

Ludwig-Maximilians-Universität München  
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

# Die Macher der „Visitenkarte Deutschlands“

**DEUTSCHE WELLE**



**Eine qualitative Studie zum Selbstverständnis  
von DW-Journalisten**

**Freie wissenschaftliche Arbeit**

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

**Vorgelegt von Hristina Krasteva**

**Eingereicht bei Prof. Dr. Michael Meyen**

**München, April 2007**

## Inhaltsverzeichnis

<b>I. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>II. Theoretische Grundlagen</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Der Auslandsrundfunk Deutschlands – 50 Jahre Deutsche Welle</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1 Der gesetzliche Programmauftrag der Deutschen Welle</b> .....	<b>7</b>
<b>1.2 Programmgrundsätze</b> .....	<b>12</b>
<b>1.3 Finanzierung des Auslandsrundfunks</b> .....	<b>14</b>
<b>1.4 Das journalistische Angebot der Deutschen Welle</b> .....	<b>15</b>
<b>1.5 Besonderheiten und Anforderungen des Auslandsrundfunk-Journalismus</b> .....	<b>17</b>
<b>1.5.1 Das internationale Publikum - eine Herausforderung</b> .....	<b>17</b>
<b>1.5.2 Die Anforderungen eines interkulturellen Arbeitsumfelds</b> .....	<b>20</b>
<b>1.5.3 Die Deutsche Welle und das Konzept von <i>public diplomacy</i></b> .....	<b>22</b>
<b>1.6 Ein Zwischenfazit</b> .....	<b>24</b>
<b>2. Das journalistische Selbstverständnis in der Kommunikatorforschung</b> .....	<b>25</b>
<b>2.1 Eine Definition vom Selbstverständnis</b> .....	<b>25</b>
<b>2.2 Empirische Forschungsergebnisse zum journalistischen Selbstverständnis</b> .....	<b>28</b>
<b>2.2.1 Das journalistische Selbstverständnis in der Zeit</b> .....	<b>28</b>
<b>2.2.2 Typen journalistischen Selbstverständnisses</b> .....	<b>30</b>
<b>2.3 Entwicklung eines journalismustheoretischen Modells</b> .....	<b>35</b>
<b>2.3.1 Relevante theoretische Ansätze und Modelle der Kommunikatorforschung</b> .....	<b>35</b>
<b>2.3.2 Modell zum Selbstverständnis von DW-Journalisten</b> .....	<b>40</b>
<b>3. Zusammenfassung</b> .....	<b>57</b>
<b>III. Methode</b> .....	<b>59</b>
<b>1. Das qualitative Leitfadeninterview</b> .....	<b>59</b>
<b>1.1 Wahl der Methode - Begründung</b> .....	<b>59</b>
<b>1.2 Schwächen und Grenzen der Methode</b> .....	<b>61</b>
<b>2. Untersuchungsdesign</b> .....	<b>64</b>
<b>2.1 Auswahl der Befragten</b> .....	<b>64</b>
<b>2.2 Leitfadenkonstruktion</b> .....	<b>68</b>
<b>2.3 Durchführung der Befragung</b> .....	<b>70</b>
<b>2.4 Auswertung</b> .....	<b>71</b>

<b>IV. Ergebnisse</b> .....	<b>74</b>
<b>1. Der DW-Journalist - ein Porträt</b> .....	<b>74</b>
<b>1.1 Allgemeines, berufliche Sozialisation und Berufsmotivation der Befragten</b> .....	<b>74</b>
<b>1.2 Der redaktionelle Alltag im DW-Haus</b> .....	<b>79</b>
<b>1.2.1 Arbeitsbedingungen und journalistische Tätigkeiten in den DW-Redaktionen</b> ..	<b>79</b>
<b>1.2.2 Arbeitsziele der DW-Journalisten</b> .....	<b>91</b>
<b>2. Typologie des Selbstverständnisses von DW-Journalisten</b> .....	<b>94</b>
<b>2.1 Der Repräsentant</b> .....	<b>99</b>
<b>2.2 Die Alternative Stimme</b> .....	<b>103</b>
<b>2.3 Der Europamissionar</b> .....	<b>107</b>
<b>2.4 Der Demokratieförderer</b> .....	<b>110</b>
<b>2.5 Der Mittler im Kulturdialog</b> .....	<b>113</b>
<b>2.6 Der Ausreißer</b> .....	<b>116</b>
<b>3. Einflussfaktoren auf das Selbstverständnis der DW-Journalisten</b> .....	<b>118</b>
<b>V. Fazit und Ausblick</b> .....	<b>125</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>130</b>
<b>Tabellen- und Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>138</b>
<b>Lebenslauf</b> .....	<b>139</b>
<b>Ehrenwörtliche Erklärung</b> .....	<b>140</b>

### I. Einleitung

„Ein Diplomat ist ein Gentleman, der zweimal überlegt, bevor er nichts sagt“, so bringt der Nobelpreisträger für Literatur und berühmte US-amerikanische Autor John Steinbeck auf den Punkt, was die Arbeit der Regierungsbeauftragten ausmacht. Diplomaten sind dementsprechend nicht die eifrigsten Kommunikatoren, halten sich mit öffentlichen Äußerungen zurück oder verfolgen damit gezielt eine regierungsnahe Informationspolitik. Journalisten, die ihren öffentlichen Auftrag zur umfassenden Information, Kritik und Kontrolle der politischen Akteure wahrheitsgetreu und unabhängig erfüllen sollen (Deutscher Journalisten-Verband 1996), haben hingegen diametral entgegengesetzte Ziele. Somit sind diese Tätigkeitsfelder zwei miteinander kaum vereinbare Welten. In der wissenschaftlichen Literatur (Puhl 1992; Dörr 1997; Pieper 2000; Kuhl 2002b; Schmidt-Husson 2006) wird jedoch eine Gruppe von Medienmachern stets auf der Strecke Journalismus – Diplomatie positioniert gesehen und gerade deshalb oft kritisiert. Den Auslandsrundfunk-Journalisten und somit auch den Journalisten des deutschen Auslandssenders, Deutsche Welle<sup>1</sup>, wird die Gratwanderung zwischen diesen beiden gegensätzlichen Zielsetzungen unterstellt.

Angesichts der kritischen Stimme aus der Wissenschaft und der Unvereinbarkeit der genannten Arbeitsfelder wirft sich die Frage auf, wie die DW-Redakteure selbst ihre Arbeitsziele definieren und verstehen. Zentrales Anliegen dieser Magisterarbeit ist deshalb ein umfassendes Bild zum journalistischen Selbstverständnis der Macher der „Visitenkarte Deutschlands“ vor dem Hintergrund des Problemfeldes - Journalismus versus Diplomatie - zu ermitteln.

Mit ihrem Forschungsanliegen ist die vorliegende Studie im Bereich der Kommunikator-/Journalismusforschung angesiedelt. Die Kommunikatorforschung setzt sich unter anderem mit der Problematik auseinander, mit welchen Überzeugungen und Zielsetzungen die Journalisten an ihre Tätigkeit herangehen, wie sie ihre Aufgaben definieren, welches Verständnis sie von sich selbst haben. Bislang hat sich jedoch noch keine Studie speziell mit dem Selbstverständnis und der Arbeitswelt der DW-Journalisten befasst. Angesichts der oben angesprochenen Problematik ist es verwunderlich, warum sich die Kommunikatorforscher dafür nicht interessiert und diese Forschungslücke bestehen lassen haben. Somit gibt es keine empirischen Ergebnisse, die als Vergleichsbasis für die vorliegende Untersuchung herangezogen werden können. Die bestehende Fachliteratur über Auslandsrundfunk-Journalismus in Deutschland behandelt überwiegend rechtswissenschaftliche Aspekte des Auslandssenders, was aber die journalistische Arbeit der dort tätigen Redakteure angeht, erweist sie sich als dürftig, sie liefert nur ansatzweise Informationen darüber. Über die Berufsgruppe der deutschen Journalisten allgemein, zu der die DW-Redakteure gehören, die wenn auch nicht immer deutscher Herkunft in der Bundesrepublik ihre journalistische Arbeit leisten, liegen hingegen bereits zahlreiche empirische Erkenntnisse vor, die einen gewissen Vergleich zulassen und deshalb als

---

<sup>1</sup> Im Laufe der Arbeit wird häufig anstatt des ganzen Namens des Senders die Kürzung DW verwendet.

theoretische Grundlage für die vorliegende Untersuchung in Anspruch genommen werden. Die Journalisten der 70er und 80er Jahre verfolgten ihnen zufolge das Ziel der politisch motivierten Meinungsvermittlung (Kepplinger 1979; Donsbach 1982; Köcher 1985). Seit den 90er Jahren dominiert jedoch das Bild des neutralen Informationsvermittlers (Schönbach, Stürzebecher & Schneider 1994; Weischenberg, Löffelholz & Scholl 1994). Die Dominanz dieses Rollenverständnisses wird aktuell in den beiden jüngsten Studien zum Onlinejournalismus und Journalismus in Deutschland wieder bestätigt (Löffelholz, Quandt, Hanitzsch und Altmeppen 2003; Weischenberg, Malik & Scholl 2006a).

