		
P11	1			
P14	1			
P4	0	1		
P6	0	1		
P7	0	1		
P3	0	0	1	
P5	0		1	
P10	0	0	1	
P12		0	1	
P13		0	1	0
P2	0			1
P8	0			1

*Tabelle 2: Einteilung der Befragten nach Kriterium Arbeitsziel*

Wie aus der Tabelle ersichtlich wird, haben fast alle Befragten „Informieren“ als grundlegendes Arbeitsziel genannt. Da sich aber einige Befragte, wie das erste Beispiel verdeutlicht, ausschließlich der Informationsvermittlung verpflichtet fühlen, wird es als eigenständiges Arbeitsziel aufgeführt. Es ist anzumerken, dass es nicht immer eindeutig klar war, welches Arbeitsziel die Befragten mehr gewichten, so dass im Zweifel das Gesamterscheinungsbild des Befragten ausschlaggebend war.

Nächster Schritt war, die Befragten mit übereinstimmenden Merkmalausprägungen zusammenzufassen und mit einem Oberbegriff zu versehen. Bei der Suche nach Bezeichnungen für die verschiedenen Typen wurde berücksichtigt, dass sie einen Hinweis auf das Selbstverständnis beinhalten. Es konnten vier Selbstverständnistypen ermittelt werden: der *Vermittler*, der *Meinungsgeber*, der *Wegweiser*, der *Detektiv*.

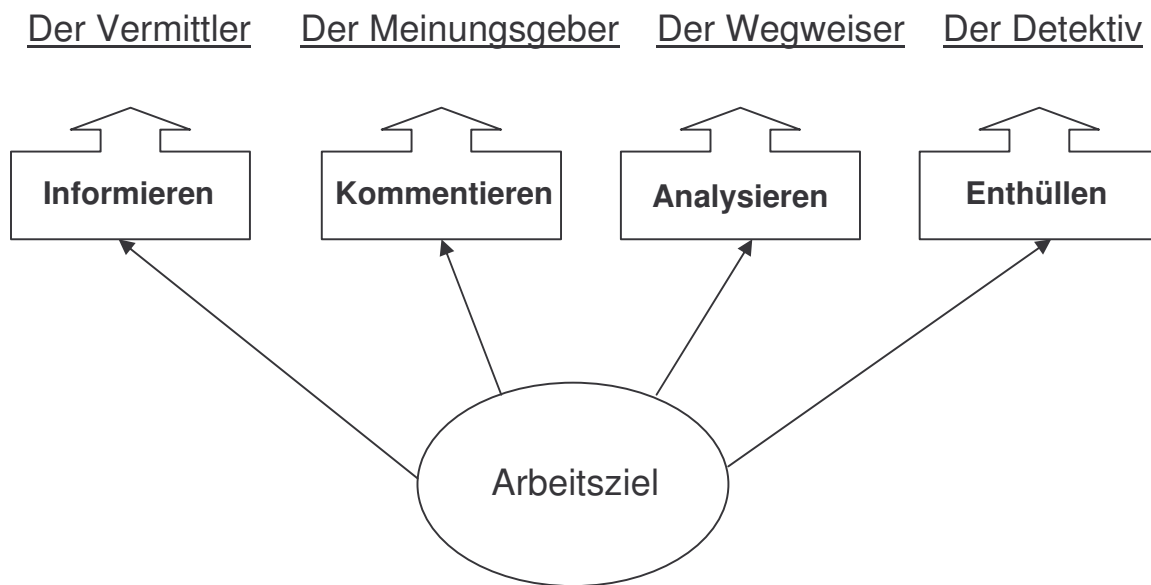


Abbildung 2: Typologie des Selbstverständnisses von bulgarischen Pressejournalisten

Welche Merkmale die einzelnen Typen definieren und woraus diese resultieren, steht bei der nachfolgenden Darstellung im Vordergrund. Die Beschreibung jedes Typus soll anhand eines konkreten Beispiels veranschaulicht werden.

### 2.1 Der Vermittler (P1, P9, P11, P14)

Präzise, faktentreu und neutral über das Politikgeschehen informieren, so verstehen die Vertreter dieses Typus ihre Aufgabe. Die „wahre Nachricht“ (P9/7) gilt als Basis ihrer journalistischen Berichterstattung. Der Vermittler distanziert sich von interpretierenden Leistungen, weil er „seine Meinung nicht aufdrängen möchte“ (P11/4), sondern seinem Publikum eine eigene Meinungsbildung aufgrund „gut recherchierter Information“ (P14/3) ermöglichen möchte. Man versteht sich dementsprechend als Berichtersteller für ein kritisches und mündiges Publikum, das „informationsgierig ist“ (P9/6). Mit diesem Verständnis ähnelt dieser Typus etwa dem Informationsjournalisten aus der deutschen Kommunikationsforschung (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.2).

Die wahrheitsgetreue, objektive Abbildung der Realität gilt als Basis der Arbeit des Vermittlers, deswegen gilt Objektivität als sein oberstes ethisches Prinzip. „Ganz objektiv kann man nicht sein“ (P1/4), darüber sind sich alle einig, dennoch versucht man sich mit allen Mitteln diesem

angestrebten Ideal anzunähern. Um Wertung zu vermeiden und möglichst objektiv zu sein, hat eine der Befragten eine professionelle Selbstkorrektur entwickelt, indem sie ihre Texte ihren Kollegen zur Korrektur gibt und „eine zweite Meinung“ sucht (P14/4). Eine andere Journalistin spricht sich dafür aus, nicht mit vorgefertigter Meinung an Themen heranzugehen. Nur so könne man in der Lage sein, das, was man sieht und schreibt, gedanklich von dem zu trennen, was man davon hält, und „die Objektivitätsnorm“ zu wahren (P11/3).

Um Objektivität und Unvoreingenommenheit zu suggerieren, bedient sich der Vermittler Darstellungsformen wie Nachricht, Bericht oder Interviews in nüchterner Sprache. Objektivität heißt dabei, ausgewogen, mit gegensätzlicher Information und stützenden Fakten zu berichten und „alle Seiten“ (P11/4) zu einem kontroversen Thema zu beleuchten. Die ausführliche Recherche bildet deswegen den Schwerpunkt der täglichen Arbeit. So versuchen die Vermittler, ihre Information anhand von „mehreren Quellen abzusichern“ (P9/2) und Gegenüberstellungen verschiedener Akteurs-Meinungen in die eigene Berichterstattung einzubeziehen. Man soll sich nicht darauf beschränken, nur jene Fakten auszuwählen, die in das eigene politische und allgemeine Meinungsbild passen, sondern jene, die wichtig zum Begreifen des politischen Vorgangs in Bulgarien sind.

Um ihre Unvoreingenommenheit zu wahren, versuchen die Vermittler, Distanz zu halten und fühlen sich keiner bestimmten Partei nahe, „nur so kann man ja maximal objektiv sein“ (P9/3).

Bekanntschaften mit Politikern sind für die Informationsbeschaffung zwar sehr wichtig, Freundschaften aber nicht zulässig. „Man soll sich distanzieren können“ (P9/5) und sich nicht für politische Zwecke instrumentalisieren lassen.

Da die gut recherchierte Information den Schwerpunkt seiner Tätigkeit bildet, legt der Vermittler großen Wert auf den freien Informationszugang. Da ihm aber Information von öffentlichen Stellen und Institutionen oft verweigert wird, äußert er sich skeptisch, was die Umsetzung seines Arbeitsziels anbelangt. In seinen Augen kann er die Aufgabe, die Leser möglichst umfassend zu informieren, in der Realität nicht ganz umsetzen. Trotzdem würde er nie Gesetze überschreiten, um an Informationen heranzukommen. Geld würde der Vermittler schon zahlen, „nur wenn die Information wichtig und relevant für die Öffentlichkeit ist“ (P1/7).

Da die Vermittler aktuell und schnell informieren möchten und immer auf der Suche nach exklusiven Informationen sind, fühlen sie sich einem starken Konkurrenzdruck ausgesetzt. Man versucht mit Exklusivinformation, der Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein. Einigen gelingt



das jedoch nicht immer, weil die personellen und finanziellen Ressourcen in ihrer Redaktion keine Möglichkeit dazu geben (P9/6).

Zwar sehen sich die Vermittler in ihrer täglichen Praxis als keine mächtigen Medienvertreter, sie attestieren sich jedoch ein gewisses Machtpotential, das sich aber eher auf die Leser und nicht auf die Politiker auswirke. Man versuche die Leute einfach über die positiven und negativen Entwicklungen in Bulgarien zu informieren, denn „nur der ausreichend informierte Mensch kann seine eigene Meinung bilden und dadurch richtige Entscheidungen treffen“ (P1/9).

Unter den Befragten konnten vier Journalisten diesem Selbstverständnistypus zugeordnet werden. Gemein ist ihnen, dass sie alle Frauen sind und bis auf eine Ausnahme (P1), die auch vor der Wende tätig war, sich in dem jüngsten Jahrgang finden. Ihnen ist „der dynamische Transformationsprozess“ (P9/1) immer interessant gewesen und sie haben den Beruf nur deswegen ergriffen, „weil man dadurch immer ausreichend informiert und am politischen Geschehen ganz nahe sein kann“ (P11/8). Mit ihrer Arbeitsstelle sind sie ganz zufrieden, weil in ihren Augen die Redaktionslinie der Zeitung, für die sie arbeiten, ihre Ansprüche an Ausgewogenheit erfüllt. Die Vereinbarkeit des Berufs mit der Familie finden sie jedoch nicht ganz zufrieden stellend. Ihnen ist wichtig, immer wieder Abstand zu gewinnen, um Zeit mit ihrer Familie zu verbringen. Allerdings können sie diesem Anspruch aufgrund der zeitlichen Anforderungen oder der hohen Position (P1) nicht immer gerecht werden.

**Beispiel 1: (P11), Politikreporterin bei der Tageszeitung „Dnevnik“, 27 Jahre, ledig**

„Ich wollte immer Journalistin werden“ (P11/1) erzählt die junge Redakteurin. Die familiäre Prägung ist offensichtlich: ihre Tante war jahrelang journalistisch tätig. Die Befragte hat bulgarische Philologie studiert und noch während des Studiums bei der bulgarischen Nachrichtenagentur „BTA“ ihre ersten journalistischen Erfahrungen gesammelt. Wie sie angibt, hat sie die Arbeit in „BTA“ am meisten als Journalistin geprägt, „da lernt man schnell und präzise sein“ (P11/1). Heute arbeitet sie in einer bulgarischen Tageszeitung, wo sie einen Zuständigkeitsbereich hat. Sie ist für die beiden Parteien NDSW (Nationale Bewegung Simeon II) und DPS (Bewegung für Rechte und Freiheiten) verantwortlich. Ihr Arbeitstag ist hektisch und lang und orientiert sich an Parlamentsdebatten, Sitzungen und Pressekonferenzen. Trotz der hohen Arbeitsbelastung versucht sie auch genug Zeit für das Private zu haben.

Als Ziel hat sie sich gesetzt, „die Leute über das politische Geschehen in Bulgarien umfassend zu informieren, ohne ihnen die eigene Meinung aufzudrängen“ (P11/6). In der Informationsvermittlung sieht sie auch ihre persönliche Macht. „Ich kann was bewirken, indem ich ausreichend informiere. Die Leser brauchen viel Information, damit sie ihre Meinung allein bilden können“ (P11/6), so die Redakteurin. Dabei ist es für sie wichtig, möglichst wahrheitsgetreu und unabhängig zu berichten. „Faktentreue und Ausgewogenheit“ (P11/5) sind ihre obersten ethischen Prinzipien. Diese Ansprüche erfüllt in ihren Augen die Redaktionslinie ihrer Zeitung, die im Vergleich zu vielen anderen auf dem bulgarischen Markt das Image eines „ausgewogenen und seriösen Blattes“ habe (P11/5).

Ausgewogen zu berichten heißt für sie auch unvoreingenommen zu sein, deswegen lehnt sie eine Parteimitgliedschaft ab. Kontakte zu Politikern sind ihrer Ansicht nach in Bulgarien ganz wichtig, sie sollen auch gepflegt werden, „sonst kriegt man ja keine Information mehr“ (P11/5). Man solle jedoch Distanz halten und sich nicht für politische Ziele instrumentalisieren lassen (P11/5).

Ihre Ziele kann sie relativ gut umsetzen, nur der schwere Informationszugang hindert sie manchmal daran, an Informationen heranzukommen. Dennoch würde sie einen Gerichtsweg gegen eine behördliche Auskunftsverweigerung nicht beschreiten, weil es zu mühsam und zeitverschwenderisch sei. Mit ihrem Beruf ist sie insgesamt sehr zufrieden, weil sie immer auf dem aktuellsten Stand und nahe am politischen Geschehen sein kann, „das ist ja der ganze Anreiz dieses Berufs“ (P11/6).