Einen Anlass, ein vom neutralen Informationsvermittler abweichendes Rollenbild bei dem DW-Journalisten zu vermuten, liefert der gesetzliche Programmauftrag der DW, der gewisse diplomatische Funktionen der dort arbeitenden Journalisten impliziert. Der DW ist nicht der klassischer Rundfunkauftrag – Information, Bildung und Unterhaltung (Hesse 2003: 130) gestellt, der mehr oder weniger als wichtige Voraussetzung für in der Kommunikatorforschung ermittelte Aufgabenverständnisse gesehen werden kann. Ihr Auftrag ist inhaltlich begrenzt und genau bestimmt. In erster Linie soll die DW ein umfassendes Bild des politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Lebens in Deutschland nach außen vermitteln und das politische und internationale Verhalten Deutschlands darstellen und erläutern (Kuhl 2002b: 155). Darüber hinaus soll sie gemäß § 4 Deutsche-Welle-Gesetzes<sup>2</sup> das Verständnis und den Austausch der Völker untereinander fördern, Menschen mit unterschiedlichen Religionen und Kulturen einander näher bringen und somit eine gewisse vermittelnde, diplomatische Rolle im Dialog der Kulturen in Anspruch nehmen. Bei der Erfüllung dieses umfangreichen Programmauftrages bestimmt die DW unmittelbar die Außenpräsentation des Staates mit, weil ihre Programme weit mehr Menschen täglich erreichen als alle Träger der auswärtigen Kulturpolitik zusammen (Weirich 1997: 49). Der Auslandsrundfunk spielt somit eine wichtige Rolle im Bereich der Außenpolitik der Bundesrepublik Deutschland (Kleinsteuber 2002: 350). Darin findet auch § 5 des DWG seine Begründung. Dem zufolge soll die Berichterstattung in dem Bewusstsein erfolgen, dass die DW-Sendungen die Beziehungen der Bundesrepublik Deutschland zu ausländischen Staaten berühren. Dieser häufig in der Literatur (Pieper 2000: 73; Dörr 1997: 27; Puhl 1992: 938; Schmidt-Husson 2006: 148-156) umstrittene Paragraph des Gesetzes lässt die Vermutung zu, dass die DW-Redakteure bei ihrer Arbeit diplomatische Sensibilität aufweisen müssen, damit ihre journalistische Arbeit nicht Grund für diplomatische Komplikationen und Irritationen wird. Somit ist sehr wohl zu erwarten, dass die DW-Journalisten in ihren Sendungen die Außenpolitik der Bundesregierung nicht konterkarieren (Niepella 2003: 124) und diplomatisches Verhalten aufweisen. Andererseits sollen sie jedoch als Mitglieder des Berufstandes Journalismus umfassend, neutral, unabhängig, wahrhaftig berichten und die journalistischen Grundsätze befolgen. Spätestens hier wird klar, warum sich die Auslandsrundfunk-Journalisten im Spannungsfeld zwischen

---

<sup>2</sup> Im Laufe der Arbeit wird auch die Kürzung DWG für das genannte Gesetz verwendet.

Journalismus und Diplomatie befinden. Damit entsteht die spannende Frage, ob der eben erklärte Vorbehalt den DW-Redakteuren eine „Scheren in den Kopf“ setzt, sie vom im deutschen Journalismus dominierten Rollenbild des neutralen Informationsvermittlers weit entfernt und ihr Selbstverständnis maßgeblich prägt. Ob die DW-Macher dennoch Journalisten im eigentlichen Sinn des Wortes bleiben oder sie zu Diplomaten mit anderen Mitteln werden, bleibt hier zu fragen. Das macht die Ermittlung des Selbstverständnisses der Macher des deutschen Auslandssenders so interessant und bietet die Möglichkeit, die diesbezüglich bestehende Forschungslücke zu schließen.

Ein Schwachpunkt zahlreicher Journalismusstudien ist, dass sie zwar verschiedene Rollenbilder ermitteln, Einflussgrößen und Faktoren jedoch vernachlässigen, die das journalistische Selbstverständnis konstruieren und erklären können. An diesen Kritikpunkt wird in der vorliegenden Magisterarbeit angeknüpft und weiterhin ermittelt, wie sich ein bestimmtes Bild vom Beruf des DW-Redakteurs bildet und ob und wie es mit personenbezogenen, sozialisations-, arbeits- und berufsbedingten Faktoren zusammenhängt. Zu diesem Zweck wird ein journalismustheoretisches Modell entwickelt, welches das Selbstverständnis des DW-Redakteurs im Kontext seiner Einflussfaktoren darstellt und als Grundlage für die Analyse des Forschungsgegenstandes dieser Arbeit dient. Die Entwicklung des Modells basiert auf theoretischen Überlegungen rund um die Besonderheiten des Auslandsrundfunk-Journalismus und integriert Aspekte relevanter, bereits bestehender theoretischer Modelle. Das „Vier-Sphären-Modell“ von Donsbach (1987: 112), das „Zwiebel-Modell“ von Weischenberg (1992: 68), das „Integrative Mehrebenen-Modell“ von Esser (1998: 27) bilden ein wichtiges Fundament. Darüber hinaus werden theoretische Überlegungen und Modifikationen der genannten Modelle, die im Rahmen von Magister- und Diplomarbeiten zum journalistischen Selbstverständnis in den letzten beiden Jahren am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München entstanden sind, einbezogen.

Vor dem Hintergrund des bereits Ausgeführten lassen sich die folgenden Forschungsfragen formulieren: Welches journalistische Selbstverständnis haben DW-Journalisten vor dem Hintergrund des Problemfeldes Journalismus versus Diplomatie? Welche Faktoren sind ausschlaggebend für die Bildung dieses Selbstverständnisses und können es erklären?

Bei diesen Fragen handelt es sich um Motive und Einstellungen, individuelle, subjektive Gründe mit kognitivem Charakter, die oft bei Menschen unbewusst vorhanden sind. Dies macht ihr Ermitteln und vor allem Erklären zu einem der schwierigsten Forschungsfelder der Wissenschaft (Meyen 2003: 23). Die Lösung solcher Forschungsprobleme kann nur durch ein qualitatives Verfahren wie das Leitfadeninterview gelingen. Das Prinzip der Offenheit dieser Methode erlaubt es, ein detailliertes, ganzheitliches Bild vom Selbstverständnis der DW-Journalisten und relevante Bezugssysteme zu ermitteln (Scholl 2003: 35-91), was das Deuten vorhandener Einstellungen und Motive erleichtert. Quantitative Methoden, die in den bereits erwähnten Studien dominieren, fragen lediglich vorhandene Annahmen ab, dabei besteht jedoch die Gefahr, dass nicht bedachte Aspekte und

Nuancen verloren gehen. Möglichst viele und neue Aspekte zu ermitteln ist aber vorrangiges Ziel dieser Studie, die einen explorativen Charakter aufweist, weil bisher die Arbeitswelt der DW-Redakteure noch nicht erforscht worden ist. Insofern wäre eine quantitative Vorgehensweise nicht so ergiebig. Im Vorfeld konnten keine Annahmen aufgestellt werden, um sie im Nachhinein zu überprüfen, diese sollen im Laufe dieser Studie erst generiert werden und die qualitative Methode genügt dieser Anforderung.

Grundlage dieser Untersuchung bilden daher 14 teilstrukturierten Leitfadeninterviews, die mit Redakteuren sowohl deutscher als auch ausländischer Herkunft von deutschen und von Fremdsprachenredaktionen des DW-Radios, DW-Fernsehens und DW-Onlineangebots im November 2006 durchgeführt wurden. Die Auswahl verspricht einen Vergleich bezüglich Mediumsart (Radio, Fernsehen, Internet), Sendegebiete (Deutsch- und Fremdsprachprogramme), sowie Herkunft der Journalisten (deutsch, ausländisch). Aufgrund der geringen Zahl der Befragten kann kein Anspruch auf Repräsentativität erhoben werden, was auch nicht Zweck einer qualitativen Studie ist. Vielmehr soll ein tieferer Einblick in die bislang unerforschte Arbeitswelt der DW-Macher ermöglicht werden.

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in vier Teile. Das erste Kapitel des **Theorieteils** widmet sich dem Arbeitsfeld Auslandsrundfunk in Deutschland mit seinen strukturellen und organisatorischen Besonderheiten und journalismusspezifischen Anforderungen. Das zweite Kapitel behandelt den Forschungsgegenstand Selbstverständnis, definiert den Begriff und verschafft einen Überblick über bisherige empirische Studien und darin ermittelte relevante Typen von journalistischen Selbstbildern. Anschließend wird das Modell zum Selbstverständnis der DW-Redakteure aufgrund theoretischer Überlegungen aus den ersten zwei Kapiteln und relevanter journalismustheoretischer Modelle und Ansätze entwickelt. Im zweiten Teil wird die gewählte **Methode** dargestellt und diskutiert, und das Untersuchungsdesign näher erläutert. Neben der Begründung der Auswahl und Durchführung der Befragung wird auch die methodische Vorgehensweise bei der Entwicklung des Leitfadens sowie bei der Auswertung der Interviews erklärt. Im dritten Teil werden die **Ergebnisse** dieser Studie präsentiert. Zunächst wird ein ausführliches Porträt der Untersuchungsgruppe gezeichnet, darauf folgend eine Typologie des Selbstverständnisses der DW-Redakteure entwickelt und die darauf einflußnehmenden Faktoren dargestellt. Im abschließenden Teil, im **Fazit**, werden die wichtigsten Befunde diskutiert und ein Forschungsausblick angeboten.

## II. Theoretische Grundlagen

Im zweiten Teil der vorliegenden Arbeit werden die theoretischen Grundlagen ausführlich behandelt, auf deren Basis die Untersuchung des journalistischen Selbstverständnisses der DW-Journalisten durchgeführt wird. Zunächst wird ein Einblick in das Arbeitsfeld des Auslandsrundfunks in Deutschland mit seinen Besonderheiten geboten. Empirische Forschungsergebnisse zum journalistischen Selbstverständnis, theoretische Ansätze und Modelle der Kommunikator-/Journalismusforschung werden anschließend diskutiert, auf deren Basis abschließend ein eigenes journalismustheoretisches Modell entwickelt wird, das als Grundlage für die Analyse des journalistischen Selbstverständnisses der DW-Redakteure dient.

### 1. Der Auslandsrundfunk Deutschlands – 50 Jahre Deutsche Welle

Im Mittelpunkt des folgenden Kapitels steht die DW als Auslandsrundfunkanstalt Deutschlands. Zunächst wird kurz auf die Entwicklung in der Zeit seit ihrer Gründung eingegangen. Dann werden die rechtlichen und ökonomischen Regelungen des Auslandsrundfunks in Deutschland ausführlich beschrieben, anschließend die Besonderheiten und Anforderungen des Auslandsrundfunk-Journalismus näher erläutert. Ziel dieses Kapitels ist es, in das Arbeitsfeld Auslandsrundfunk einzuführen und ihm organisatorische und strukturelle Rahmen zu verleihen.

Die DW wurde in den 50er Jahren von den Landesrundfunkanstalten aufgebaut. Ziel ihrer Gründung war es, das angespannte Verhältnis der Welt zu Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg zu entspannen und die neue demokratische Bundesrepublik in der Welt zu repräsentieren. Wegen seiner alleinigen Kompetenz für auswärtige Angelegenheiten gemäß § 73 Nummer 1 Grundgesetz (GG) übernahm der Bund im Jahr 1960 die DW aufgrund des verabschiedeten Gesetzes „über die Errichtung von Rundfunkanstalten des Bundesrechts“ (Bundesrundfunkgesetz) und wandelte sie in eine Bundesrundfunkanstalt um. Dadurch wurde der Sender als gemeinnützige, rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts mit dem Recht auf Selbstverwaltung etabliert (Witte 1999: 1112). Im Jahr 1962 wurde die DW als eigenständige Rundfunkanstalt Mitglied der ARD (Köhler 1988: 21). Nach § 1 Bundesrundfunkgesetzes (BRfG) war die Aufgabe der Anstalt „den Rundfunkteilnehmern im Ausland ein umfassendes Bild des politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Lebens Deutschlands“ zu vermitteln und ihnen „die deutsche Auffassung zu wichtigen Fragen“ darzustellen und zu erläutern. Die DW selbst verstand sich als „Fürsprecher der Bundesrepublik und als Dolmetscher ihrer politischen Zielsetzung“. Sie wollte eine Verbindung zu den deutschsprachigen Menschen in der ganzen Welt schaffen und die aufgrund der nationalsozialistischen Vergangenheit entstandenen Aversionen gegen die Bundesrepublik abbauen (Deutsche Welle 1963).

In den folgenden Jahren entwickelte sich die DW immer mehr zu einem Instrument der ideologischen Auseinandersetzung mit den kommunistischen Staaten Osteuropas, das als „Degen im ideologischen Geflecht des Kalten Krieges“ eingesetzt wurde (Keune 1997: 28). Der Sender erlebte



insbesondere im Bereich der Sprachdienste eine enorme Expansionsphase. Bereits Mitte der 70er Jahre gehörte die DW zu den größten Auslandsrundfunksendern neben *BBC World Service*, *Voice of Amerika*, *Radio Free Europe*, *Radio France Internationale* (Groebel 2000: 43).

Die schnelle Entwicklung des Senders während des Kalten Krieges findet in einigen Aspekten ihre Begründung. Die Bundesregierung wollte die Bürger von Ostdeutschland und der Sowjetunion mit einer antikommunistischen Botschaft erreichen. Der Sender wollte sich dem ostdeutschen Radio *Berlin International* und seinen Botschaften widersetzen, besonders wenn es darum ging, Hörer in den Entwicklungsländern zu erreichen. Mit Beginn des Kalten Krieges hatten darüber hinaus die kommunistischen Staaten Osteuropas ihre Programme auch stark ausgebaut. Dieser Entwicklung galt es, etwas entgegenzusetzen. Die direkte Konkurrenz mit den osteuropäischen Auslandsrundfunksendern war für den bundesdeutschen Auslandsrundfunk eine vorrangige Aufgabe. Die Verbreitung der kommunistischen Ideologie in den Entwicklungsländern sollte verhindert werden. Demzufolge entstanden viele Programme für die Entwicklungsländer als Reaktion auf die Planung eines entsprechenden Programms durch den Klassenfeind (Köhler 1988: 33 ff.). Eine wichtige Aufgabe nahm sie auch in den Staaten Mittel, Ost- und Südosteuropa wahr. Die DW als Sinnvermittler, Sinndeuter und Sinngeber, so lässt sich die Rolle beschreiben, welche sie neben *BBC* und *Voice of America* bei der Herausbildung einer Gegenöffentlichkeit in den totalitär beherrschten Ländern Ost- und Südosteuropas spielte (Duve 1997: 43). Unabhängig von der Kommunistischen Partei und der staatlichen Zensur beeinflusste sie die Handlungen der Mächtigen intensiv. Sie war „Fenster zur Welt“, das es den Menschen erlaubte, sich unabhängig ihre eigene Meinung zum Weltgeschehen zu bilden, sich mit Hilfe von ungeschönten Berichten über ihre eigene Situation und über politische Diskussionen beim vermeintlichen Gegner zu informieren. Als Stimme der freien Welt verbreitete sie die Werte einer demokratischen Gesellschaft. Ihre Sendungen waren ein bedeutsames Instrument der politischen Veränderungen der Jahre 1989/90 (Weirich 1993: 171 ff.). Doch die DW war nicht nur eine Waffe im Ätherkampf gegen den Kommunismus. Die starke Expansion des Programmausstoßes lag auch in dem Willen begründet, sowohl die gewachsene Bedeutung Deutschlands zu repräsentieren und das negative Image Deutschlands nach der nationalsozialistischen Zeit in der Welt zu verbessern, als auch für die junge Exportnation immer wichtiger werdende Handelsbeziehungen zu fördern. In vielen Ländern der so genannten Dritten Welt verfolgten die Programme der DW zudem auch eine entwicklungspolitische Zielsetzung (Browne 1982: 190 ff.).

Die politische Zäsur der Jahre 1989/1990 konnte nicht ohne Auswirkungen für den deutschen Auslandsrundfunk Deutschlands bleiben. Denn seit seiner Gründung gehörte es zu den ersten Aufgaben des Senders, die Idee der deutschen Einheit zu vertreten und sie im Ausland wach zu halten. Mit der Aufhebung des Ost-West-Konflikts und der Vereinigung Deutschlands veränderten sich die außenpolitischen Rahmenbedingungen grundlegend, was sich nachhaltig auf die Organisation und den Auftrag der DW auswirkt. Dem Sender geht es dabei nicht anders als den Anstalten in den USA, in Frankreich und Großbritannien, die aufgrund der neuen weltpolitischen Bedingungen umorganisiert

werden mussten. In der Bundesrepublik wurde auf die genannten Veränderungen mit dem Rundfunkneuordnungsgesetz von 1993 geantwortet, das RIAS-TV<sup>3</sup> auflöste und es der DW angliederte. So wurde das Fernsehprogramm als zweites Bein des deutschen Auslandsrundfunks aufgebaut (Witte 1999: 1133). Die gestärkte Position Deutschlands nach der Wiedervereinigung auf der Bühne der Weltpolitik als ein wichtiger Partner in Fragen der globalen Wirtschaftszusammenarbeit, der internationalen Friedenssicherung und allgemein als entscheidender Faktor in der Weltpolitik und das daraus gewachsene internationale Interesse an Deutschland, an seiner politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklung haben die Bedeutung des deutschen Auslandsrundfunks gestärkt (Grotz 1997: 45 ff.).

Mit dem Zerfall des Kommunismus hat sich für die DW eine neue wichtige Aufgabe in den Ländern in Mittel-, Ost- und Südosteuropa ergeben. Aufgrund ihrer hohen Reputation in dieser Region konnte sie dazu beitragen, die jungen demokratischen Strukturen zu festigen und auszubauen (Weirich 1993: 146). Auch im asiatischen Raum hat sich die DW besonders engagiert, um so der rasch steigenden wirtschaftlich-politischen Bedeutung dieser Weltregion für Deutschland und Europa Rechnung zu tragen (Witte 1999: 1138). Somit ist die DW heute nicht mehr Instrument in der ideologischen Auseinandersetzung zwischen kommunistischen und kapitalistischen Staaten, sondern ein Instrument für Werbung um Toleranz und Völkerverständigung.

Um die Rolle und Bedeutung der DW heutzutage näher zu beleuchten, wird im Folgenden ausführlicher auf ihren gesetzlichen Programmauftrag und die daraus abzuleitenden Funktionen und Aufgaben eingegangen. Somit kann es gesehen werden, welchen Wandel die Anstalt durchlief und wo gegenwärtig die Prioritäten gesetzt werden.

### **1. 1 Der gesetzliche Programmauftrag der Deutschen Welle**

Die gesetzlichen Rahmenbedingungen für die Tätigkeiten und Funktionen von DW heutzutage ergeben sich aus dem „Gesetz über die Rundfunkanstalt des Bundesrechts "Deutsche Welle““ (Deutsche Welle Gesetz – DWG), das 1997 das bis dahin geltende Bundesrundfunkgesetz ablöste (Dörr 1998: 18f.). Im § 4 DWG ist als gesetzlicher Programmauftrag herauszulesen, dass die Sendungen der DW den Rundfunkteilnehmern im Ausland ein umfassendes Bild des politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Lebens in Deutschland vermitteln und ihnen deutsche Auffassungen zu wichtigen Fragen darstellen und erläutern sollen. Damit ist eine klare Zielsetzung bestimmt, nach der sich das Programm ausrichten soll. Die Berichterstattung soll sich auf das Leben in Deutschland in all seinen Facetten beziehen, damit ein umfassendes Bild des Landes der Welt angeboten wird. Darüber hinaus soll die Berichterstattung auch einen objektiven Überblick über das Weltgeschehen mit einschließen. Deutschland ist derart in den internationalen Geschehnissen und in der Weltpolitik eingebunden, dass eine Berichterstattung über Deutschland ohne die Einbeziehung des internationalen

---

<sup>3</sup> RIAS-TV war das Fernsehprogramm der Rundfunkanstalt RIAS mit Sitz in West-Berlin, das 1988 mit dem Auftrag gegründet wurde, Informationssendungen für West-Berlin und DDR zu produzieren (Witte 1999: 1133).