## **2.2 Der Meinungsgeber (P4, P6, P7)**

Der Typus des Meinungsgebers ähnelt in seinen Grundzügen dem Vermittler, auch er versteht den reinen Informationsjournalismus als grundlegend, nicht jedoch als ausreichend. Er hat sich zum Ziel gesetzt, „nicht nur schlichtweg Nachrichten zu überbringen“ (P6/6), sondern zur Meinungsbildung zu verhelfen, also unter Einbeziehung seiner eigenen Meinung auch zu bewerten anstatt nur bekanntzumachen. Der wesentliche Unterschied zwischen dem Vermittler und dem Meinungsgeber liegt darin, dass der Berichterstattungsgegenstand des ersten das reine Faktum ist, während er für den zweiten „das bewertete Faktum“ (P7/17) und damit eine Meinung ist. Den zahlreichen Fakten Sinn zu geben, nur so kann nach Überzeugung des Meinungsgebers ein wirkliches Verständnis für die politischen Prozesse in Bulgarien erzielt werden.

In der meinungsgebenden Funktion sieht er die eigentliche Dienstleistung der Zeitung. Die Informationsvermittlung allein empfindet er nicht als ausreichend für die aktuellen Printmedien. Die nackte Nachricht könne durch das Fernsehen abgedeckt sein, der Hintergrundbericht sei aber für den Leser wichtiger (P6/7). Deshalb setzt der Meinungsgeber darauf, das Material mit Hintergrundinformationen und Kommentaren anzureichern und die Relevanz von Themen aufzuzeigen, „nur so kann sich ja die Zeitung als Medium behaupten“ (P6/7).

Der Meinungsgeber schreibt besonders gern in meinungsorientierten Genres wie Kommentaren, Features oder Reportagen. Mit guten Texten möchte er die öffentliche Diskussion anregen, weil seiner Ansicht nach die Demokratie nur dann funktionieren kann, wenn debattiert wird, wenn eine ständige Auseinandersetzung im Gange ist (P6/6). Eine Position zu beziehen, bedeutet aber nicht automatisch eine Meinung aufdrängen. Es geht den Vertretern dieses Typus nicht darum, Partei zu ergreifen und den eigenen Standpunkt zu vertreten, sondern „vielmehr das Thema aus vielen Perspektiven“ (P4/6) zu beleuchten und Diskussionen anzuregen. Der Meinungsgeber möchte seinem Publikum nicht von vornherein spezifische Schlussfolgerungen nahe legen, er vergleicht vielmehr verschiedene Argumente für und wider den Sachverhalt, ohne sich auf eine Position festzulegen (P4/6). Ziel ist es den Bürgern zu ermöglichen, sich anhand eines Maximums an Kommentaren zu einem Thema eine eigene Meinung und ein eigenes Urteil zu bilden (P7/11). Somit geht der Meinungsgeber genau wie der Vermittler von einem mündigen Publikum aus und betrachtet es als gleichwertigen Diskussionspartner, der eine Meinung sucht. Um die rationale Entscheidungsfindung der Leser nicht zu beeinträchtigen, gilt für den Meinungsgeber die Trennung von Nachricht und Meinung als journalistische Leitlinie. Der Leser muss die Faktenlage erkennen können und „der Unterschied zwischen Information und Wertung soll für ihn deutlich bleiben“ (P6/7).

Auf Unparteilichkeit legt der Meinungsgeber genauso viel Wert wie der Vermittler. Er kann zwar eine politische Meinung haben, „[...] sie soll aber mit der Gegenposition gleichmäßig in der Berichterstattung vertreten werden“ (P6/6). Er hat zwar viele Verbindungen zur Politik und Freundschaften zu Politikern, lässt aber keine politische Bindung entstehen, die seine „Unvoreingenommenheit und den Tenor der Berichterstattung“ (P6/5) beeinträchtigen kann. Geld zu zahlen oder Gesetze zu überschreiten, lehnt der Meinungsgeber grundsätzlich ab. Vielleicht liegt diese Einstellung daran, dass sein nicht hauptsächlich von der Suche nach exklusiver Information geprägter Alltag keine Gelegenheit zu solchen Methoden gibt. Die Vertreter dieses

Typus glauben an ein Machtpotential der Presse dann, wenn man ständig hinterfragt, Themen zur Diskussion stellt und „die Entscheidung der Politiker unter öffentlichen Druck setzt“ (P4/6).

Unter den Meinungsgebern wird die Konkurrenz zwischen den Printmedien genauso wie bei den Vermittlern als sehr stark empfunden mit dem Unterschied nur, dass es nicht um die Jagd nach exklusiver Nachricht geht, sondern um ihre Bewertung, „wer hat sie interessanter dargestellt“ (P7/4), „[...] wer hat sie mit mehr Hintergründen beleuchtet“ (P6/5). Er orientiert sich stark an seinen Kollegen und diskutiert mit ihnen auf den täglichen Sitzungen und Konferenzen über das politische Geschehen im Lande.

Unter den Befragten in dieser Untersuchung konnten drei Journalisten diesem Selbstverständnis-Typus zugeordnet werden. Gemein ist ihnen, dass im Gegensatz zum Typus des Vermittlers alle ausschließlich Männer sind, zwei von ihnen gehören dem jüngsten Jahrgang an, der dritte war auch vor der Wende als Journalist tätig. Bei allen drei hat sich Journalismus als mögliche Berufsperspektive schon recht früh gezeigt. Sie haben sich in ihrer Kindheit mit Literatur befasst und waren bei der Schulzeitung tätig. Bei einem Meinungsgeber sind die beiden Eltern Journalisten, die nach seiner Ansicht durchaus einen großen Einfluss auf seine Berufswahl hatten. Alle drei haben Journalistik studiert und fanden ihren Einstieg während des Studiums durch redaktionelle Tätigkeiten. Sie machen in ihren Aussagen deutlich, dass in dem Medium, für das sie heute arbeiten, die Hintergrundberichterstattung und die kommentierten Nachrichten einen Hauptplatz einnehmen. Es kann folglich die Vermutung geäußert werden, dass die Spezifika der Zeitung wohl der wichtigste Einflussfaktor ist, der ihr heutiges Selbstverständnis entscheidend beeinflusst.

**Beispiel 2: (P6), Ressortleiter bei der Tageszeitung „Trud“, 28 Jahre, verheiratet**

„Ich bin so einer, dem schnell langweilig wird. Journalismus gibt mir Spannung und Abwechslung, das kann mir kein anderer Beruf geben (P6/6)“, so definiert der junge Ressortleiter seine Motive zur Berufswahl. Bei ihm hat sich Journalismus als mögliche Berufsperspektive schon recht früh gebildet. Seine ersten journalistischen Erfahrungen hat er noch während seines Journalistikstudiums beim Hörfunk gesammelt. Nach einem Praktikum landete er als Reporter im Politikressort seiner Zeitung. Nach einer mehrmonatlichen Weiterbildung bei der „Deutschen Welle“ in Bonn wurde er Ressortleiter. Sein jetziger

Arbeitstag ist geprägt von organisatorischen, koordinierenden und verwaltenden Tätigkeiten. Er wünscht sich in Zukunft wieder eigene „spannende Texte“ (P6/3) zu verfassen, da er derzeit selbst nur noch selten zum Schreiben kommt. Die Informationsvermittlung allein empfindet er nicht als ausreichend, „das ist ja was für die elektronischen Medien“ (P6/7). Die Aufgabe der Printmedien sei das Material mit Hintergründen und Kommentaren anzureichern und die Relevanz von Themen aufzuzeigen, „das erwartet ja der Leser“ (P6/7). Über Kommentierung beteiligt sich seiner Ansicht nach die Presse an der politischen Debatte. Man soll aber immer „die Fakten von der Meinung“ (P6/5) trennen, darauf achtet er besonders bei den Texten seiner Mitarbeiter, die er in seiner Funktion als Ressortleiter redigiert. Er möchte seinem Publikum nicht von vornherein spezifische Schlussfolgerungen nahe legen, sondern das Thema aus vielen Perspektiven beleuchten.

Er hat zwar eine politische Meinung, achtet aber darauf, immer ausgewogen zu berichten und „die Gegenposition“ (P6/7) in seine Berichterstattung einzubeziehen. Der junge Ressortleiter hat zwar viele Verbindungen zur Politik, er lässt aber keine politische Bindung entstehen. Er schätzt die Meinung seiner Kollegen, debattiert oft mit ihnen und so werde in diesem „ständigen Meinungs austausch“ (P6/3) die Zeitung gemacht.

Den Konkurrenzdruck spürt er deutlich. „Die Konkurrenz ist sehr stark. Ich lese immer alle Zeitungen und vergleiche, wie haben wir und wie haben sie das Thema kommentiert, wer hat es besser beleuchtet, mit mehr Hintergründen angereichert“ (P6/5).

Trotz seines hektischen Arbeitstags, den er mit der Serienfolge „Emergency room“ vergleicht, versucht er möglichst viel Zeit mit seiner Familie zu verbringen, seiner „kleinen Oase“ (P6/6).

### **2.3 Der Wegweiser (P3, P5, P10, P12, P13)**

Anders als der Vermittler und der Meinungsgeber will der Wegweiser mehr als nur bloß informieren und kommentieren, sondern Fakten in größere Zusammenhänge, Hintergründe und Analysen integrieren, Entwicklungen aufzeigen, komplexe Themen durch Beurteilung einordnen und erklären. Durch seine Analysen möchte er seinem Publikum eine Form von Orientierung, Hilfestellung oder auch Beratung anbieten, weil er den Transformationsprozess in Bulgarien für kompliziert, schwer und undurchschaubar hält und dem Leser „einen Weg in diesem Chaos“ (P12/7) zeigen möchte. Somit liegt beim Wegweiser der Fokus nicht nur auf der meinungsorientierten Funktion der Presse, sondern auf der Orientierungsfunktion, das

unterscheidet ihn von dem Typus des Meinungsgebers. Mit diesem Verständnis ähnelt dieser Typus etwa dem Pädagogen aus der deutschen Kommunikationsforschung, (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.2), mit dem Hauptunterschied jedoch, dass er sich nicht zum Ziel setzt, die Bürger zu erziehen. Zwar sind die Grenzen zwischen Orientieren und Erziehen nicht trennscharf, dennoch will der Wegweiser nicht als „Volkslehrer die Nation erziehen“ (P3/9). Primäres Ziel für ihn ist es vielmehr, als „ein begleitender und verlässlicher Leuchtturm“ (P12/7) dem Leser Orientierung zu verschaffen und ihm zu ermöglichen, sich in einem immer komplexer werdenden, undurchschaubareren Politikgeschehen in Bulgarien zurechtzufinden. Er möchte dabei „nicht nur das Negative“, sondern auch die positiven Trends und Ideen in der bulgarischen Gesellschaft und „den Weg zu einer besseren Zukunft“ (P12/7) zeigen.

Zwei Vertreter dieses Typus (P12, P13) haben sich als Ziel gesetzt, dem Leser Orientierung in der Funktionsweise und in den Anforderungen der EU zu verschaffen und sein Zusammengehörigkeitsgefühl zur EU zu fördern. Es wird dadurch gerechtfertigt, dass mit dem EU-Beitritt Bulgariens das Bedürfnis des Publikums nach Einordnung und Bewertung immer größer wird. „Mein Ziel ist den Lesern zu zeigen, welche Anforderungen die EU hat und ihn zu beraten, wie er überleben kann“ (P13/6), formuliert die Chefredakteurin ihre Ambitionen.

Zwar reduziert der Wegweiser für seine Leser komplexe Zusammenhänge, entmündigt aber sein Publikum nicht. Vielmehr hilft er ihm beim Sichten der Wirklichkeit, bietet Sicherheit und Erklärungshilfe, um den Leser letztendlich in die Lage zu versetzen, Stellung zu beziehen, „Urteile sollen die Rezipienten im Endeffekt selbst bilden“ (P13/8). Der Wegweiser richtet sich dementsprechend an ein „politisch interessiertes“, (P3/9, P12/7), „eurooptimistisches“ (P12/7, P13/7), „aktives und dynamisches“ (P10/7) Publikum, das seine Beurteilung sehr schätzt und „originelle Analysen“ (P12/7) lesen möchte. Darunter sind viele Meinungsführer und Entscheidungsträger. Die Orientierungsfunktion des Wegweisers manifestiert sich in der starken Bindung zum Publikum. Um den Lesern Hilfestellung bieten zu können, soll man deren Wünsche kennen. „Die Rückmeldungen der Leser sind mir ganz wichtig, nur so kann ich die Themen aufspüren, die auf der gesellschaftlichen Agenda sind“ (P3/11), erläutert ein stellvertretender Chefredakteur. Zwar richtet sich der Wegweiser stark an seinem Publikum, sorgt aber dafür, selbst relevante Themen zu setzen, Angebote zu machen und Anregungen zu geben.

Seine Meinung zu äußern, sieht der Wegweiser zwar als seine Aufgabe, er legt jedoch ähnlich wie der Vermittler und der Meinungsgeber Wert auf Ausgewogenheit. „Neutral kann ich ja in

meinen Analysen nicht sein, aber ausgewogen soll man berichten“ (P3/11), so ein Vertreter dieses Typus. Was Ausgewogenheit für den Wegweiser bedeutet, erklärt die Chefredakteurin: „Ich versuche einfach möglichst viele Gesichtspunkte, eine Basis zu geben, damit sich das Publikum auch ein Bild machen kann“ (P13/8).