Kontexts unvollständig wäre. Somit konzentriert sich die Berichterstattung nicht nur auf das Leben in Deutschland. Diese Programmausrichtung entspricht auch dem gewachsenen Informationsbedarf der Rundfunkteilnehmer an internationaler Berichterstattung sowohl in Ländern mit liberalisierten und deregulierten Medienmärkten, als auch in Ländern ohne Medienfreiheit. Der § 4 setzt diesen Programmauftrag in konkreten Rahmen. Die DW-Sendungen sollen vor allem dem friedlichen Zusammenleben der Völker untereinander dienen und zur internationalen Verständigung beitragen (Niepalla 2003: 100).

Der sehr allgemein formulierte gesetzliche Programmauftrag wird von der DW selbst konkretisiert und in einzelnen Funktionen und Aufgaben- Stimme Deutschlands in der Welt, Stimme der Freiheit, Krisenradio, Dialog der Kulturen, Brücke zur Heimat - ausformuliert, die im Folgenden dargestellt werden.

### **Stimme Deutschlands in der Welt**

Die DW-Programme haben den Zuschauern und Hörern im Ausland in erster Linie sachliche Informationen aus Deutschland im europäischen und globalen Kontext zu bieten. Vor dem Hintergrund der mangelhaften außenpolitischen Berichterstattung in den DW-Sendegebieten<sup>4</sup>, insbesondere über Deutschland und Europa, tritt die Bedeutsamkeit dieser Aufgabe hervor. Die DW ist somit der wichtigste Faktor der medialen Außenpräsenz Deutschlands. Ziel ist es, Deutschland in seinem wichtigen Stellenwert innerhalb des globalen Zusammenlebens mit seinen demokratischen Errungenschaften und seinem Beitrag zur internationalen Politik, Wirtschaft und Völkerverständigung zu präsentieren. Auf diese Weise schafft sie Grundlagen für die Wahrnehmung deutscher Interessen in den Sendebereichen<sup>5</sup>, was im Zuge der Globalisierung zunehmend an Bedeutung gewinnt (Verheugen 1997: 31). Dabei ist ein ungeschriebener Auftrag des deutschen Auslandsrundfunks, als Stimme Deutschlands in der Welt das Ansehen Deutschlands zu fördern. Der Programmauftrag umfasst ebenso die journalistische Begleitung der Entwicklungen in der deutschen Außen- und Entwicklungspolitik (Niepalla 2003: 108 ff.).

### **Stimme der Freiheit**

Auch nach dem Ende der Blockkonfrontation leben zwei Drittel der Weltbevölkerung unter totalitärer und autoritärer Herrschaft, unter Bedingungen keiner oder sehr stark eingeschränkter Presse- und Informationsfreiheit (Reporters without borders, 2006). Die Menschen in diesen Gebieten verlangen nach freier, glaubwürdiger und unzensurierter Information über Ereignisse vor Ort und über das Weltgeschehen, die ihnen im eigenen Land vorenthalten werden. Zwangsläufig sind sie auf freie und unabhängige Informationen von außen angewiesen. Der Auslandsrundfunk hat dort die wichtige

---

<sup>4</sup> In welchen Weltregionen die DW ihre Programme und Sendungen verbreitet, wird im Abschnitt 1.4 ausführlicher dargestellt.

<sup>5</sup> Viele DW-Sendegebiete sind wichtige Wirtschaftsmärkte, wie Indien, China etc. (Verheugen 1997: 30).

Aufgabe, eine objektive Informationsquelle für Ausländer in ihren Heimatländern zu sein und als Stimme der Freiheit aufzutreten. Die DW-Programme sollen ihnen die deutsche und europäische Sicht zu Geschehnissen in ihrem Land und in der Welt als möglichst objektive und ausgewogene Information anbieten (Niepalla 2003: 112). So können politisch unerwünschte Nachrichten übertragen und Oppositionspolitikern ein Forum der freien Meinungsäußerung zur Verfügung gestellt werden (Browne 1982: 32; Köhler 1988: 65). Durch das Kommentieren der jeweiligen Situation kann der Sender dem Hörer gleichzeitig ermöglichen, sich sein eigenes Bild von der Situation zu machen (Köhler 1988: 68). Der Auslandsrundfunk ist somit ein potentielles Korrektiv zu totalitären Regimes, indem er gelenkte Informationsmonopole aufbricht.

In Regionen wie Äthiopien und Eritrea, wo es mittlerweile keine totalitäre Herrschaft mehr gibt, aber dennoch die Meinungs- und Medienfreiheit noch nicht vollständig gewährleistet ist, schafft die DW eine innerstaatliche Öffentlichkeit, was die einheimischen Medien nicht immer in ausreichendem Umfang leisten. Als Quasi-Inlandssender trägt die DW zur allmählichen Etablierung und Festigung der Demokratie bei (Zöllner 2001: 76). Ziel in solchen Regionen ist es, sendegebietsrelevante Informationen zu vermitteln. Informationen dieser Art bieten dem Publikum eine Ergänzung und Alternative zu den Angeboten lokaler, regionaler und nationaler Medien (Niepalla 2003: 114). Auch nach dem Ende des Kalten Krieges betrachtet die DW die Vermittlung und Diskussion eines demokratisch-pluralistischen Gemeinwesens als politisch legitimes Ziel. Die Programme transportieren folglich nicht nur Informationen, sondern auch die Werte der westlichen Kultur: Demokratie, Menschenrechte, Säkularisierung, Pressefreiheit, Marktwirtschaft. Die DW ist somit ein Kulturträger und übt die Funktion des Missionars (Groebel 2000: 54) aus, der seine Aufgabe darin sieht, diese Werte und Überzeugungen in bestimmten Regionen zu fördern (Deutsche Welle 2003: 40). Mit ihrer Berichterstattung versucht die DW den Demokratisierungsprozess und den Aufbau einer Bürgergesellschaft zu unterstützen (Verheugen 1997: 33).

In den gerade beschriebenen Fällen sieht sich die DW als „publizistische Medienfeuerwehr“ (Deutsche Welle 1999: 6). Dort, wo keine oder in vielerlei Hinsicht begrenzte Kommunikations- und Informationsfreiheit herrscht, will sie als mediale Vielfaltreserve bereitstehen. Sie nimmt die Funktion eines so genannten Komplementär- oder Kompensationsradios wahr, dessen Ziel es ist, Informationslücken zu schließen, die aufgrund politischer oder struktureller Faktoren für die Bevölkerung in bestimmten Ländern und Regionen gegeben sind (Groebel 2000: 54).

### **Präventions- und Krisenradio**

Die Hörfunkprogramme der DW nehmen in zahlreichen politisch instabilen Regionen der Welt eine besondere Aufgabe als Präventions- und Krisenradio wahr, z. B. bei Konflikten in vielen Regionen Afrikas und Asiens oder auf dem Territorium der ehemaligen Sowjetunion. Die Funktion des Krisenradios ist eine besondere Variante des Kompensationsrundfunks, die im Fall von akuten Krisen zum Ausdruck kommt. In diesem Bereich ist die DW im Vergleich zu den anderen

Auslandsrundfunksendern sehr aktiv (Groebel 2000: 67). Für die Bewältigung von Krisen aufgrund politischer, ethnischer oder religiöser Spannungen kommt dem Auslandsrundfunk im Konzept auswärtiger Medien- und Kulturpolitik eine besondere Bedeutung zu. Seit dem Ende des Kalten Kriegs begann sich eine neue Form des internationalen Krisenmanagements zu entwickeln, in der die internationalen Medien eine operative Aufgabe als Teil einer internationalen Konfliktlösungsstrategie zu erfüllen haben (Verheugen 1997: 31). Die internationale Kommunikation ist für die Meinungsbildung in Konfliktregionen sowie für Konfliktpräventionen wichtig. Durch umfassende und objektive Information kann die DW zunächst gegenseitige Verständigung und Toleranz fördern (Deutsche Welle 2001: 26) und eine vorbeugende Aufgabe erfüllen, indem sie verhindert, dass krisenhafte Symptome in erschütternde Konflikte einmünden. Durch die Berichterstattung über sich anbahnende Konflikte kann die internationale Aufmerksamkeit möglicherweise frühzeitig auf Krisen gelenkt werden. Daraus ergibt sich die Chance, dass die internationale Politik im Vorfeld friedenserhaltende Maßnahmen wie die Vermittlung zwischen den am Konflikt beteiligten Parteien ergreifen kann. So agiert die DW als „journalistisches Frühwarnsystem“ (Spasovska 2001: 129).

In Krisensituationen selbst kommt dem Auslandsrundfunk auch eine besondere Bedeutung zu. Da die einheimischen Medien meist in der Hand der involvierten Konfliktparteien sind, bleiben die Auslandssender oft die einzigen unabhängigen Informationsquellen. Nur von außen – wo die am Konflikt Beteiligten keinen Einfluss haben – können unabhängige Informationen ins Land kommen (Niepalla 2003: 113). Nur auf diese Weise können sich die Menschen vor Ort über ihre Situation informieren und erfahren, was das Ausland über diese Umstände denkt und sagt. Mit ihrer Berichterstattung über das Geschehen in den Krisengebieten selbst liefert die DW den Hörern oft ein Stück Lebens- und Überlebenshilfe. Denn, wer rechtzeitig verlässliche Informationen erhält, kann besser vorsorgen und sein Verhalten darauf einstellen. Nach der Beendigung konkreter Auseinandersetzungen ist ferner eine Nachbereitung der Situation notwendig. Hier unterstützt der Auslandsrundfunk die Aussöhnung verfeindeter Gruppen (Verheugen 1997: 31-36).

### **Dialog der Kulturen**

Das geflügelte Wort vom „Dialog der Kulturen“, der seit 1999 ausgehend von einem hochrangigen Dialog mit der arabischen Welt offiziell als Leitbild in das Politikfeld Deutschlands eingeführt wurde (Kleinsteuber 2002: 350), ist auch ein Teil des Programmauftrags von DW. Laut § 4 DWG hat die DW die Aufgabe, einen Dialog der Kulturen und einen internationalen Kulturaustausch anzuregen, durchzuführen und zu unterstützen.

Die aufgrund der Globalisierung zusammenwachsende Welt kann nicht eindeutig als „globales Dorf“, so wie es McLuhan (1995) versteht, bezeichnet werden. Die Globalisierung führt keineswegs zu einer unilinear wachsenden Integration gesellschaftlicher Funktionssysteme, sondern verdeutlicht und verstärkt die Brüche und die Inhomogenitäten in der Weltgesellschaft. Spätestens die Ereignisse des 11. September 2001 haben deutlich gemacht, dass es ein langer Weg hin zu einem echten

Verständnis zwischen den Völkern und Kulturen ist. In diesem Zusammenhang kommt dem Dialog der Kulturen eine sehr wichtige Bedeutung zu. Dieser Austausch dient der Bewältigung von Widersprüchen, die sich aus dem Wechselspiel kultureller Integration und kultureller Fragmentierung ergeben (Löffelholz 2002: 186).

Für die DW ist der interkulturelle Dialog gelebte Wirklichkeit. Die DW bringt Information bis ins entlegenste Dorf der Dritten Welt, baut Brücken zwischen den Völkern, erläutert Zusammenhänge und Sichtweisen und bringt dadurch Menschen mit unterschiedlichen Religionen und Kulturen einander näher, ist also Mittler im Dialog der Kulturen (Deutsche Welle 2003: 18). Durch ihre globale Präsenz schafft sie eine kulturelle Brücke auch zwischen Deutschland und der Welt und damit zu jenen, die sich für die Bundesrepublik und ihre Menschen, ihre Kultur und Lebenswirklichkeit interessieren. Dazu gehört auch der Versuch, Verständnis für die wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Entwicklungen in Deutschland zu wecken (Köhler 1988: 74 ff.).

Aufgrund der immer enger und stärker werdenden Einbindung und Integration Deutschlands in die Europäische Union gehört in dieser Hinsicht zu den Aufgaben der DW, Grundlagen für das europäische Zusammenwachsen zu schaffen. Durch die mediale Begleitung des europäischen Einigungsprozesses übernimmt die DW eine Mittlerfunktion zwischen den verschiedenen Regionen Europas und wirkt gewissermaßen als europäischer Integrationsrundfunk. Als Sender aus einem Land, das die Verschmelzung zweier Systeme erfolgreich hinter sich gebracht hat und als Motor der europäischen Einigung gilt, nimmt die DW eine glaubwürdige Mittlerrolle zwischen Ost und West ein (Deutsche Welle 2003: 11).

Diese Funktion markiert eine massive Abkehr von der für die Zeit des Kalten Krieges typischen, ausstrahlend angelegten Kommunikation, die vor allem darauf bedacht war, im Ausland für ein positives Deutschlandbild zu sorgen und sich dem ideologischen Feind zu widersetzen. Der monologische Ansatz wird relativiert und neue Ziele und Leitbilder entstehen.

### **Brücke zur Heimat**

In dieser Funktion richtet sich der Auslandsrundfunk an Landsleute, die sich auf Zeit oder dauerhaft im Ausland aufhalten. Er bedient dabei sowohl kurzfristige Informationsbedürfnisse, als auch emotionale Bedürfnisse (Groebel 2000: 54). Hierzu soll erwähnt werden, dass diese Funktion eher in den 60er und 70er Jahren eine Bedeutung hatte als heutzutage. In dieser Zeit war es zumindest außerhalb Europas oft überhaupt nicht oder nur mit Verzögerung möglich, Nachrichten und Informationen aus Deutschland zu bekommen. Das deutsche Programm der DW stellte die alleinige Informationsbrücke zur Heimat für Deutsche im Ausland dar. Aufgrund des technologischen Fortschritts im Laufe der Jahre kamen immer mehr Möglichkeiten hinzu. Dank verbesserter Transportwege konnte man deutsche Zeitungen im Ausland relativ schnell erhalten, durch die Satelliten-Technik wurden deutsche Hörfunk- und Fernsehprogramme weltweit übertragen. Inzwischen ist durch das Internet möglich, Informationen aller Art aus Deutschland abzurufen



(Niepalla 2003: 105). Insofern verliert diese Funktion des Auslandsrundfunks immer mehr an Bedeutung.

Aus dem oben Dargestellten folgt, dass der DW nicht der klassische öffentlich-rechtliche Rundfunkauftrag - Information, Bildung und Unterhaltung (Hesse 2003: 130) gestellt wird. Ihr Auftrag ist inhaltlich begrenzt und bestimmt. Es geht darum, den Menschen im Ausland zu sagen, was die Bundesrepublik ist, was man dort tut und denkt, und ihnen die Welt aus deutscher Perspektive zu schildern und zu erklären. Aufgrund § 4 DWG wird die DW zum Medium deutscher Selbstdarstellung und Selbsterklärung. Mit all diesen Aufgaben tangiert der Auslandsrundfunk die Außenpolitik Deutschlands. Somit nimmt die DW eine repräsentative und politische Funktion wahr, was nach Köhler (1988: 53) eine grundlegende Funktion des Auslandsrundfunks ist, und hat dadurch eine gewisse diplomatische Aufgabe. Während in den Jahren vor 1989 ihre Funktionen als Stimme Deutschlands in der Welt und Stimme der Freiheit im Kampf gegen der kommunistischen Ideologie in den Vordergrund traten, kommt heutzutage eine weitere wichtige Aufgabe hinzu – Mittler im Dialog der Kulturen zu sein.

Das DWG gibt darüber hinaus gewisse Vorschriften vor, wie diese Aufgaben und Funktionen journalistisch umgesetzt werden sollen. Im Folgenden werden folglich diese Programmgrundsätze dargestellt und erläutert. Ziel ist es, deutlich zu machen, worauf die DW-Redakteure bei ihrer tagtäglichen Arbeit besonders Rücksicht nehmen sollen.

### **1.2 Programmgrundsätze**

Alle öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und somit auch die DW sind an Grundsätze gebunden, die Leitlinien für die journalistische Programmgestaltung festlegen. Vorgaben ergeben sich sowohl aus dem Grundgesetz als auch aus medienspezifischen gesetzlichen Normen. Aus den allgemeinen Programmgrundsätzen des § 5 DWG geht hervor, dass die DW-Sendungen unabhängige Meinungsbildung ermöglichen müssen und die Berichterstattung umfassend, wahrheitsgetreu und sachlich erfolgen muss. Aus den Programmgrundsätzen in § 5 Abs. 2 DWG wird zudem deutlich, dass die Sendungen politisch neutral sein müssen (Niepalla 2003: 123). Damit werden die inhaltliche Unparteilichkeit und die Grundsätze objektiver Berichterstattung festgeschrieben. Bei diesen Programmgrundsätzen handelt es sich um seit langem anerkannte journalistische Grundsätze im Presse- und Rundfunkrecht, die für den öffentlich-rechtlichen Landesrundfunk und den privaten Rundfunk im § 10 Rundfunkstaatsvertrag festgeschrieben sind. Bei § 5 Abs. 3 Satz 1, 2. Halbsatz DWG handelt sich hingegen um eine spezielle Regelung für den Auslandsrundfunk, wozu vergleichbare Regelungen im Presse- und Rundfunkrecht nicht zu finden sind. Dem zufolge soll die DW-Berichterstattung in dem Bewusstsein erfolgen, dass die DW-Sendungen die Beziehungen Deutschlands zu ausländischen Staaten berühren. Da die DW eine autonome Rundfunkanstalt und nicht das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung ist, wird im Gesetz jedoch nicht explizit

vorgegeben, dass die DW die Beziehungen zu ausländischen Staaten fördern soll (Niepalla 2003: 124 ff.). Der im Gesetz gewählten weichen Formulierung fehlt es aber an exakter Klarheit. Es wird nicht deutlich, was Regelungsinhalt sein soll. Das Gesetz sieht hier ein Rücksichtnahmegebot zugunsten der internationalen Beziehungen Deutschlands und der Außenpolitik vor. Es wird verlangt, dass bei der Programmgestaltung Erwägungen der Außenpolitik berücksichtigt werden. Folglich sollen die handelnden Journalisten bei der Gestaltung des Programms auf die Konsequenzen der Sendungen für die deutschen internationalen Beziehungen achten. Eine solche Vorschrift ist deshalb problematisch, da es sich bei den internationalen Beziehungen um einen komplexen Sachverhalt handelt, dessen Einschätzung stets von politischen Anschauungen geprägt wird. Niepalla deutet den Sinn und Zweck dieser Bestimmung folgendermaßen: die DW mit ihrer Tätigkeit trägt mittelbar zur Außenpräsentation des Staates bei, wenn es sich dabei auch nicht um regierungsamtliche Öffentlichkeitsarbeit handelt. Folglich soll die Berichterstattung der DW eine diplomatische Sensibilität aufweisen, damit die Sendungen nicht Grund zu Irritationen zwischen den Staaten oder zu politischen Komplikationen werden können. Mögliche Gefährdung oder Behinderung der internationalen Beziehungen soll vorgebeugt werden. Damit ist zu erwarten, dass die Sendungen der DW die Außenpolitik der Bundesregierung nicht konterkarieren (2003: 126 ff.). Es wird zwangsläufig eine Unterordnung unter die Belange und Auffassungen der Außenpolitik verlangt, zumindest eine Anbindung an diese vorgeschrieben. Die dargelegte Regelung greift in den Kernbereich der Rundfunkfreiheit, in die Programmfreiheit, ein, auf die sich die DW als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt zur Abwehr staatlicher Einflussnahme berufen kann (Dörr 1998: 42-46; Pieper 2000: 71-96). Folglich offenbart sich hier ein Spannungsverhältnis zwischen gesetzlich vorgegebenem Auftrag und der verfassungsrechtlich garantierten Rundfunkfreiheit.