Genau wie bei den Vermittlern und Meinungsgebern lässt sich bei den meisten Wegweisern bis auf eine Ausnahme (P12) keine Parteinéigung feststellen. Sie haben aber mehr als alle anderen Typen Verbindung zur Politik und Freundschaften mit Politikern. Dieses breite Kontaktnetz ist einerseits mit ihrer langjährigen Arbeit im Beruf zu erklären, andererseits hilft es ihnen wohl Hintergründe besser zu begreifen, was für die Orientierungsaufgabe des Wegweisers unentbehrlich ist. Dementsprechend messen sie dem Informationsschutz eine hohe Bedeutung bei. Dahinter steht ein rein professionelles Interesse, „wenn man die Quelle nicht respektiert, bekommt man keine Informationen mehr“ (P10/3). Man soll aber „den nüchternen Blick nicht trüben lassen“ (P12/6) und „sich von den Politikern für ihre Ziele nicht instrumentalisieren lassen“ (P13/7), möglichst unvoreingenommen sein, und keine Partei für sich in Anspruch nehmen, „das macht dich ja zu einem guten Analysator des Geschehenes“ (P3/6).

Die Wegweiser würden bei der Informationsbeschaffung keine Gesetze überschreiten, normalerweise kein Geld für Informationen geben und sich dieser „illegalen Methode“ (P10/6) nur dann bedienen, wenn die Information von großer Relevanz für die bulgarische Gesellschaft sei. Für eine gute Analyse reichen die Informationen allein nicht, vielmehr brauche man Schreibtalent und eine „zündende, kreative Idee“ (P3/3). Die Wegweiser geben an, sich oft von der Arbeit ihrer westlichen Kollegen inspirieren zu lassen. Somit gehören sie unter den Befragten zu den eifrigsten Konsumenten von ausländischen Medien. An den Zeitungen auf dem bulgarischen Markt orientieren sie sich dagegen kaum. Die Konkurrenz wird als gering empfunden, weil nicht die Jagd nach Nachrichten, sondern, wie sie betonen, die tiefe und kreative Analyse die Stärke ihrer Zeitung ist.

Im Gegensatz zu den Vermittlern und Meinungsgebern räumen sich die Wegweiser eine große Macht auf. Sie beobachten das politische Geschehen in Bulgarien mit wachem Auge und nehmen kritische Stellung dazu. Sie spielen die Rolle eines „gesellschaftlichen Katalysators“ (P12/7) und sorgen dafür, dass bestimmte Entscheidungen, Verläufe im Interesse der Allgemeinheit vollzogen werden. Mit diesem Verständnis ähnelt dieser Typus etwa dem Kontrolleur aus der deutschen Kommunikationsforschung (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.2). Die Wegweiser sehen die Presse



aber nicht als „vierte Gewalt“, weil sie „keine Gesetze verabschieden“ (P3/10), „Politiker absetzen oder Regierungen stürzen“ (P13/7) kann.

Der Typus des Wegweisers ist in der Untersuchungsgruppe zahlenmäßig am stärksten vertreten und von Männern dominiert. Bis auf den jungen Journalisten, der in Deutschland seine journalistische Ausbildung absolviert hat, gehören alle Vertreter zu der Generation Journalisten, die in den ersten Jahren nach der Wende Einstieg in den Beruf fanden und den Transformationsprozess in Bulgarien von Anfang an begleitet haben. Ihren Aussagen nach war es genau diese Zeit, die sie als Journalisten am meisten geprägt habe. Als wesentliche Anforderung für ihre Arbeit erachten sie fundierte Kenntnisse über das politische Geschehen, die sie durch ihre lange berufliche Tätigkeit haben.

Die Wegweiser glauben kompetenter und kenntnisreicher zu sein, den notwendigen Hintergrund zu haben, den Transformationsprozess durchleuchten und verständlich machen zu können. Sie sind der zufriedenste Typus unter allen Befragten und geben an, alle ihre Ziele unbehindert umsetzen zu können. Die Vertreter dieses Typus zeichnen sich durch eine hohe Affinität zu ihrem Beruf und durch großes berufliches Engagement aus, das nicht selten zu Lasten des Privatlebens geht. Bei drei von ihnen (P3, P10, P13) liegt die große Berufszufriedenheit auch daran, dass sie Führungspositionen einnehmen und wie sie selbst betonen, „den Top der Karriere“ (P13/3) erreicht haben.

**Beispiel 3: (P13), Chefredakteurin, 40 Jahre, verheiratet, ein Kind**

„Journalismus war nicht mein Traumjob“ (P13/1), gibt die Cheredakteurin zu. Nach einem Studium von BWL wollte sie im Bankwesen arbeiten, kam aber in den Journalismusberuf per Zufall als Quereinsteiger in der dynamischen Zeit des Umbruchs, als engagierte, politisch unvorbelastete junge Leute gesucht wurden. Ihre ersten journalistischen Erfahrungen sammelte sie als Reporterin im Wirtschaftsressort bei der neu gegründeten privaten, parteiunabhängigen Tageszeitung „24 Chassa“. Es waren die ersten dynamischen Jahre nach der Wende, die sie als eine „unvoreingenommene und der Wahrheit treue Journalistin“ (P13/2) am meisten geprägt und ihr fundierte Kenntnisse über den ganzen Transformationsprozess gegeben haben. Ihre jetzige Position als Chefredakteurin einer auflagestarken überregionalen Zeitung vereinigt organisatorische, koordinierende und verwaltende Tätigkeiten. Sie bestimmt die

Redaktionspolitik der Zeitung, gibt Richtlinien und entscheidet, was „die Sensation auf der ersten Seite“ (P13/3) ist. Die verwaltende Funktion drängt aber das Schreiben nicht in den Hintergrund. „Die strategischen Interviews mit Politikern, die tiefen Analysen, [...] das alles mache ich natürlich“ (P13/3), gibt sie stolz an. Sie glaubt, dafür auch das notwendige Hintergrundwissen zu haben, weil sie die rasanten Veränderungen in der bulgarischen Gesellschaft aktiv miterlebt habe. Sie fühlt sich dementsprechend ihren jüngeren Kollegen überlegen und zählt sich zu der „erfolgreichsten Generation Journalisten“, welche die postkommunistische Gesellschaft mitgeprägt habe (P13/4).

Der EU-Beitritt von Bulgarien steht ganz oben auf ihrer Agenda und bildet den Schwerpunkt ihrer Analysen. Den Lesern zu zeigen, welche Anforderungen die EU habe und ihn zu beraten, wie er überleben könne, hat sich die Chefredakteurin zum Ziel gesetzt. Dementsprechend möchte sie auch die Richtlinie ihrer Zeitung ausrichten. „Bulgarien braucht dringend seine moderne europäische Zeitung. Das werden wir sein“ (P13/6), erzählt die Chefredakteurin enthusiastisch von ihren Ambitionen. Als europaoptimistisch, mündig und aktiv bezeichnet sie dementsprechend ihr Publikum. „Der Leser ist müde von dieser langjährigen negativen und pessimistischen Berichterstattung in der bulgarischen Presse, er möchte was Nützliches lesen, was Positives, er möchte Bulgarien als EU-Mitglied sehen“ (P13/5), glaubt sie über die Erwartungen ihres Publikums zu wissen.

Lehrend möchte sie aber auf das Publikum nicht einwirken, sondern den Lesern Erklärungshilfe bieten und sie in die Lage versetzen, Stellung zu beziehen, „Urteile sollen die Rezipienten im Endeffekt selbst bilden“ (P13/8). Der Leser lege ihrer Meinung nach auch großen Wert auf eine unvoreingenommene und möglichst ausgewogene Analyse. „Merkt der Leser, dass du Partei ergriffen hast, schmeißt er die Zeitung weg“ (P13/8), meint die Chefredakteurin. Auch wenn sie persönliche Kontakte mit Politikern pflegt, um an Hintergrundinformation heranzukommen, lässt sie keine Eingriffe in ihre Autonomie zu. Vielmehr sollen die Journalisten die Politiker kontrollieren. Die Presse ist ihrer Meinung nach keine „vierte Gewalt“, dazu sei sie nicht legitimiert. „Wir können keine Politiker absetzen oder Regierungen stürzen“ (P13/7), so die Befragte. Man könne aber viel bewirken, indem man auf Missstände mit wachem Auge achtet und darüber berichtet. Sie hatte schon ihr Erfolgserlebnis und wurde sogar für die Aufdeckung eines wirtschaftlichen Missstandes mit einem journalistischen Preis ausgezeichnet.

Ihrem Beruf hat sie sich völlig hingeeben: „Mit dem Journalismus gehe ich ins Bett und wache auf, das ist mein Leben“ (P13/1). Oft kommt ihr berufliches Engagement zu Lasten ihres Privatlebens und besonders ihres siebenjährigen Sohnes. Trotzdem ist sie mit ihrem Beruf äußerst zufrieden, sie habe den Top ihrer Karriere erreicht.

## **2.4 Der Detektiv (P2, P8)**

Sachverhalte zu hinterfragen, Missstände aufzudecken und zu enthüllen, haben sich die beiden Vertreterinnen dieses Typus zum Ziel gesetzt. Anders als der Wegweiser will der Detektiv nicht nur kritisieren, sondern wachsam das politische Geschehen kontrollieren und aktiv die Initiative ergreifen. Seine Kontrollfunktion sieht er darin, verborgene und verheimlichte Sachverhalte von politischer oder wirtschaftlicher Brisanz bekanntzumachen. Mit diesem Verständnis ähnelt dieser Typus etwa dem investigativen Journalisten aus der deutschen Kommunikationsforschung (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.2).

Der Detektiv wird von einem starken demokratischen Interesse angetrieben. Vertreter dieses Typus verstehen sich als gerecht urteilende Instanz, die sich dazu berufen fühlt, Unstimmigkeiten und Schwachstellen in der sich noch transformierenden bulgarischen Gesellschaft aufzudecken. „Man soll Gerechtigkeit in diese junge Demokratie einführen und zeigen, dass der Politiker nicht korrupt sein soll, der Geschäftsmann nicht bestechen soll, [...] nur so können wir die Gesellschaft zum Positiven ändern“ (P8/6), meint eine ältere Vertreterin dieses Typus zu ihren beruflichen Ambitionen. Mit dieser kritischen Funktion verstehen sich die Detektive als aktive Gegenspieler zu den Mächtigen und suchen gezielt den politischen Skandal. Wichtige Anforderung für ihre Tätigkeit ist somit immer „misstrauisch“ (P2/7) zu sein, und die Aussagen und Behauptungen der Politiker ständig zu hinterfragen. Da politische Missstände enthüllt werden sollen und die Verflechtung mit Politikern die Investigation behindern kann, ist die Distanz zu den politischen Akteuren für den Detektiv zentrale Arbeitsvoraussetzung. Mehr als alle anderen Typen vermeiden sie persönliche Kontakte zu den Politikern, „weil man ja dafür da ist, sie zu enthüllen und sich nicht mit ihnen zu befreunden“ (P2/7). Diese stark negative Haltung gegenüber den Politikern erinnert an das schon vorgestellte Rollenverständnis der bulgarischen Journalisten als Gegenspieler der politischen Elite in der Demokratisierungsphase (vgl. im Theorieteil Abschnitt 1.2.3).

Als Antagonisten zu Politikern schlagen sich die Detektive auf die Seite des Volkes und haben die Vorstellung von zwei Klassen „die Mächtigen da oben“ (P2/8) und „die schwachen Bürger unten“ (P2/8), die von den Politikern belogen werden. So ähnelt er mit diesem Verständnis auch etwa dem Typus des Anwalts (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.2). Der Detektiv berichtet also für ein schwaches, hilfloses Publikum, das bei ihm „als letzte Instanz“ (P8/7) Hilfe sucht. Er spricht seinem Publikum eine gewisse Mündigkeit ab und hält es für „wenig ausgebildet“ (P2/3). Man versucht dementsprechend „möglichst einfach und verständlich“ (P2/3) zu schreiben, damit es „bei dem Leser richtig ankommt“ (P8/6). Der Detektiv hat auch mehr als alle anderen Typen eine sehr nahe Bindung zu seinem Leser. Er bekommt nicht nur Rückmeldungen, Leserbriefe, sondern hat persönlichen Kontakt mit ihnen: „Sie kommen zu uns als zur letzten Instanz, erzählen uns über ihre Probleme und hoffen, dass wir ihnen helfen können“ (P8/7). Die Detektive geben an, hauptsächlich von den Lesern Anregungen für ihre Themen zu erhalten. Während die Lesermeinung ihnen „ganz, ganz wichtig“ (P2/9) ist, legen sie keinen Wert auf die Meinung der Kollegen. Der Detektiv bezeichnet sich als „Individualist“ (P8/3). Im Vergleich zu allen anderen Typen sind bei ihm Freundschaften mit Kollegen am wenigsten ausgeprägt, was sicherlich dadurch bedingt ist, dass er viel unterwegs ist und sich kaum in der Redaktion aufhält.

Warum der Detektiv so oft unterwegs ist, wird deutlich, wenn man seine zentrale Tätigkeit betrachtet – die grundlegende Recherche. Nur durch eine ausführliche und präzise Recherche können die Detektive ihren Ansprüchen gerecht werden. Bei umfangreichen Recherchen profitieren sie von den großen professionellen und finanziellen Ressourcen ihres Blattes, „nur so kann man sich der Beweisführung ganz widmen“ (P8/3). Genau wie bei dem Typus des Vermittlers ist die Informationsbeschaffung die Grundarbeit, die der Detektiv leisten muss. Es soll jedoch eine Eingrenzung zum Vermittler gemacht werden, denn hier werden verborgene oder verheimlichte Informationen von politischer Relevanz öffentlich gemacht. Genau wie der Vermittler fühlt sich der Detektiv in seiner Recherche eingeschränkt, weil ihm Informationen von öffentlichen Stellen und Institutionen oft verweigert werden. Da „auf den hierzulande üblichen Weg“ (P2/3) wenig Information zu erhalten sei, ist für den Detektiv sein „über lange Jahre gepflegtes dichtes Kontakt-Netzwerk“ (P8/2) sehr wichtig. Er trifft sich mit Konfidenten und Insidern, beschafft sich aber oft Information auf andere Weise. Um an die Wahrheit heranzukommen, nutzen die Detektive im Unterschied zu den anderen vorgestellten Typen unlautere Recherchemethoden und überschreiten bewusst Gesetze. „Wenn es darum geht an

verborgene Informationen heranzukommen, überlegt man nicht lange, man handelt einfach mit allen Mitteln“ (P2/8), erzählt eine Detektivin von ihrer Recherchemethode.

Nicht nur in ihrem Informationszugang, sondern auch in ihrer inneren Pressefreiheit fühlen sich die Detektive sehr eingeschränkt. Sie empfinden ihre Autonomie als „von allen Seiten“ (P8/4) gefährdet. Im Unterschied zu allen anderen Typen geben die Detektive an, dass sie unter starker Einschränkung leiden. Ihre Texte werden oft umgeschrieben oder „finden einfach keinen Platz in der Zeitung“ (P2/6). So äußern sie sich sehr skeptisch, was insgesamt die Umsetzung ihrer Ziele anbelangt. Sie fühlen große Diskrepanz zwischen den hohen Ansprüchen, die sie sich stellen, und ihrer Handlungsrelevanz. In ihren Augen können sie ihre Aufgabe als „vierte Gewalt“ nicht mehr erfüllen. Beide Vertreterinnen dieses Typus haben von Anfang an den Transformationsprozess begleitet, eine war auch vor der Wende tätig. Deswegen blicken sie mit Nostalgie auf die ersten zehn Jahre der Transformation zurück. Die Presse sei früher „vierte Gewalt“ gewesen, man habe Politiker zu Fall gebracht, sogar zu Ministerrücktritten geführt. Die beiden Journalistinnen seien jetzt aber machtlos, weil im Unterschied zu den westlichen Demokratien die Politiker in Bulgarien auf Skandale indifferent reagieren und das Entlarven von politischen Schwachstellen „ohne gravierende Konsequenzen“ (P8/7) für die politische Elite bleibe.

„Meine Arbeit hat einfach keinen Sinn. Ich gebe mir Mühen, einen Misstand aufzudecken, dann schreibe ich darüber. Die Leser rufen mich an, loben mich dafür. Was ist aber das Ergebnis? Gar nichts! Die Polizei reagiert nicht, das Gericht nicht, keiner macht was. Dann denkst du dir, warum gibst du dir alle diesen Mühen. Der Leser vertraut mir, ich kann ihm aber leider nicht helfen, das ist die ganze Tragödie“ (P8/7), bedauert die eine Vertreterin dieses Typus.

Diese empfundene Machtlosigkeit erklärt vielleicht, warum die Detektive unter den Befragten mit ihrer Arbeit am wenigsten zufrieden sind. Trotzdem würden sie ihren Beruf nicht aufgeben. „Der Journalismus ist wie eine Droge, man wird leicht süchtig“ (P2/2), davon sind die beiden Detektivinnen überzeugt.

**Beispiel 4: (P8), Redakteurin bei der Wochenzeitung „168 Chassa“, 50 Jahre, verheiratet, ein Kind**

„Journalismus war mein Herzenswunsch. Ich habe immer gerne in meinem Jugendalter geschrieben“ (P8/1), so formuliert die Redakteurin ihre Berufswahl. Sie hat Journalistik noch vor der Wende studiert und im Wirtschaftsressort des damaligen Parteiorgans „*Rabotnicheskio delo*“

jahrelang gearbeitet. Sie habe sich aber nie als Parteifunktionärin gefühlt, nie den Parteivorgaben untergeordnet und habe mit „wahnsinniger Freude die Freiheit der Wende“ (P8/3) gekostet. Die Jahre nach der Wende hat sie ihrer Aussage nach am meisten geprägt. „Da habe ich mich endlich frei gefühlt und konnte mich im Journalismus richtig entfalten“ (P8/3), blickt die Befragte auf die ersten Transformationsjahre zurück.

Heutzutage arbeitet sie bei der größten Wochenzeitung „168 Chassa“ und ihre Aufgabe besteht darin, „politische und wirtschaftliche Missstände“ (P8/2) aufzudecken. Um an verborgene Informationen zu gelangen, arbeitet sie in juristischen Grauzonen am Rande der Legalität. „Wenn es darum geht, Missstände aufzudecken, nutze ich alles, auch illegale Mittel“ (P8/7), gibt sie zu.

Für ihre Arbeit ist eine präzise und umfassende Recherche grundlegend. Dabei profitiert sie von den finanziellen Ressourcen und der Erscheinungsfrequenz der Wochenzeitung, sowie von dem „über lange Jahre gepflegten dichten Kontakt-Netzwerk“ (P8/2). Sie pflegt keinen Kontakt zu Politikern und versucht Information von rangniedrigen Beamten zu bekommen. Mit der „ausgewogenen Linie ihrer Zeitung“ (P8/3) ist sie zwar zufrieden, manchmal spürt die Befragte aber die Zensur, wenn ihre Texte beispielsweise keinen Platz in der Zeitung finden. Ihrer Meinung nach gibt es in Bulgarien keine wirkliche Pressefreiheit. „Seit 1997 gibt es Zensur, es gibt Druck von allen Seiten, von Politikern, Wirtschaftsleuten“ (P8/4), meint die Redakteurin. Sie bekommt oft auch Drohanrufe, einschüchtern lässt sie sich aber nicht. Sie wurde sogar wegen Verleumdung und Beleidigung angeklagt, nicht jedoch verurteilt, weil, wie sie selber angibt, in ihren Artikeln die Beweisführung immer faktentreu sei.

Manchmal fühlt sie sich machtlos, weil ihre Mühen nicht belohnt werden und ihre Arbeit ohne Konsequenzen für die Politiker bleibe. Verzweifelt ist sie aber doch nicht sondern felsenfest davon überzeugt, „trotz allem die Gesellschaft verbessern zu können“ (P8/6).

### **3. Einflussfaktoren auf das Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten**

Was sind die Ursachen für ein gewisses Selbstverständnis? Wie wird man zum Vermittler, Meinungsgeber, Wegweiser oder Detektiv? Um diese Frage beantworten zu können, sollen zum Abschluss des Ergebnisteils noch die Faktoren herausgestellt werden, bei denen ein Einfluss auf das journalistische Selbstverständnis festgestellt wurde, um auch die Unterschiede zwischen den einzelnen Typen erklären zu können. Man hat sie zwar schon bei der Beschreibung der einzelnen

Typen anklingen lassen, im Folgenden werden sie noch einmal herausgegriffen und systematisiert. Es wird noch einmal auf das Modell zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten zurückgegriffen und dieses entsprechend modifiziert.

Nicht alle Faktoren, bei denen aufgrund theoretischer Überlegungen eine Auswirkung auf das Rollenverständnis vermutet wurde, eignen sich gleich gut, Unterschiede zwischen den einzelnen Typen zu erklären. Es werden in der folgenden Darstellung nur die Faktoren herangezogen, von denen ein besonderer Einfluss auf die Herausbildung eines bestimmten journalistischen Selbstverständnisses bei den bulgarischen Journalisten ausgemacht werden konnte. Sie werden im modifizierten Modell unterstrichen und dadurch besonders hervorgehoben. Alle anderen Faktoren blieben im Modell unverändert, weil sie entweder in enger Wechselwirkung zum Berufsverständnis im Allgemeinen stehen und daher kennzeichnend für den Berufsstand sind, oder der individuellen Wahrnehmung des einzelnen Vertreters eines Typus unterliegen, so dass diesbezüglich keine gemeinsame Tendenz innerhalb einer Typusgruppe festgestellt werden konnte. An dieser Stelle ist noch einmal zu vermerken, dass es aufgrund der niedrigen Fallzahl der geführten Interviews auch bei der Bestimmung der Einflussfaktoren eher darum geht, Tendenzen innerhalb der Untersuchungsgruppe aufzuzeigen.



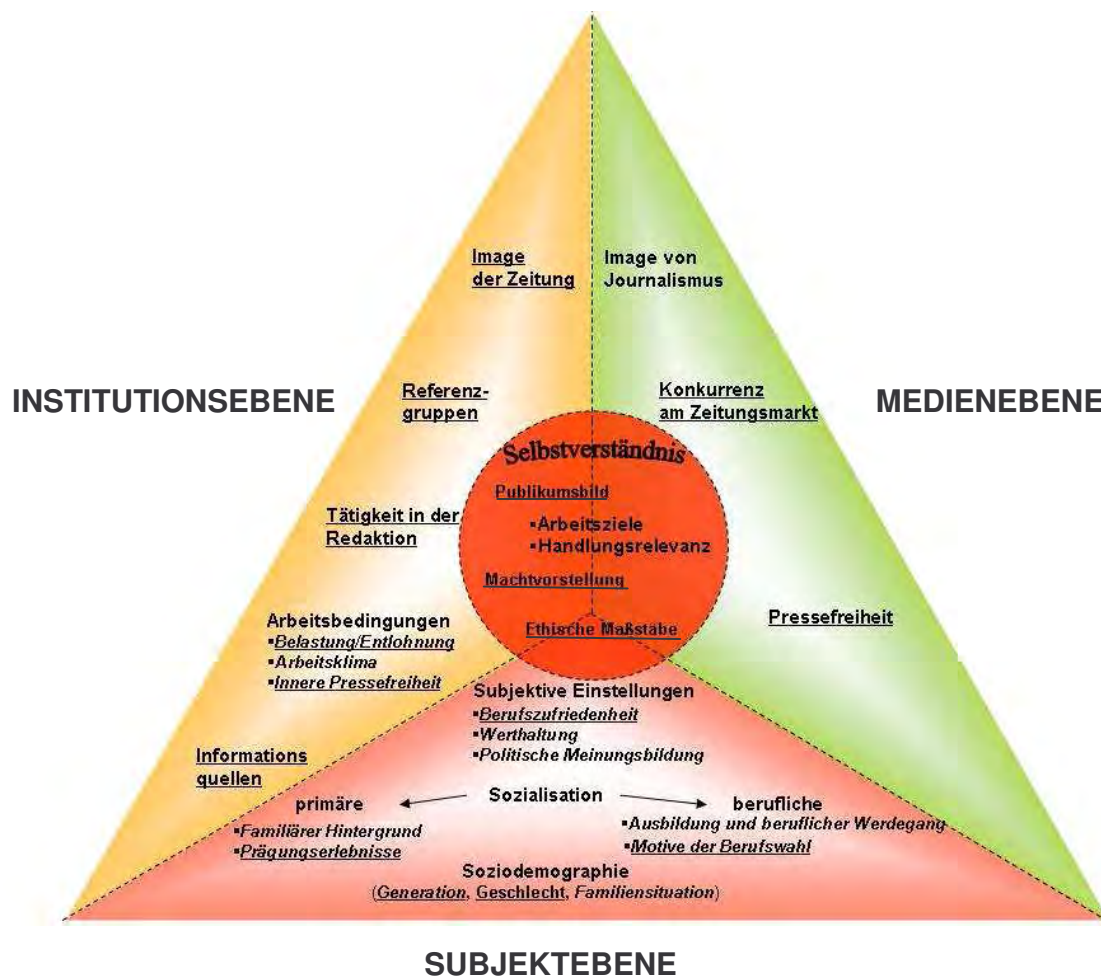


Abbildung 3: Modifiziertes Modell zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten

Als relevanter Einflussfaktor aus der SUBJEKTEBENE konnte für diese Studie die **Generation** identifiziert werden. In den unterschiedlichen Generationen konnten verschiedene Selbstverständnistypen festgestellt werden. Während jüngere Journalisten, vor allem die unter 30, eher einem informierenden Selbstverständnis zugeordnet werden konnten, steht für die über Mitte 30 bis Mitte 40, die in den ersten Jahren nach der Wende Eingang in den Beruf gefunden haben, die Selbstverwirklichung im Mittelpunkt. Das wird besonders deutlich bei dem Vergleich der Vermittler und der Meinungsgeber einerseits mit den Wegweisern andererseits. Bei den Vermittlern und den Meinungsgebern, unter denen sich bis auf zwei Ausnahmen alle jungen Befragten unter 30 befinden, steht besonders die Informationsleistung im Vordergrund ihrer Berichterstattung, auch wenn bei den Meinungsgebern die Nachrichten mit kurzen Kommentaren

angereicht werden. Die Wegweiser, (Generation Mitte 30 bis Mitte 40), möchten sich hingegen mit kreativen Analysen und kritischen Hintergrundberichten selbst einbringen und für ihr Publikum Erläuterungs- und Orientierungshilfe leisten. Eine Erklärung für diese altersbedingte Verteilung bringt die schon an einigen Stellen angedeutete Überlegung, dass den jüngeren Journalisten im Vergleich zu der Generation der Wende offensichtlich das Hintergrundwissen für eine gute Analyse fehlt und sie sich deswegen nicht trauen, große Zusammenhänge herzu stellen. Diese Vermutung wird auch selbst von den Vertretern des Typus Wegweiser bekräftigt, die sich in ihren Aussagen als kompetenter und kenntnisreicher bezeichnen und sich als die erfolgreichste Generation Journalisten ihren jüngeren Kollegen deutlich überlegen fühlen. Die zu dem ältesten Jahrgang gehörenden drei Journalisten konnten zwar nicht ausschließlich einem Selbstverständnistypus zugeordnet werden, als Vertreter jeweils des Typus des Vermittlers, Meinungsgebers und des Detektivs konnten sie eher einem informationsorientierten und recherchierenden Journalismus zugerechnet werden. Dass keiner von ihnen die stark meinungsorientierte und „wegweisende“ Funktion der Presse befürwortet, lässt sich vielleicht damit erklären, dass sie wohl nach der Wende die von der Partei vorgegebene Aufgabe des ideologischen Erziehers abgelegt haben und heute anhand einer faktentreuen Berichterstattung Objektivität und Unparteilichkeit suggerieren wollen. Es wird klar, dass Unterschiede im Selbstverständnis nicht allein mit Alterseffekten erklärt werden können. Vielmehr sind das die Erfahrungen, die Journalisten im Verlauf ihres Lebens in einer völlig anderen gesellschaftlichen Umgebung gemacht haben. Unterschiede im Selbstverständnis junger und älterer Journalisten sind deswegen eine Folge generationsspezifisch prägender Erfahrungen. Demzufolge erwiesen sich als ein weiterer Einflussfaktor die *Prägungserlebnisse* aus dem Faktorbündel **Sozialisation**, der stark mit der Generationszugehörigkeit korreliert. Das bestätigt wieder die Befunde von Ehmig, dass Journalisten unterschiedlicher Altersgruppen ein unterschiedliches Berufsverständnis besitzen, das sich unter dem Einfluss spezifischer historischer und gesellschaftlicher Schlüsselereignisse bildete (2000: 162).

Bezüglich der **Soziodemographie** ist auffällig weiterhin, dass für den Typus des Vermittlers und des Detektivs ausschließlich Frauen identifiziert wurden, für den des Meinungsgebers und des Wegweisers bis auf eine Ausnahme dagegen ausschließlich Männer. Ob diese geschlechtsspezifische Verteilung zufällig ist oder doch das *Geschlecht* im engen Zusammenhang mit der Herausbildung eines gewissen Selbstverständnisses steht, lässt sich aufgrund der geringen

Fallzahl nicht eindeutig beantworten. Es kann trotzdem die Vermutung geäußert werden, dass die Frauen unter den Befragten eher zu einer rechercheintensiven und damit sorgfältigen Tätigkeit tendieren, welche die beiden Typen des Vermittlers und des Detektivs gemeinsam haben. Die Männer dagegen möchten sich mit Meinung durchsetzen und kritisieren. Diese Ergebnisse bestätigen die Befunde aus der deutschen Kommunikatorforschung, dass Männer und Frauen verschiedene Muster bei ihrer Arbeit verfolgen (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.3.2).

Als ein weiterer Einflussfaktor aus der SUBJEKTEBENE konnten die **Motive der Berufswahl** identifiziert werden. Die Wegweiser unterscheiden sich in diesem Kriterium von allen anderen Typen. Sie hatten meistens ein anderes Berufsziel vor Augen und kamen in den ersten wirren Jahren nach der Wende zum Journalismus. Im Gegensatz dazu war der Journalismus bei den anderen Typen stets Berufsziel. Sie waren entweder durch literarische und familiäre Vorbilder motiviert oder haben sich in ihrer Kindheit mit Literatur befasst wie die Mehrheit der Meinungsgeber. Die Vermittler haben sich immer für Politik interessiert und wollten durch Journalismus ausreichend informiert und dem politischen Geschehen ganz nahe sein. Ihre Motive zur Berufswahl spiegeln sich in ihrem Selbstverständnis dahingehend wider, dass sie ebenfalls die Leute umfassend über das politische Geschehen in Bulgarien informieren möchten.

Der Faktor **Belastung/Entlohnung** aus dem Faktorbündel **Arbeitsbedingungen** auf der INSTITUTIONSEBENE steht auch in enger Verbindung mit dem Selbstverständnis. Da die Vermittler und die Detektive im Gegensatz zu den anderen Typen ein Interesse an exklusiven, beziehungsweise ausführlich und gründlich recherchierten Informationen haben, ist die durchschnittliche zeitliche Belastung relativ hoch. Die finanziellen Ressourcen der Redaktion haben auch einen Einfluss auf das Selbstverständnis, besonders bei den Detektiven. Für ihre aufwendige und kostspielige Recherche werden ihnen seitens ihrer auflagestarken Zeitungen genügend finanzielle Mittel zur Verfügung gestellt, so dass sie ihre Aufgabe, Missstände aufzudecken, unbehindert realisieren können. Auch die **innere Pressefreiheit**, die zu den Arbeitsbedingungen in einer Redaktion gehört, steht in deutlichem Zusammenhang mit dem Selbstverständnis. Keiner der Typen sieht sich in seiner inneren Autonomie so beschnitten wie die Detektive, deren Kernaufgabe, Missstände aufzudecken, am meisten den Interessen der Wirtschaft und der politischen Elite schadet und damit auch unter Umständen die Interessen der Zeitung bedroht. Bei der Betrachtung der **Tätigkeit in der Redaktion** fällt weiter auf, dass sich Journalisten in führenden Positionen vermehrt unter den Wegweisern finden. Es scheint, dass sie

sich aufgrund ihrer hohen Hierarchiestufe und der langjährigen Berufserfahrung autonom und kompetent genug fühlen, zu beurteilen, Hintergründe zu erklären und Orientierung anzubieten. Journalisten ohne leitende Position finden sich hingegen mehrheitlich unter den Vermittlern, bei denen die Informationsvermittlungsfunktion mit nicht so hohen Anforderungen verbunden ist. Die enge Korrelation der Position in der Redaktionshierarchie mit dem Faktor Generation ist hier offensichtlich. Je jünger der Journalist ist, desto niedriger steht er in der Hierarchiestufe und desto weniger übernimmt er verantwortungsvolle Aufgaben.

Aus der INSTITUTIONSEBENE steht weiter das **Image der Zeitung** in enger Verbindung mit dem Selbstverständnis. Da alle Journalisten bei meinungsführenden Zeitungen beschäftigt sind, schreiben sie ihrem Blatt ein dementsprechend hochwertiges Image zu. Dennoch gibt es leichte Differenzen. Die informationsorientierten Vermittler heben besonders die Glaubwürdigkeit, die Aktualität und Ausgewogenheit ihrer Zeitung hervor, die meinungsorientierten Wegweiser beschreiben das Image ihres Mediums hingegen als kritisch und tiefgehend analytisch. Die Meinungsgeber machen in ihren Aussagen deutlich, dass in dem Medium, für das sie heute arbeiten, die Hintergrundberichterstattung und die kommentierten Nachrichten einen Hauptplatz einnehmen.

Aus der INSTITUTIONSEBENE konnten weiter **die Referenzgruppen** als wichtiger Einflussfaktor bestätigt werden. Die Orientierung an ihrem Publikum hat unter den befragten bulgarischen Journalisten insgesamt einen deutlichen Vorrang vor der Kollegenorientierung, was, wie schon mehrmals in dieser Arbeit angedeutet, eine Besonderheit des bulgarischen Journalismus darstellt. Dennoch gibt es Unterschiede. Weniger als alle anderen Typen pflegen die Detektive individuelle Freundschaften mit ihren Kollegen und integrieren sich nicht vollends in den Redaktionsbetrieb. Darüber hinaus haben sie mehr als alle anderen regelmäßigen, persönlichen Leserkontakt und zeichnen sich durch eine sehr hohe Publikumsorientierung aus, da sie sehr häufig bei ihrer Arbeit Signale für Missstände von den Lesern aufnehmen.

Auch bei dem Faktor **Informationsquelle** weisen die Typen Unterschiede auf. Alle betrachten zwar die Politiker als wichtige Informationslieferanten. Vermeiden die Detektive aber jegliche persönliche Beziehungen zu ihnen, geben die Wegweiser dagegen an, intensiven Kontakt mit ihnen zu pflegen. Der Zusammenhang mit dem Arbeitsziel liegt auf der Hand. Während die Detektive Politiker enthüllen möchten und deswegen sich von ihnen bewusst distanzieren,

brauchen sie die der Orientierungsaufgabe verpflichteten Wegweiser, um Hintergründe zu begreifen und diese ihrem Publikum besser erklären zu können.

Auf der MEDIENEBENE konnte eine Verknüpfung zwischen dem Selbstverständnis und der **Konkurrenz** festgestellt werden. Die Vermittler, die schnell und exklusiv informieren möchten, empfinden den Konkurrenzdruck am stärksten. Die Wegweiser spüren Konkurrenz am wenigsten, denn sie sind nicht so sehr auf exklusive Nachrichten angewiesen, sondern wollen Zusammenhänge erläutern.

Der Faktor **Pressefreiheit** aus der MEDIENEBENE steht in enger Verbindung zum Selbstverständnis. Zwar ist die rechtliche Basis in Bulgarien für alle Journalisten gleich, wird aber unterschiedlich von ihnen empfunden. Die Vermittler und die Detektive, für welche die gut und gründlich recherchierte Information gleich wichtig ist, fühlen sich im Vergleich zu den anderen Typen wegen häufiger Informationsverweigerung von öffentlichen Organen und Beamten in ihrer Pressefreiheit am meisten eingeschränkt. Wohl aufgrund ihrer investigativen Arbeit geben die Detektive als einzige an, mit Bedrohungen rechnen zu müssen. Ihren Aussagen zufolge kann von Pressefreiheit keine Rede in Bulgarien sein.

Ein deutlicher Zusammenhang zwischen dem jeweiligen Selbstverständnis und allen als dessen Operationalisierung geltenden Faktoren konnte ebenfalls bestätigt werden. So gehen vor allem die Vermittler, die Meinungsgeber und die Wegweiser von einem informierten und mündigen **Publikum** aus, dem ein Maximum an Informationen und Analysen zur Verfügung gestellt wird, um sich letztendlich eine eigene Meinung und ein eigenes Urteil bilden zu können. Die Vorstellung eines schwachen und eher schlecht gebildeten Publikums fand sich bei den Detektiven, für die das Arbeitsziel ausgemacht werden konnte, als eine gerecht urteilende Instanz den von den Politikern und der Wirtschaft betrogenen Lesern helfen zu wollen. Auch in ihren **ethischen Maßstäben** unterscheiden sich die Detektive von allen anderen Journalisten. Um Verschwiegenes aufdecken zu können, stellen sie den Zweck über die Moral der verwendeten Mittel und bewegen sich sogar in juristischen Grauzonen. Alle anderen Typen lehnen diese Art von Recherche ab, würden aber Geldzahlungen für Informationen akzeptieren, wenn sie von essenzieller Bedeutung für die Gesellschaft sind. Auch die **Machtvorstellung** ist bei den Befragten unterschiedlich ausgeprägt. Die Vermittler sprechen sich einen begrenzten Einfluss zu, der sich nicht auf das Handeln der Politiker, sondern auf das der Leser in erster Linie auswirkt, weil die nur aufgrund umfassender Information Entscheidungen treffen können. Der

Meinungsgeber glaubt an ein Machtpotential der Presse, wenn man ständig hinterfragt, Themen zur Diskussion stellt und die Entscheidung der Politiker unter öffentlichen Druck setzt. Die Wegweiser bescheinigen sich ein ebensolches Machtpotential, gehen jedoch einen Schritt weiter. Sie glauben, mit ihren Analysen dazu beizutragen, dass bestimmte Entscheidungen und Verläufe im Interesse der Allgemeinheit vollzogen werden. Die Machtvorstellung ist unter den Detektiven besonders ausgeprägt. Als einzige unter den Befragten bezeichnen sie die Presse eindeutig als „vierte Gewalt“ und wollen durch Aufdeckung von Skandalen und Missständen direkten Einfluss auf Politiker nehmen. Da aber ihre Arbeit meist ohne Konsequenzen für die Politiker bleibt, fühlen sie sich oft machtlos. Diese empfundene Machtlosigkeit wirkt sich stark auf die **Handlungsrelevanz** ihrer Arbeit aus, so dass sie mehr als alle anderen Befragten angeben, ihr Arbeitsziel nicht völlig umsetzen zu können. Auch die Vermittler können wegen des schwierigen Informationszugangs nicht immer ihre Aufgabe, die Leser ausführlich zu informieren, umsetzen. Im Gegensatz zu ihnen zeichnen sich die Wegweiser mit der höchsten Handlungsrelevanz unter den Befragten aus, weil ihre Orientierungsaufgabe von keinen äußeren Faktoren, sondern allein von ihren fundierten Kenntnissen über das politische Geschehen abhängt, die sie durch ihre lange berufliche Tätigkeit haben. Der Faktor Handlungsrelevanz korreliert sehr stark mit dem Faktor **Berufszufriedenheit** aus der SUBJEKTEBENE, der ebenso in Verbindung mit dem Selbstverständnis steht. Die Wegweiser, die ihre Berufsaufgabe realisieren können, sind auch die Zufriedensten unter den Befragten. Die Detektive sind hingegen am wenigstens mit ihrem Beruf zufrieden.