Auf der einen Seite ist nach den herkömmlichen Programmgrundsätzen umfassend, wahrheitsgetreu und sachlich zu berichten. Das soll gewährleisten, dass DW-Sendungen ausgestrahlt werden können, auch wenn ihre Inhalte bei ausländischen Stellen oder Personen auf Widerspruch stoßen. Gleichwohl ist aber auch in bestimmten Fällen große Zurückhaltung geboten. An der Stelle wird deutlich, was den Auslandsrundfunk vom Inlandsrundfunk unterscheidet, nämlich die vorgegebene Diskrepanz zwischen dem umfassenden Informationsauftrag einerseits und gebotener außenpolitischer Rücksichtnahme andererseits. So besteht ein Spannungsverhältnis zwischen journalistischer Freiheit und Unabhängigkeit und gesetzlichem Programmauftrag. In diesem Spannungsfeld bewegt sich dann der DW-Redakteur, der zu entscheiden hat, inwieweit Rücksicht auf das eine oder das andere Gebot genommen werden soll. Dabei entsteht die Frage, in welchem Maße der bereits erklärte Vorbehalt eine „Scheren in den Kopf“ der Redakteure setzt, ihr journalistisches Selbstverständnis prägt und sie von freien Journalisten zu Diplomaten verwandelt.

Das Spannungsverhältnis zwischen journalistischer Ethik und gesetzlichem Auftrag wird ferner durch die Regelungen zur Finanzierung des Auslandsrundfunks verschärft.



### 1.3 Finanzierung des Auslandsrundfunks

Die Bundesrundfunkanstalt DW kann sich ähnlich wie die Landesrundfunkanstalten auf das Grundrecht der Rundfunkfreiheit berufen. Deswegen müssen auch für die DW die darauf beruhenden Grundsätze der Pluralität und der Staatsferne gelten. Bei der Art und dem Umfang der Finanzierung muss die Rundfunkfreiheit ebenfalls gewahrt bleiben. Daraus resultiert ein Anspruch auf funktionsgerechte Finanzausstattung unter Wahrung der Programmautonomie (Pieper 2000: 95). Dieser Anspruch ist aber nach der aktuellen Gesetzeslage nicht gewährleistet. Die heutige Regelung bietet großen Raum für staatliche Einflussnahme auf die Programmautonomie.

Nach § 45 DWG finanziert sich die Anstalt aus dem jährlichen Zuschuss des Bundes und aus sonstigen Einnahmen. Der Bundeszuschuss bestimmt sich nach dem Haushaltgesetz des Bundes und dem Haushaltsplan der DW. In ihrer Hauswirtschaft ist die Anstalt nach § 46 DWG selbstständig. Der von der Anstalt nach den Grundsätzen von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit gemäß § 49 DWG aufzustellende Haushaltsplan dient der Feststellung und Deckung des Finanzbedarfs. Der Budgetgeber ist verfassungsrechtlich daran gebunden, selbst die Entscheidung über die Aufnahme und Höhe des Budgets zu treffen. Nach § 44 soll die Finanzierung derjenigen Programme ermöglicht werden, die zur Wahrnehmung des gesetzlichen Programmauftrags erforderlich sind. Dabei entsteht die Frage, wer darüber zu entscheiden hat, welche Leistungen zur Erfüllung des Programmauftrags erforderlich sind. Das DWG gibt keine Antwort darauf. Das Gesetz enthält in keiner Weise die verfassungsrechtlich erforderlichen Vorschriften<sup>6</sup>, die einen rechtlichen Ausgleich zwischen den im Gesetz verankerten Rechten der DW und denen des Geldgebers ermöglichen. Bei der Festsetzung der Höhe des staatlichen Zuschusses besteht somit die Gefahr, dass eine gegebene oder nicht gegebene Nähe der Programmgestaltung zu den Auffassungen der Regierung "belohnt" bzw. "bestraft" wird. Der Entscheidungsbefugnis des Parlaments als Haushaltssouverän sind keine ausdrücklichen Grenzen gesetzt. Es fehlt auch an einer Begründungspflicht des Gesetzgebers für eine von der DW-Bedarfsanmeldung abweichende Mittelzuweisung (Hartstein 1999: 108-113). Schließlich entscheiden der Bundestag und die Bundesregierung über den Etat der DW und haben damit ein zentrales Mittel in der Hand, um politische Schwerpunkte zu setzen. Die gegenwärtige gesetzliche Regelung versetzt die DW in eine äußerst schwache Position gegenüber dem Haushaltsgeber.

Neben dem Zuschuss aus dem Bundeshaushalt finanziert sich die DW nach § 45 Abs. 1 DWG auch aus sonstigen Einnahmen, nämlich Werbung und Sponsoring. Die Finanzierung durch eigen erwirtschaftete Mittel bietet der Rundfunkanstalt in der Regel die Möglichkeit zu einer Selbstfinanzierung unabhängig von staatlicher Hilfe (Pieper 2000: 187-190). Die Werbeschaltung und das Sponsoring im Auslandsrundfunk weisen jedoch Besonderheiten auf, die diese Möglichkeit erheblich einschränken. Typisches Problem aller Auslandsrundfunkanstalten ist es, dass für die Werbewirtschaft relevante Mediendaten über die tatsächliche Nutzung der Programme,

---

<sup>6</sup> Ausführliche Erklärung zu den erforderlichen Vorschriften bietet Pieper (2000: 184 ff.).

Zuschauerzahlen, Zusammensetzung des Publikums nach Alter, Bildung, Einkommen nicht hinreichend gegeben werden können. Die Angaben der Medienforschung sind für die Medienplaner zu grob, weil sie auf Hochrechnungen und Schätzungen beruhen und Zielgruppen nicht exakt abbilden können (Zöllner 2004). Ein anderer Faktor, der sich ungünstig auswirken kann, ist die Tatsache, dass die potenziellen Werbekunden, Werbe- und Marketingleiter in Unternehmen, die Auslandsprogramme nicht so gut kennen, sehen und hören. Da sich die DW-Programme an ausländisches Publikum wenden, sind sie im Inland weniger bekannt und folglich als Werbeträger nicht geschätzt. Als weiteres Problem kommt hinzu, dass die Werbemärkte trotz der Globalisierung oft national aufgeteilt sind, internationale Werbekampagnen - europa- oder weltweit - sind eher die Ausnahme. Die Werbespots selbst sind meist national ausgerichtet, um die Zielgruppen durch Berücksichtigung vorhandener oder vermuteter Mentalitätsbesonderheiten besser erreichen zu können. Aus diesen Gründen konnten seit dem Inkrafttreten des DWG nur verhältnismäßig geringe Einnahmen durch Werbung erzielt werden. Solche Hindernisse gelten auch für das Sponsoring bei der DW, deshalb hat auch diese Einnahmemöglichkeit kaum eine wirtschaftliche Bedeutung erlangt (Niepalla 2003: 175 ff.).

Sowohl die Programmrichtlinien als auch die Regelungen zur Finanzierung des Auslandsrundfunks schaffen Rahmenbedingungen, aus denen vermutet werden kann, dass die DW-Redakteure in ihrer journalistischen Freiheit eingeschränkt sein könnten. Ziel dieser Studie ist zu überprüfen, ob und inwieweit sich diese Einschränkungen in ihrem journalistischen Selbstverständnis widerspiegeln und es prägen.

Bisher wurden die rechtlichen Grundlagen für die journalistische Arbeit der DW-Redakteure geschildert und erklärt. Im Folgenden wird auf medienspezifische Besonderheiten des Auslandsrundfunks eingegangen. Zunächst wird das Spektrum der DW-Angebote mit ihren Charakteristika behandelt und anschließend werden die Eigenheiten des Journalismus in einem interkulturellen Umfeld, welches der Auslandsrundfunk antrifft, beschrieben. Damit wird angestrebt, das Bild von den Rahmenbedingungen der journalistischen Arbeit in der DW zu vervollständigen.

### 1.4 Das journalistische Angebot der Deutschen Welle

Die DW betreibt sowohl Hörfunk als auch Fernsehen unter einem Dach und baut als dritte Säule ihr Internetangebot aus.

Zentrale Aufgabe der DW ist es, Rundfunk für das Ausland zu veranstalten. Darunter ist sowohl das europäische als auch das außereuropäische Ausland zu verstehen, deshalb bietet die DW ihre Programme sowohl auf Deutsch als auch in Fremdsprachen<sup>7</sup> an. Das deutsche und das englische Programm sind die weltweit verbreiteten Hörfunkprogramme der DW. Die Programme auf Arabisch, Russisch und Französisch wenden sich für bestimmte Regionen an ein transnationales Publikum. Die

---

<sup>7</sup> Derzeit sendet die DW im Hörfunk in den Fremdsprachen: Albanisch, Amharisch, Arabisch, Bengali, Bosnisch, Brasilianisch, Bulgarisch, Chinesisch, Dari, Englisch, Französisch, Griechisch, Haussa, Hindi, Indonesisch, Kiswaheli, Mazedonisch, Paschtu, Persisch, Polnisch, Portugiesisch, Rumänisch, Russisch, Sanskrit, Serbisch, Türkisch, Ukrainisch, Urdu

anderen 27 Fremdsprachenprogramme richten sich an Menschen in Regionen mit klar umrissenen Grenzen, nämlich in einzelnen Staaten (wie mazedonisch – Mazedonien) oder in solchen Regionen innerhalb eines Sprachraums (wie kisuheli – Ost und Zentralafrika). Das deutsche Programm ist rund um die Uhr zu empfangen. Das englische Programm wird ebenfalls in einem Umfang von 24 Stunden täglich verbreitet, jedoch mit einem hohen Wiederholungsanteil. Die Sendezeiten der anderen Hörfunk-Fremdsprachenprogramme variieren zwischen zweimal 30 Minuten (ukrainisch) und mehreren Stunden (z. B. russisch) täglich. Sie werden zu möglichst günstigen Zeiten in den jeweiligen Sendegebieten ausgestrahlt (Niepalla 2003: 89; Schmidt-Husson 2006: 26 ff.).

Seit 1992 veranstaltet die DW auch Fernsehprogramm. DW-TV sieht sich als scharf profiliertes, global präsenten Informationsfernsehen „aus der Mitte Europas“ (Deutsche Welle 2003: 5). Das Programm ist nachrichten- und informationsorientiert. Berichte und Analysen aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport bilden den Kern des Programms. Ergänzt wird es durch Magazine, Dokumentationen und Hintergrundberichte. Es gibt kaum Unterhaltungssendungen (Groebel 2000: 49). In den Kernsprachen Deutsch und Englisch sendet die DW weltweit rund um die Uhr, sie wechseln stündlich. In Spanisch und Arabisch sendet die DW nur in bestimmten Weltregionen und zu bestimmten Zeiten (Niepalla 2003: 90; Schmidt-Husson 2006: 28 ff.).

Als erste öffentlich-rechtliche Anstalt in Deutschland ist die DW 1994 ins Internet gegangen. Die DW betrachtet ihre Aktivitäten im Internet als dritte Säule ihrer publizistischen Tätigkeit. Das Internet wird zum einen als zusätzliche Transportschiene für die DW-Programme genutzt.<sup>8</sup> Zum anderen unterbreitet die Anstalt den Internet-Nutzern ein eigenständiges journalistisches Angebot. Die DW verbreitet über das Internet Nachrichten und Informationen in derzeit 30 Sprachen. Sieben Schwerpunktsprachen<sup>9</sup> zeichnen sich durch einen eigenständigen, aktuellen redaktionellen Auftritt aus. Das Angebot in den sonstigen Basissprachen wird von den entsprechenden Hörfunkredaktionen gepflegt und in der Regel wenig mehr als programmbegleitendes Material bereithält (Niepalla 2003: 91; Schmidt-Husson 2006: 30 ff.).

Die Verbreitung der DW-Angebote in deutscher Sprache ist mit dem Ziel verbunden, die deutsche Sprache bekannter zu machen, Interessenten am Erlernen der deutschen Sprache zu gewinnen und Ausländern die Möglichkeit zu geben, ihre Deutschkenntnisse zu verbessern. Damit trägt die DW wesentlich zur Verbreitung der deutschen Kultur im Ausland bei. Die Verbreitung der Programme in Fremdsprachen, in den Sprachen der jeweiligen Sendegebiete ist eine unerlässliche Voraussetzung dafür, den Programmauftrag nach § 4 verwirklichen und eine möglichst hohe Anzahl an Hörern im Ausland erreichen zu können. Nicht nur die DW, sondern auch alle anderen großen Auslandssender wie *BBC-World-Service*, *Voice of America*, *Radio France Internationale*, *Radio Free Europe* haben diese Strategie (Niepalla 2003: 98). Mit ihren Fremdsprachenprogrammen verfolgt die

---

<sup>8</sup> Viele Hörfunkprogramme sowie DW-TV sind als audio- und video-on-demand abrufbar, das deutsche und das englische Hörfunkprogramm sowie DW-TV sind rund um die Uhr als live-stream online zu verfolgen.

<sup>9</sup> Deutsch, Englisch, Chinesisch, Russisch, Arabisch, Spanisch und Portugiesisch

DW ein doppeltes publizistisches Ziel: Sie will ihre Hörer mit Informationen über Deutschland und Europa im Kontext des europäischen Einigungsprozesses versorgen, aber auch Präventions- und Krisenradio (vgl. Abschnitt 1.1) sein (Deutsche Welle 1999: 26-30). Aufgrund ihres Programmauftrages als Kompensationsradio (vgl. Abschnitt 1.1) legen viele Fremdsprachenprogramme Wert auf entwicklungsorientierte Themen und Informationen, die dem ausländischen Hörer helfen können, seine Lebenslage zu verbessern (Weirich 1993: 123). Themen wie Entwicklungs-, Umwelt- und Gesundheitspolitik stellen einen wichtigen Schwerpunkt der Berichterstattung dar. Die vom Programmauftrag geforderte Vermittlung eines Deutschlandbildes kommt auch zum Tragen, wobei bilaterale Aspekte besonders berücksichtigt werden. Die Anstalt setzt ihre Programmschwerpunkte nach den weltpolitischen Gegebenheiten und nach den außenpolitischen Interessen Deutschlands. Zurzeit liegen die Schwerpunkte in Ost- und Südosteuropa, im Dialog mit der islamischen Welt sowie in West-, Zentral- und Ostafrika. Die wichtigsten Fremdsprachprogramme sind derzeit folglich nach dem Englischen Dienst die Programme in Russisch, in Arabisch, in Französisch, in den Sprachen des Balkans, in Kiswaheli und Hausa und in indo-iranischen Sprachen (Deutsche Welle 1999: 32).

### **1.5 Besonderheiten und Anforderungen des Auslandsrundfunk-Journalismus**

Im Folgenden wird abschließend auf die Besonderheiten des Auslandsrundfunk-Journalismus eingegangen, die neben dem DW-Programmauftrag und den Programmgrundsätzen weitere Anforderungen an die DW-Redakteure stellen.

#### **1.5.1 Das internationale Publikum – eine Herausforderung**

Das Publikum, das die DW erreichen soll, ist im DWG mit der Bezeichnung „Rundfunkteilnehmer im Ausland“ definiert. Wie lässt sich dieses Publikum aber konkretisieren? In Frage kommen sehr unterschiedliche Zielgruppen, ihre Interessen und ihr kultureller Hintergrund weichen mitunter gravierend voneinander ab.

Angesichts ihres Programmauftrags betrachtet die DW als primäre Zielgruppe die so genannten Multiplikatoren. Das sind Leute, die im politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellem Leben im Sendegebiet eine wichtige Rolle spielen und somit Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung haben. Soweit die DW zur Außendarstellung Deutschlands beiträgt, sind diese Personen von hoher Relevanz, wenn es darum geht, das vermittelte Deutschlandbild aufzunehmen, weiterzugeben und in die Bildung von Meinungen und Meinungsströmungen innerhalb der Sendegebiete fließen zu lassen. Somit kann das politische und gesellschaftliche Verständnis von Deutschland im Ausland erheblich gefördert werden (Niepalla 2003: 104). Dazu gehören auch „Germanophile“ und „Europhile“, die sich umfassend über Deutschland im sich ändernden Europa informieren wollen und sich für die deutsche und europäische Sicht auf das Weltgeschehen interessieren (Weirich 1997: 47).

Aus den Ausführungen zur Funktion der DW als Brücke zur Heimat im Abschnitt 1.1 ergibt sich, dass Deutsche im Ausland in der Vergangenheit auch eine wichtige Zielgruppe der DW-Programme waren, die aber gegenwärtig an Bedeutung verliert. Trotzdem sind die DW-Angebote für Deutsche im Ausland nicht bedeutungslos, vor allem für jene, die dauerhaft außerhalb Deutschland leben und daher weit weg von sämtlichen sozialen, politischen und wirtschaftlichen Änderungsprozessen in Deutschland sind (Niepalla 2003: 105f.). Das Publikum von DW-Angeboten in deutscher Sprache ist sehr heterogen. Die Redaktionen müssen einen Spagat zwischen drei sehr unterschiedlichen Zielgruppen machen: erstens deutschstämmige Hörer in aller Welt, die sich auf Dauer in anderen Ländern niedergelassen haben und die Verbindung zu ihrer alten Heimat aufrechterhalten wollen, zweitens Deutsche, die für begrenzte Zeit im Ausland sind (Geschäftsleute, Entwicklungshelfer, Diplomaten, Touristen), drittens die Deutsch lernenden und Deutsch sprechenden Ausländer, für die das deutsche Programm nicht nur Informationsträger, sondern auch sprachliches Übungsfeld ist (Weirich 1993: 120 ff.). Meistens lassen sich die Erwartungen der Deutschen im Ausland und des internationalen Publikums kaum miteinander verbinden und deshalb befinden sich die Redakteure „programmphilosophisch auf einer Gratwanderung“ (Weirich 1993: 22). So benötigen z. B. an Deutschland interessierte, ausländische Meinungsführer mehr Hintergrundinformationen als ständig in Deutschland lebende Bürger, die nur für kurze Zeit im Ausland sind. Im Zweifel besteht die Möglichkeit, sich an ein autochthones ausländisches Publikum und nach dessen Bedürfnissen zu richten (Schmidt-Husson 2006: 34). Ähnliche Überlegungen gelten auch für das englische, russische, arabische und französische Sprachprogramm, die sich auch an ein transnationales Publikum richten.