Diese Übersicht zeigt, dass sich der eingangs aufgrund theoretischer Überlegungen unterstellte Einfluss auf das Selbstverständnis bei vielen Faktoren bestätigen konnte. Auch die Überlegung, ein pyramidenförmiges Modell zu bauen, bei dem sich die Ebenen gegenseitig berühren, hat sich als sinnvoll erwiesen. Wie bereits angedeutet wurde, bedingen sich manche Faktoren aus unterschiedlichen Ebenen tatsächlich wechselseitig und korrelieren stark miteinander.



## V. Fazit und Ausblick

Vor dem Hintergrund der rasanten Veränderungen, welche die Medienlandschaft in einem Transformationsland ständig durchläuft, wurde am Anfang dieser Studie von einer Rückwirkung auf das kaum erforschte Selbstverständnis der dort arbeitenden Journalisten ausgegangen. Zentral war dabei die Frage, ob die generationsspezifischen Erfahrungen mit unterschiedlichen politischen und journalistischen Systemen das journalistische Selbstverständnis nachhaltig beeinflusst haben, eventuelle Unterschiede in der heutigen Berufsauffassung der Zugehörigen verschiedener Generationen erklären können oder, ob sich vielmehr andere Faktoren darauf auswirken. Exemplarisch wurden Pressejournalisten aus dem Transformationsland Bulgarien, dem Herkunftsland der Forscherin, unter die wissenschaftliche Lupe genommen.

Basis für die Untersuchung bildete ein selbstentwickeltes Modell, mit dessen Hilfe das Selbstverständnis im Kontext seiner zahlreichen vermuteten Einflussfaktoren dargestellt werden konnte. Theoretische Grundlagen dafür waren relevante Erkenntnisse aus der Fachliteratur zum Berufsfeld der bulgarischen Journalisten sowie für den eigenen Forschungsgegenstand relevante Ansätze und Ergebnisse der deutschen Journalismusforschung, die Anregungen für mögliche Einflussfaktoren lieferten. Das Modell diente auch als Grundlage für die Konstruktion eines Leitfadeninterviews, das sich trotz bekannter methodischer Nachteile als eine sehr geeignete Methode zur Erhebung persönlicher Motive und Einstellungen erwies. Mit dessen Hilfe wurden 14 bulgarische Pressejournalisten führender Zeitungen befragt. Die Interviews gaben Einblick in die vielschichtigen Bedingungen und Herausforderungen, denen die Pressejournalisten in einem Transformationsland wie Bulgarien ausgesetzt sind. Schließlich war es möglich, anhand der in den Interviews getroffenen Aussagen zum Arbeitsziel vier verschiedene Selbstverständnistypen zu identifizieren und Einflussfaktoren herauszustellen, die in einem konkreten Zusammenhang mit dem journalistischen Selbstverständnis stehen. Die wichtigsten Ergebnisse dieser Studie werden im Folgenden noch einmal zusammengefasst, um Nachfolgestudien Forschungsgrundlage und Anregungen zu geben

Wahrhaftig, vollständig und verständlich die Leser über das politische und gesellschaftliche Geschehen in Bulgarien zu informieren, so lautet in allererster Linie das Arbeitsziel aller Befragten. Neben der reinen Informationsvermittlung und Ereignisberichterstattung definieren



sich einige Journalisten auch über interpretierende Leistungen. Hintergründe zu beleuchten, Zusammenhänge herzustellen und Orientierung in dem unüberschaubaren Transformationsprozess zu geben, werden als weitere Arbeitsziele erachtet. Kritik und Kontrollaufgaben, Aufdecken von Missständen nehmen bei einigen wenigen Befragten auch einen wichtigen Stellenwert in der täglichen Arbeit ein.

Um eine detaillierte Übersicht über diese Ausprägungen journalistischen Selbstverständnisses zu geben und spezifische Einflussfaktoren auf selbiges ausmachen zu können, wurden die Befragten anhand der Gewichtung geäußerter Arbeitsziele in vier verschiedene Selbstverständnistypen wie folgt eingeteilt:

Der unter den jüngsten Befragten zu findende **Vermittler** (P1, P9, P11, P14) hat sich als Ziel gesetzt, die Leser präzise, faktentreu und neutral über das Politikgeschehen in Bulgarien zu informieren. Die wahrheitsgetreue, objektive Abbildung der Realität gilt als Basis seiner Arbeit. Er distanziert sich von interpretierenden Leistungen und möchte seinem von ihm als mündig und informationsgierig bezeichneten Publikum eine eigene Meinungsbildung aufgrund gut und umfassend recherchierter Information ermöglichen. Mit diesem Verständnis ähnelt dieser Typus etwa dem Informationsjournalisten aus der deutschen Kommunikationsforschung.

Der **Meinungsgeber** (P4, P6, P7) mit auch vorwiegend jungen Vertretern ähnelt in seinen Grundzügen dem Vermittler, versteht den reinen Informationsjournalismus als grundlegend, nicht jedoch als ausreichend für die Presse. Da die nackte Nachricht durch das Fernsehen abgedeckt sein kann, setzt er darauf, das Material mit Hintergründen und Kommentaren anzureichern und die Relevanz von Themen aufzuzeigen. Er will bewerten und Meinung geben anstatt nur bekannt zu machen. Den zahlreichen Fakten Sinn zu geben, nur so kann nach dem Meinungsgeber ein wirkliches Verständnis der politischen Prozesse in Bulgarien erzielt werden. Er möchte seinem Publikum aber nicht von vornherein spezifische Schlussfolgerungen nahe legen. Ziel ist es, den Bürgern zu ermöglichen, sich anhand eines Maximums an Kommentaren zu einem Thema eine eigene Meinung und ein eigenes Urteil zu bilden. Somit geht der Meinungsgeber genau wie der Vermittler von einem mündigen Publikum aus und betrachtet es als einen gleichwertigen Diskussionspartner, der eine zweite Meinung sucht.

Der **Wegweiser** (P3, P5, P10, P12, P13) möchte mehr als nur bloß informieren und kommentieren. Er hat sich als Ziel gesetzt, Fakten in größere Zusammenhänge, Hintergründe und Analysen zu integrieren, Entwicklungen aufzuzeigen, komplexe Themen durch Beurteilung

einzuordnen und zu erklären. Durch seine Analysen möchte er seinem Publikum eine Form von Orientierung, Hilfestellung oder auch Beratung anbieten und ihm ermöglichen, sich in einem immer komplexer werdenden, undurchschaubareren Politikgeschehen in Bulgarien zurechtzufinden. Zwar reduziert der Wegweiser für seine Leser komplexe Zusammenhänge, entmündigt sie aber nicht. Vielmehr hilft er ihnen beim Sichten der Wirklichkeit, bietet Sicherheit und Erklärungshilfe, um sie letztendlich in die Lage zu versetzen, Stellung zu beziehen. Der Wegweiser glaubt kompetent und kenntnisreich zu sein, das notwendige Hintergrundwissen zu haben, um den Transformationsprozess durchleuchten und verständlich machen zu können.

Der **Detektiv** (P2, P8) hat sich als Ziel gesetzt, verborgene und verheimlichte Sachverhalte von politischer oder wirtschaftlicher Relevanz bekanntzumachen. Er versteht sich als gerecht urteilende Instanz, die sich dazu berufen fühlt, Unstimmigkeiten und Schwachstellen in der sich noch transformierenden bulgarischen Gesellschaft zu entdecken. Mit diesem Verständnis ähnelt dieser Typus etwa dem investigativen Journalisten aus der deutschen Kommunikationsforschung. Der Detektiv sieht sich als Antagonist zu Politikern und schlägt sich auf die Seite des Volkes. Er berichtet dementsprechend für ein schwaches, hilfloses Publikum, das bei ihm Hilfe sucht.

Bei allen vier Typen ist auffallend, dass ihre Arbeitsziele stark an den westlichen normativen Erwartungen ausgerichtet sind. Fast keiner der Befragten fühlt sich ausschließlich nur einer Partei verpflichtet, alle verfolgen eine ausgewogene Berichterstattung. Auch wenn interpretative und meinungsorientierte Leistungen im Zentrum des Aufgabenverständnisses stehen, geht es keinem der Typen darum, seine persönlichen Ansichten und Überzeugungen mitzuteilen und versteckte Meinungsmache zu betreiben. Sie kommentieren oder analysieren politische Ereignisse nicht nach bewusst subjektiven Standpunkten, sondern versuchen, das Thema aus vielen Perspektiven zu beleuchten, Argumente abzuwägen, Diskussionen anzuregen und dem Publikum letztendlich zu ermöglichen, sich sein eigenes Urteil zu bilden. Es kann aus den Aussagen der Befragten geschlossen werden, dass sie heute, siebzehn Jahre nach der Wende, ihren Beruf als Dienst am Bürger und nicht an der Politik verstehen und den westlichen Erwartungen eines demokratischen Journalismus erfüllen.

Des Weiteren sollten Einflussfaktoren identifiziert werden, anhand derer Unterschiede zwischen den vier Typen erklärt werden können. Als entscheidende Einflussfaktoren haben sich die „Generation“ und die damit Hand in Hand gehenden „Prägungserlebnisse“ aus der

SUBJEKTEBENE herausgestellt. Bei den Vermittlern und den Meinungsgebern, (Alter unter 30 Jahren), steht besonders die Informationsleistung im Vordergrund ihrer Berichterstattung, auch wenn bei den Meinungsgebern die Nachrichten mit kurzen Kommentaren angereichert werden. Die Wegweiser (Alter Mitte 30 bis Mitte 40) möchten sich hingegen mit kreativen Analysen und kritischen Hintergrundberichten selbst einbringen und für ihr Publikum Erläuterungs- und Orientierungshilfe leisten. Die zu dem ältesten Jahrgang gehörenden drei Journalisten konnten zwar nicht ausschließlich einem Selbstverständnistypus zugeordnet werden, als Vertreter jeweils des Typus des Vermittlers und des Detektivs konnten sie eher zu einem informationsorientierten und recherchierendem Journalismus gezählt werden. Eine Erklärung für diese altersbedingte Verteilung geben die „Prägungserlebnisse“. Den jüngeren Journalisten im Vergleich zu der Generation der Wende fehlt das Hintergrundwissen für eine gute Analyse und sie trauen sich deswegen nicht, große Zusammenhänge herzustellen. Diese Vermutung wird auch selbst von den Wegweisern, der Generation der Wende, bekräftigt, die sich in ihren Aussagen als kompetenter und kenntnisreicher bezeichnen und sich als die erfolgreichste Journalistengeneration ihren jüngeren Kollegen deutlich überlegen fühlen. Die ältesten Journalisten unter den Befragten, mit Erfahrung vor der Wende, haben offensichtlich die von der Partei vorgegebene Aufgabe des ideologischen Erziehers abgelegt und verpflichten sich heute zu Objektivität und Unparteilichkeit. Offensichtlich hat sie die Wende und die nachfolgenden gesellschaftlichen und politischen Umwälzungen mehr als der Kommunismus in ihrem Selbstverständnis geprägt. Aus den 14 Interviews kann geschlossen werden, dass die jüngsten und die ältesten Journalisten sich häufiger von wertender, subjektiv gefärbter Darstellung distanzieren, als die Generation der Wende. Man kann diesen Befund auch als Hinweis auf eine wachsende Bedeutung der Werte Neutralität und Objektivität innerhalb des bulgarischen Journalismus deuten.

Die Ergebnisse dieser Studie beantworten auch die am Anfang dieser Arbeit gestellte Forschungsfrage. Am Beispiel Bulgariens wurde gezeigt, dass Journalisten verschiedener Altersgruppen in einem Transformationsland ein unterschiedliches Berufsverständnis besitzen, weil sie unterschiedlichen Generationen angehören, die sich unter dem Eindruck spezifischer gesellschaftlicher und politischer Schlüsselereignisse bildeten.

Die Generation und prägenden Erfahrungen konnten zwar als entscheidende Einflussfaktoren identifiziert werden, es gibt aber andere Faktoren aus allen drei Ebenen des Modells zum Selbstverständnis bulgarischer Pressejournalisten, die Unterschiede zwischen den Typen

erklären. Die SUBJEKTEBENE offenbarte weiter das „Geschlecht“, die „Motive der Berufswahl“ und die „Berufszufriedenheit“ als einflussrelevant. Innerhalb der INSTITUTIONSEBENE wurden die „Belastung/Entlohnung“, die „innere Pressefreiheit“, die „Tätigkeit in der Redaktion“, das „Image der Zeitung“, sowie die „Referenzgruppen“ und die „Informationsquellen“ identifiziert. Aus der MEDIENEBENE erwiesen sich die „Konkurrenz“ und die „Pressefreiheit“ als relevant. Auch die Operationalisierungsfaktoren des Selbstverständnisses das „Publikumsbild“, die „ethischen Maßstäbe“, die „Machtvorstellung“ haben sich als solche bestätigt. Anzumerken sei zuletzt noch, dass sich vor allem der schwere Informationszugang in Bulgarien und die Einschränkungen in der inneren Pressefreiheit auf die „Handlungsrelevanz“ des Selbstverständnisses auswirken. Die vermutete schwierige Umsetzbarkeit der Arbeitsziele der in einem Transformationsland arbeiteten Journalisten hat sich somit bestätigt.

Ob die Forschungsergebnisse zum Selbstverständnis von Pressejournalisten auch auf Journalisten zutreffen, die in anderen Medienbereichen in Bulgarien tätig sind, könnten Folgestudien ermitteln, die sich beispielsweise dem Hörfunk und dem Fernsehen in Bulgarien zuwenden. Die vorliegende Pionierarbeit ermöglichte zuerst einmal einen kleinen Einblick in die Arbeitssituation und das Selbstverständnis der in einem Transformationsland arbeiteten Journalisten und leistete damit einen Beitrag zur noch schwach entwickelten Journalismusforschung innerhalb der Transformationsforschung. Sie kann in einem weiteren Schritt als Basis für komparative Studien dienen und das Rollenverständnis von Journalisten aus mehreren Transformationsländern vergleichen. Einschränkend ist jedoch zu vermerken, dass die Erfragung der Arbeitsziele der Journalisten allein nicht ausreicht, um auf ihre praktische Umsetzung rückzuschließen. Besonders bei sensiblen Themen wie Unparteilichkeit und Distanz zu Politikern könnten sozialerwünschte Antworten vermutet werden, die diesbezüglich eher westliche Erwartungen bedienen und nicht den wahren Absichten der Journalisten entsprechen. Deshalb empfiehlt es sich, die Ergebnisse durch andere Methoden wie zum Beispiel Beobachtungen, Milieustudien oder Inhaltsanalysen zu überprüfen und zu ergänzen. Eins ist klar: der erste Grundstein ist gelegt, die Bauarbeit steht aber bevor.

## Literaturverzeichnis

### B

**Baeva, I. & Kalinova, E.** (2002): *Balgarskite prehodi. 1939-2002* (Die bulgarischen Übergänge. 1939-2002). Sofia.

**Beichelt, T.** (2003): Öffentlichkeit und Demokratie in den Transformationsstaaten Südeuropas. In: D. Busk & I. Panasiuk (Hrsg.): *Medientransformationsprozesse, gesellschaftlicher Wandel und Demokratisierung in Südosteuropa*. Frankfurt am Main. S. 27-39.

**Brosius, H-B & Koschel, F.** (2001): *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung*. Eine Einführung. Wiesbaden.

**Brunner, G.** (1995): *Verfassungs- und Verwaltungsrecht der Staaten Osteuropas*. München.

**Burudshiewa, T.** (1999): Medien und Macht. Transformationen und Perspektiven der Medien in Bulgarien. In: H. Krämer & C. Stojanov (Hrsg.): *Bulgarien im Übergang*. Bergisch Gladbach. S. 147-169.

**Büschges, G.** (1997): *Einführung in die Organisationssoziologie*. Stuttgart.

### C

**Coman, M.** (2000): Developments in Journalism. Theorie About Media "Transition" in Central and Eastern Europe 1990-99. In: *Journalism Studies*, Vol. 1, 1/2000. S. 35-56.

### D

**Donsbach, W.** (1981a): *Gesellschaftliche Aufgaben der Massenmedien und berufliche Einstellungen von Journalisten: Ein Vergleich kommunikationspolitischer Konzepte über die Funktionen der Massenmedien mit empirischen Ergebnissen zum Selbstverständnis von Journalisten*, Inaugural-Dissertation an der Johannes Gutenberg-Universität. Mainz.

**Donsbach, W.** (1981b): Journalismus zwischen Publikum und Beruf. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 29 Jg/1981. S. 169-185.

**Donsbach, W.** (1982): *Legitimationsprobleme des Journalismus. Gesellschaftliche Rolle der Massenmedien und berufliche Einstellung von Journalisten*. Freiburg.

**Donsbach, W.** (1987): Journalismusforschung in der Bundesrepublik: Offene Fragen trotz Forschungsboom. In: J. Wilke (Hrsg.): *Zwischenbilanz der Journalistenausbildung*. München. S. 105-144.

**Donsbach, W.** (1993a): Journalismus versus journalism – Ein Vergleich zum Verhältnis von Medien und Politik in Deutschland und in den USA. In: *Ders.* (Hrsg.): *Beziehungsspiele – Medien und Politik in der öffentlichen Diskussion. Fallstudien und Analysen*. Gütersloh. S. 283-315.

**Donsbach, W.** (1993b): Redaktionelle Kontrolle im Journalismus: Ein internationaler Vergleich. In: W. Mahle (Hrsg.): *Journalisten in Deutschland. Nationale und internationale Vergleiche und Perspektiven*. München. S. 143-158.

**Donsbach, W.** (2002): Journalist. In: E. Noelle-Neumann, W. Schulz & J. Wilke (Hrsg.): *Das Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*. Frankfurt am Main. S. 78-125.

**Donsbach, W.** (2005): Rollenselbstverständnis. In: S. Weischenberg, H. J. Kleinsteuber & B. Pörksen (Hrsg.): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz. S. 415-420.

**Downing, J.** (1996): Internationalizing media theory: transition, power, culture. Reflections on media in Russia, Poland and Hungary 1980-1995. London.

**Dimitrov, R.** (1998): Zum kulturellen Hintergrund der Mafiabildung in Bulgarien, Eliten im Wandel. In: P. Hatschikjan & A. Magarditsch (Hrsg.): Politische Führung, wirtschaftliche Macht und Meinungsbildung im neuen Osteuropa. München. S. 115-140.

**Dimitrov, V.** (2005): Transformation in Südosteuropa. Wie sich Medien und Journalistenausbildung veränderten und welche Rolle der Westen dabei spielte. Hochschule Bremen.

## E

**Ehmig, S.** (2000): Generationswechsel im deutschen Journalismus: Zum Einfluss historischer Ereignisse auf das journalistische Selbstverständnis. Freiburg/München.

**Esser, F.** (1998): Die Kräfte hinter den Schlagzeilen. Englischer und deutscher Journalismus im Vergleich. München.

## F

**Fabris, H.** (1971): Das Selbstbild des Kommunikators bei Tageszeitungen. In: Publizistik 16. Jg/1971. S. 357-368.

**Fuchs-Henritz, W.** (2000): Biographische Forschung. Eine Einführung in Praxis und Methoden. Opladen.

**Flick, U.** (2004): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek bei Hamburg.

## G

**Gross, P.** (1999): Before, during, and after: journalism education. In: J. Aumente et al. (Hrsg.): Eastern Europe journalism. Before, during and after communism. Cresskill. S. 147-184.

**Gross, P. & Hiebert, R.** (2003): Remedial education: the remaking of Eastern European journalists. In: R. Fröhlich & C. Holtz-Bacha (Hrsg.): Journalism education in Europe and North America. Cresskill. S. 257-282.

**Grozdeva, D.** (1998): Rodina otkazwa na edni ot tzetirite dlaznika (Rodina stellt vorübergehend einen der fünf Schuldner ein). In: Kapital, 25-31. Mai/1998. S. 52.

## H

**Haas, H. & Pürer, H.** (1996): Berufsauffassungen im Journalismus. In: H. Pürer (Hrsg.): Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. Salzburg. S. 355-365.

**Hadamik, K.** (2004): Medientransformationen und Entwicklungsprozesse in Mittel- und Osteuropa. In: Publizistik 4/2004. S. 454-470.

**Haller, M.** (2004): Typen des Journalismus. In: H. Pürer (Hrsg.): Praktischer Journalismus. Salzburg. S. 81-94.

**Hallenberger, G. & Krzeminski, M.** (1994): Osteuropa: Medienlandschaft im Umbruch. Berichte und Analysen aus neun Ländern: Tschechische Republik, Slowakische Republik, Slowenien, Albanien, Rumänien, Ukraine, Russland, Estland, Lettland. Berlin.

**Hiebert, R.** (1999): Transition: from the end of the old regime to 1996. In: J. Aumente et al. (Hrsg.): Eastern Europe journalism. Before, during and after communism. Cresskill. S. 79-122.

**Hopf, C.** (2000): Qualitative Interviews – ein Überblick. In: U. Flick, E. von Kardorff & I. Steinke: Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg. S. 349-360.

**Hörning K. & Knicker, T.** (1981): Soziologie des Berufs. Hamburg.

## I

**Ivanov, I.** (1997): Istoria na Balaria (Geschichte Bulgariens). Sofia.

## J

**Jakubowicz, K.** (1995): Lovebirds? The media, the state and politics in Central and Eastern Europe. In: Javnost - Journal of the European Institute for Communication and Culture, 2. Jg./1995. S. 75-94.

**von Junker und Bigato, C.** (2006): Aus der Region – für die Region. Eine qualitative zum Selbstverständnis von Lokaljournalisten bei regionalen Tageszeitungen. Magisterarbeit. LMU München.

## K

**Kepplinger, H. M.** (1979): Angepasste Außenseiter. Ergebnisse und Interpretation der Kommunikatorforschung. In: Ders. (Hrsg.): Angepasste Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten. München. S. 7-28.

**Kepplinger, H. M.** (2000): Problemdimensionen des Journalismus. Theoretischer Anspruch und empirischer Ertrag. In: M. Löffelholz (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Wiesbaden. S. 81-99.

**Kelle, U. & Kluge, S.** (1999): Vom Einzelfall zum Typus. Opladen.

**Kiriakova, S.** (2004): Die Journalismusausbildung im sozialistischen Bugarien: Die Fakultät für Journalistik der Sofioter Universität (1974-1989). Magisterarbeit. LMU München.

**Kommission für Medienethik** (2004): Online im Internet: URL: <http://www.mediaethics-bg.org/?op=page&lan=BG&page=Struktura>. [Stand 2006-09-07].

**Koseva, I.** (1996): Petschatat i vlastta na parite (Die Presse und die Macht des Geldes). In: R. Milev (Hrsg.): Balgarsko mediaznanie (Bulgarische Medienwissenschaft). Sofia. S. 2-10.

**Köcher, R.** (1985): Spürhund und Missionar. Eine vergleichende Untersuchung über Berufsethik und Aufgabenverständnis britischer und deutscher Journalisten. München.

**Krupitschka, M.** (2005): Beruf Jugendjournalist. Eine explorative Studie über das Selbstverständnis in den Redaktionen von „Radio Galaxy“, „Energy 93,3“ und dem „Zündfunk“. Diplomarbeit. LMU München.

## L

**Langenbucher, W.** (1976): Pressekonzentration und Journalistenfreiheit. Berlin.



- Lamnek, S.** (1995): Qualitative Sozialforschung. Band 2: Methoden und Techniken. Weinheim.
- Lamnek, S.** (2005): Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. Weinheim/Basel.
- Lauristin, M.** (1997): Contexts on Transition. In: M. Vihalemm, P. Rosengren & K. Weillbull (Hrsg.): Return to the Western World. Cultural and Political Perspectives on Estonian Post-Communist Transition. Tartu. S. 25-40.
- Lazarov, A.** (1997): WAZ da kazhe koi vestnici ste oceleiat (WAZ wird bestimmen, welche Zeitungen überleben). In: Kapital vom 13-19. Januar/1997. S. 40.
- Löffelholz, M.** (2003): Kommunikatorforschung: Journalistik. In: G. Bentele, H-B. Brosius & O. Jarren, (Hrsg.): Handbuch Öffentliche Kommunikation. Wiesbaden. S. 28-53.
- Löffelholz, M.** (2004): Theorien des Journalismus. Eine historische, metatheoretische und synoptische Einführung. In: M. Löffelholz (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden. S. 17-65.
- Lünenborg, M.** (2002): Journalismusforschung und Gender Studies. In: I. Neverla, E. Grittmann & M. Pater (Hrsg.): Grundtexte zur Journalistik. Konstanz. S. 523-553.
- ## M
- Mair, M.** (2000): Medien und Medienpolitik in Bulgarien. Online in Internet: URL: <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/archiv/rb/rb27/rb27bulgarienhintergrund.html>. [Stand 2006-09-07].
- Mast, C.** (2004). ABC des Journalismus. Konstanz.
- Mayring, P.** (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim/ Basel.
- Merkel, W.** (1999): Systemtransformation. Eine Einführung in die Theorie und Empirie der Transformationsforschung. Opladen.
- Meyen, M.** (2003): Denver Clan und Neues Deutschland. Mediennutzung in der DDR. Berlin.
- Miladinova, D.** (1997): Standart ostawa dlazhnik na petzatnica Rodina (Standart bleibt Schuldner bei der Druckerei „Rodina“). In: Kapital, 26. Mai-01.Juni/1997. S. 39.
- Milev, R.** (1996): Strichi kam istoriata na mediite i komunikatziite v Balgaria (Striche zur Medien- und Kommunikationsgeschichte Bulgariens). In: R. Milev (Hrsg.): Balgarsko mediaznanie (Bulgarische Medienwissenschaft). Band 1, Sofia. S. 59-69.
- Milev, R.** (1999): Medien. In: S. Tröbst. (Hrsg.): Südosteuropa. Wiesbaden. S. 462- 486.
- Milev, R.** (2004): Die aktuelle Medienentwicklung in Bulgarien. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien 2004/2005. Baden-Baden. S. 227-233.
- Möhring, W. & Schlütz, D.** (2003): Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden.

## N

**Nicholchev, I.** (1996): Polarization and Diversification in the Bulgarian Press. In: O. Patrick (Hrsg.): Post-Communism and the Media in Eastern Europe. London. S. 125-144.

**Najdenov, D.** (1995): Prehodat kam pazarno regulirane na pazara (Der Wandel zur wirtschaftlichen Regulation der Presse). In: P. Karaivanova (Hrsg.): Zurnalistikata v totalitarnoto i posttotalitarnoto obstestvo (Der Journalismus im totalitären und post-totalitären Gesellschaft). Sofia. S. 186-213.

## O

**Ognianova, E.** (1997): The Transitional Media of Post-Communist Bulgaria. In: Journalism and Mass Communication Monographs, 162/1997. S. 1-57.

**Ostrawska, D.** (2003): Political Elites and the Mass Media in the Central European Countries. In: W. Donsbach & O. Jandura (Hrsg.): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. Konstanz. S. 62-69.

## P

**Panajotov, F.** (1995): Zurnalistika i nationalna sadba (Journalismus und nationale Schicksal). In: P. Karaivanova (Hrsg.): Zurnalistikata v totalitarnoto i posttotalitarnoto obstestvo (Der Journalismus im totalitären und post-totalitären Gesellschaft). Sofia. S. 9-14.

**Peiris, N.** (2006): Zwischen Information und Meinungsmache. Eine qualitative Studie zum Selbstverständnis von Politikjournalisten deutscher Printmedien. Magisterarbeit. LMU München.

**Petkow, P.** (1996): Osem vsednivnika obiaviavat voina na WAZ (Acht Tageszeitungen erklären WAZ den Krieg). In: Kapital vom 8-15. Dezember/1996. S. 39.

**Preisinger, I.** (2002): Information zwischen Interpretation und Kritik. Das Berufsverständnis politischer Journalisten in Frankreich und Deutschland. Wiesbaden.

**Pürer, H.** (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz.

## R

**Raabe, J.** (2005): Die Beobachtung journalistischer Akteure. Optionen einer empirisch-kritischen Journalismusforschung. Wiesbaden.

**Raycheva, L. & Todor, P.** (2003): Bulgaria. In: D. Paletz & K. Jakubowicz (Hrsg.): Business as usual: Continuity and Change in Central and Eastern Europe. Cresskill. S. 85 - 109.

**Riedel, S.** (1998): Bulgariens wirtschaftliche und soziale Entwicklung. Ein Beispiel für das Zusammenwirken von Transformations- und Globalisierungsprozessen. In: Südosteuropa. Zeitschrift für Gegenwartsforschung. Jg. 47/1998, N1. S. 29.

**Rühl, M.** (1979): Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System. Bielefeld.

**Rühl, M.** (1980): Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf. Mainz.

**Rühl, M.** (1992): Theorie des Journalismus. In: R. Burkart & W. Hömberg (Hrsg.): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Wien.

## S

**Schneider, B., Schönbach, K. & Stürzebecher, D.** (1993): Journalisten im vereinigten Deutschland. Strukturen, Arbeitsweisen und Einstellungen im Ost-West-Vergleich. In: *Publizistik* 38/1993. S. 353-382.

**Scholl, A. & Weischenberg, S.** (1998): Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie. Wiesbaden.

**Siemes, A.** (2000): Auslandskorrespondenten in Polen. Bochum.

**Spassov, O.** (2003a): Medien und Transformationsprozesse in Bulgarien. In: D. Busk, & I. Panasiuk (Hrsg.): *Medientransformationsprozesse, gesellschaftlicher Wandel und Demokratisierung in Südosteuropa*. Frankfurt am Main. S. 253-261.

**Spassov, O.** (2003b): *New Media in South Eastern Europe*. Südosteuropäisches Medienzentrum. Sofia.

**Spassov, O.** (2004): The serious Press, the Tabloid Context, and Qualities of the Public Sphere. In: *Ders.* (Hrsg.): *The media in southeast Europe*. Sofia. S. 50-72.

## T

**Todorov, C.** (2003): Der Mut zu Ja-Sagen. Medientransformation Transformationsstaaten Südeuropas. In: D. Busk & I. Panasiuk (Hrsg.): *Medientransformationsprozesse, gesellschaftlicher Wandel und Demokratisierung in Südosteuropa*. Frankfurt am Main. S. 105-111.

**Thomaß, B.** (2000): Medienethik und journalistische Kritik in den Transformationsgesellschaften Osteuropas. In: C. Schicha (Hrsg.): *Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft*. Münster. S. 133-143.

**Thomaß, B.** (2001): Kommunikationswissenschaftliche Überlegungen. In: *Dies.* & M. Tzankoff (Hrsg.): *Medien und Transformation in Osteuropa*. Opladen. S. 38- 66.

**Thomaß, B. & Tzankoff, M.** (2001): Medien und Transformation in den post-kommunistischen Staaten Osteuropas. In: *Dies.* (Hrsg.): *Medien und Transformation in Osteuropa*. Opladen. S. 235-252.

**Tzankoff, M.** (1999): Transformation des bulgarischen Mediensystems- Journalistinnen in Bulgarien. In: *Südosteuropa*, 48 Jg/ 1999. S. 219-335.

**Tzankoff, M.** (2001a): Der Transformationsprozess in Bulgarien und die Entwicklung der postsozialistischen Medienlandschaft In: B. Thomaß & *Dies.* (Hrsg.): *Medien und Transformation in Osteuropa*. Opladen. S. 67-90.

**Tzankoff, M.** (2001b): Die deutsche Transformationsforschung nach 1989 - Ein Überblick. In: B. Thomaß & *Dies.* (Hrsg.): *Medien und Transformation in Osteuropa*. Opladen. S. 9-37.

**Tzankoff, M.** (2003): Die Medienlandschaft in Bulgarien Online im Internet: URL: <http://www.tzankoff.de/medienlandschaft.html#MedienLandschaft>. [Stand 2006- 11- 15].

## V

**Videnov, M.** (1998): Dinamitschni protzesi v ezika na savremennite balgarski masmedii (Dynamische Prozessen in der Sprache der modernen bulgarischen Massmedien). In: R. Milev (Hrsg.): Balgarsko mediaznanie (Bulgarische Medienwissenschaft). Band 2. Sofia. S. 299-340.

**Voltmer, K.** (2000): Massenmedien und demokratische Transformation in Osteuropa - Strukturen und Dynamik öffentlicher Kommunikation im Prozeß des Regimewechsels. In: H. Klingemann & F. Neidhardt (Hrsg.): WZB-Jahrbuch 2000: Zur Zukunft der Demokratie. Herausforderungen im Zeitalter der Globalisierung. Berlin. S. 123-151.

## W

**Wagner, H.** (1999): Verstehende Methoden in der Kommunikationswissenschaft. München.

**Weber, S.** (2003): Systemtheorien der Medien. In: *Ders* (Hrsg.): Theorien der Medien. Konstanz. S. 202-222.

**Weischenberg, S.** (1989): Der enttarnte Elefant. Journalismus in der Bundesrepublik – und die Forschung, die sich ihm widmet. In: Media Perspektiven 4/1989. S. 227-239.

**Weischenberg, S., von Bassewitz, S. & Scholl, A.** (1989): Konstellationen oder Aussagenentstehung. Zur Handlungs- und Wirkungsrelevanz journalistischer Kommunikationsabsichten. In: M. Kaase, & W. Schulz (Hrsg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen. S. 280-300.

**Weischenberg, S.** (1992): Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis, Band 1: Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen.

**Weischenberg, S., Löffelholz, M. & Scholl, A.** (1993): Journalismus in Deutschland. Design und Befunde der Kommunikatorstudie. In: Media Perspektiven 1/1993. S. 21-35.

**Weischenberg, S.** (1994a): Konzepte und Ergebnisse der Kommunikatorforschung. In: O. Jarren (Hrsg.): Medien und Journalismus 1. Eine Einführung. Opladen. S. 227-266.

**Weischenberg, S.** (1994b): Journalismus als soziales System. In: K. Merten, S. Schmidt & S. Weischenberg (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Opladen. S. 427-454.

**Weischenberg, S., Löffelholz, M. & Scholl, A.** (1994): Merkmale und Einstellungen von Journalisten. In: Media Perspektiven 4/1994. S. 154-167.

**Weischenberg, S.** (1995): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2. Opladen.

**Weischenberg, S.** (2002): Merkmale, Einstellungen, Berufsverständnis. In I. Neverla (Hrsg.): Grundlagentexte zur Journalistik.. Konstanz. S. 485-522.

**Weischenberg, S., Malik, M & Scholl, A.** (2006a): Journalismus in Deutschland 2005. In: Media Perspektiven 7/2006. S. 346-361.

**Weischenberg, S., Malik, M & Scholl, A.** (2006b): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz.

**Wiedebusch, J.** (1989): Selbstverständnis und Rezipientenbilder von Hörfunkjournalisten. Frankfurt am Main.

**Wilke, J.** (1999): Leitmedien und Zielgruppenorgane. In: *Ders.* (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Köln/Weimer/Wien. S. 302-329.

## Z

**Zapf, W.** (1995): Modernisierung in der Transformationsforschung. In: Politische Vierteljahresschrift. Sonderheft 26/1995. S. 169-181.

**Znepolski, I.** (2000): Teatralizirane na fakta: realnost i fikcija w nowata presa (Theatralisierung der Fakten: Wirklichkeit und Fiktion in der neuen Presse). In: G. Loyanov & O. Spassov (Hrsg.): Medii i Mitowe (Medien und Myte). Sofia.

**Zownowski, K.** (2006): Zwischen Unterhaltung und Wissensvermittlung: Die „Macher“ von Geschichte im öffentlich rechtlichen Fernsehen. Eine qualitative Studie zum Selbstverständnis von Geschichtsschreibern/innen und den Arbeitsbedingungen in Geschichtsschreibungen. Magisterarbeit. LMU München.

**Zlatev, O.** (2005): Bulgaria. In: *Ders.* (Hrsg.) South East Europe Media Organisation. Media Handbook 2004/2005. Belgrad. S. 55-69.

## **Abkürzungsverzeichnis**

**Folgende Abkürzungen sind im Text enthalten:**

<i>BKP</i>	<i>Bulgarische Kommunistische Partei</i>
<i>BSP</i>	<i>Bulgarische Sozialistische Partei</i>
<i>BTA</i>	<i>Bulgarische Telegraphische Agentur</i>
<i>BWL</i>	<i>Betriebswirtschaftslehre</i>
<i>CNN</i>	<i>Cable News Network</i>
<i>FAZ</i>	<i>Frankfurter Allgemeine Zeitung</i>
<i>DPS</i>	<i>Bewegung für Rechte und Freiheiten</i>
<i>NDSW</i>	<i>Nationale Bewegung Simeon II</i>
<i>UDK</i>	<i>Union der Demokratischen Kräfte</i>

## **Abbildungsverzeichnis**

<i>Abbildung 1</i>	<i>Modell zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten S. 42</i>
<i>Abbildung 2</i>	<i>Typologie des Selbstverständnisses von bulgarischen Pressejournalisten S. 98</i>
<i>Abbildung 3</i>	<i>Modifiziertes Modell zum Selbstverständnis von bulgarischen Pressejournalisten S. 114</i>
<i>Tabelle 1</i>	<i>Auswahl der Interviewpartner S. 69</i>
<i>Tabelle 2</i>	<i>Einteilung der Befragten nach Kriterium Arbeitsziel S. 97</i>

**Lebenslauf****PERSON**

Name: **Pavlina Krasteva**  
Geburtsdatum und -ort: 05.05.1983, Sofia, Bulgarien  
Anschrift: Steinickeweg 4, 80798 München  
Handynummer: 0179/ 777 46 64  
E-Mail: pali0505@yahoo.de

**WERDEGANG**

Seit 10/2002 **Studium an der Ludwig-Maximilians-Universität München**  
**HF:** Magisterstudiengang Kommunikationswissenschaft  
**NF:** Werbepsychologie  
**NF:** Interkulturelle Kommunikation  
09/1997-05/2002 **Deutschsprachiges Gymnasium "Prof. K. Galabov", Sofia**  
Besuch der deutschen Leistungsklasse  
Deutsches Abitur, Erwerb der deutschen Allgemeinen Hochschulreife

**PRAKTIKA**

09/2005-10/2005 **Bayerische Rundfunkwerbung GmbH**  
Praktikantin in Marketing-Abteilung  
06/2005-09/2005 **DDB Sofia**  
Praktikantin in Client Service Department  
06/2004-10/2004 **EURO RSCG New Europe**  
Praktikantin in Client Service Department

**SPRACHEN & AUSLAND**

Deutsch sehr gut in Wort und Schrift  
Italienisch sehr gut in Wort und Schrift  
Englisch fließend  
Mazedonisch verhandlungssicher  
Bulgarisch Muttersprache  
02/2006 – 08/ 2006 Erasmus in Mailand, Italien, Studium der Kommunikationswissenschaft an der Universität „Cattolica di sacro cuore“



### **Ehrenwörtliche Erklärung**

Hiermit erkläre ich, Pavlina Krasteva, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Verwendung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus veröffentlichten oder unveröffentlichten Schriften entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit ist in gleicher Form oder auszugsweise im Rahmen anderer Prüfungen noch nicht vorgelegt worden.

München, den 26. März 2007