Folglich ist Publikum der DW-Programme der Hochschullehrer in Serbien, der Deutschstämmige in der Ukraine, der Manager eines deutschen Konzerns auf Dienstreise in China, der Bürger in einem von Unruhe oder sogar Bürgerkrieg geschüttelten Land in Afrika. Das Publikum der DW ist „dispers und disparat bis zur Unkenntlichkeit“ (Schmidt-Husson 2006: 33). Die Rundfunkteilnehmer haben unterschiedliche Erwartungen an die Sprachenvielfalt ebenso wie an die Art der DW-Berichterstattung, was meistens von der Möglichkeit für freien Zugang zu anderen Informationsquellen und vorhandenem Vorwissen abhängt.

Die Heterogenität des Publikums hat unmittelbare Auswirkungen auf die Themensetzung und die Gestaltung der Programme und somit auf die journalistische Arbeit der DW-Redakteure. Die weltumspannenden Programme stehen vor der Herausforderung, Zielgruppen in unterschiedlichen kulturellen Zusammenhängen adäquat, d.h. abgestimmt auf jeweilige Lebensumstände, Erfahrungs- und Wissenshorizonte, anzusprechen zu müssen (Niepalla 2003: 89). Dabei geht es vor allem um die Einschätzung, in welchem Maße themenspezifisches Vorwissen vorausgesetzt werden kann und entsprechend Hintergrundinformation angeboten werden soll (Krüger 1997: 60). Zwar weichen selbst innerhalb der deutschen Bevölkerung, beim Publikum im Inland, die jeweiligen Kenntnisse und Interessen stark voneinander ab, jedoch ist durch die gemeinsame Sprache und die Einbindung in dasselbe politische, wirtschaftliche und soziale System wie auch durch die gleichen kulturellen

Traditionen ein erheblich höheres Maß an gemeinsamem Verständnis gegeben (Niepalla 2003: 102). Dadurch wird die Arbeit der Inlandsmedien im Vergleich zu dieser des Auslandsrundfunks erheblich erleichtert. Eine Herausforderung des internationalen Publikums ist genau diese geographische, soziale, kulturelle Distanz. Deshalb sollen die DW-Journalisten „Mittler mit feinen Antennen“ (Deutsche Welle 2003: 38) sein. Fingerspitzengefühl und Rücksichtnahme sind erforderlich, wenn z. B. für einen Araber Themen angesprochen und Bilder gezeigt werden, die in der islamischen Welt tabu sind: Feminismus, die Trennung von Staat und Religion, Literatur, die sich kritisch mit dem Koran auseinandersetzt (Deutsche Welle 2003: 38 ff.). Die DW-Redakteure sollen die Sachverhalte den Hörern, Zuschauern und Usern einfach und verständlich darstellen und sie sollen sie von dort abholen, wo sie sind.

Eine weitere Anforderung des Auslandsrundfunk-Journalismus sind fundierte Kenntnisse und die Auseinandersetzung mit den Grundüberzeugungen der Hörer in den Sendegebietern. Als Auslandsrundfunk-Journalist muss man sich immer die Frage stellen, ob der Sinn, den ein Programm vermitteln soll, genau so auch über Kulturgrenzen hinweg verstanden werden kann. Die Angebote müssen außerdem an lokale Hör- und Sehgewohnheiten angepasst werden. Für Browne hat der perfekte Auslandsrundfunk-Journalist Verständnis für andere Nationen und Kulturen und das Vermögen, die konkreten psychologischen und physischen Gegebenheiten richtig einzuschätzen, in denen sein Publikum die Programme wahrnimmt. Zudem sollen die Themen so behandelt werden, dass es immer einen kulturellen, geschichtlichen, sozialen oder aktuellen Bezug zu den Geschehnissen in dem jeweiligen Land oder der Region gibt, damit die Aufmerksamkeit des Publikums auf Dauer erhalten wird (1982: 11-39). Das setzt wiederum spezifische Kenntnisse und einen intensiven zweiseitigen Kontakt voraus und impliziert, dass die Sendegebiere regelmäßig bereist und vielfältige Kontakte gehalten werden, etwa zu lokalen Medien, politischen Stellen (Kleinsteuber 2002: 361).

Um sich ein adäquates Bild von ihrem Publikum machen und ihr journalistisches Angebot entsprechend optimieren zu können, bedienen sich Journalisten normalerweise des direkten Kontakts mit dem Publikum oder mit den Ergebnissen der Publikumsforschung. Im Gegensatz zu Inlandsjournalisten haben die DW-Redakteure selten die Möglichkeit, ihr Publikum persönlich zu treffen, das tausende von Kilometern weit weg ist. Folglich kommen für sie eher die Ergebnisse der Publikumsforschung, Informationen über die Nutzeranzahl und Nutzungsgewohnheiten in Frage. Im Bereich des Auslandsrundfunks stößt die Publikumsforschung jedoch auf besondere Schwierigkeiten. Die großen geographischen Distanzen zwischen Sender und Empfänger erschweren und verteuern den direkten Kontakt mit den potentiellen Untersuchungsobjekten. Außerdem ist eine repräsentative Auswahl durch die Größe mancher Sendegebiere sehr aufwendig. In einigen Gebieten existieren zudem keine lokalen Marktforschungsinstitute, die Untersuchungen durchführen könnten. Autoritär regierte Senderegionen sind für die Publikumsforschung in der Regel ohnehin nicht zugänglich. Aus diesen Gründen nutzen die Auslandsrundfunksender bei der Publikumsforschung neben repräsentativen Umfragen vor allem die Auswertung von Hörerpost. Aus verschiedenen Gründen kann



diese Methode jedoch auch keine wissenschaftlich verlässlichen Daten liefern. Zunächst ist die Briefbeförderung in vielen Entwicklungsländern nicht zuverlässig und für einen großen Teil der Bevölkerung zu kostspielig. Darüber hinaus drohen den Briefschreibern in vielen autoritär regierten Zielgebieten staatliche Repressionen. Damit wird ein Teil des Publikums vom direkten Kontakt zum Auslandssender ausgeschlossen. Außerdem wendet sich nicht unbedingt der kritische Teil des Publikums an den Sender (Kuhl 2002b: 440). Das Internet erleichtert mit seinen interaktiven Möglichkeiten gegenwärtig den Kontakt zwischen Publikum und Redakteuren (Niepalla 2003: 91), dennoch bleibt es in vielerlei Hinsicht eine unbekannte Größe.

Nicht nur die Heterogenität des Publikums und seine Erwartungen stellen eine besondere Herausforderung für die Auslandsrundfunk-Journalisten dar. Die Situation erschwert sich zusätzlich durch die eingeschränkte Möglichkeit, genauere Informationen über dieses Publikum zu beziehen. Daraus ist zu folgern, dass die DW-Redakteure kaum etwas Bestimmtes über ihre Hörer/Zuschauer/User wissen und sich diesbezüglich in einem "luftleeren Raum" bewegen müssen.

### **1.5.2 Die Anforderungen eines interkulturellen Arbeitsumfelds**

Neben dem internationalen Publikum stellt auch das interkulturelle Arbeitsumfeld Herausforderungen an die Auslandsrundfunk-Journalisten. Die DW-Redakteure als Mitarbeiter eines Auslandsrundfunks üben ihre journalistische Tätigkeit in einem interkulturellen Arbeitsumfeld aus und sind somit in einem Prozess der interkulturellen Kommunikation involviert. Maletzke (2001) definiert „Interkulturelle Kommunikation“ als Prozess des Gedankenaustausches und der Bedeutungsvermittlung zwischen einzelnen Menschen oder Gruppen, die verschiedenen Kulturen angehören. Diese Interkulturalität stellt viele Anforderungen an die DW-Journalisten, nicht nur hinsichtlich der Kommunikation mit ihrem Publikum, sondern auch der Zusammenarbeit mit ihren Kollegen. Sie bietet aber auch Chancen und Vorteile.

Die spezifische Entstehungsgeschichte der DW brachte es mit sich, dass sie zu einer einzigartigen Einrichtung in Deutschland wurde, zu einer multikulturellen "Mini-UNO" (Kleinstauber 2002: 361). Die Programme in 30 Sprachen werden von deutschen in Zusammenarbeit mit ausländischen Journalisten aus c. 70 Staaten der Welt erstellt. Somit ist die DW eine unvergleichbare Ballung von Weltwissen und von globaler Expertise, die in den Köpfen der dort arbeitenden Menschen gebündelt ist. Dadurch verfügt das multikulturell zusammengesetzte Haus über einzigartige Bedingungen, um Weltinformationen selbst zu generieren, aber auch Informationen Dritter angemessen zugänglich zu machen (Kleinstauber 2002: 361). Bei der DW arbeiten zahlreiche Journalisten aus den Sendegebeten, was eine viel differenziertere und fundiertere Berichterstattung von der Quelle her als die anderer Rundfunkanbieter ermöglicht. Die internationalen Erfahrungen der Mitarbeiter und ihr spezifisches Know-how sind Grundlagen der DW-Kompetenz und eine Bereicherung, wenn es darum geht, Ereignisse und Entwicklungen in den Sendegebeten verständlich zu vermitteln. Aufgrund der Vielfalt vorhandener Perspektiven und Sichtweisen wird Deutschland

ferner mit vielen verschiedenen Augen gesehen und so kann ein dem Programmauftrag entsprechend umfassendes und differenziertes Deutschlandbild vermittelt werden. Darüber hinaus zeichnen sich die Medienangebote der DW mit qualitativen Inhalten in vielen Sprachen aus (Deutsche Welle 2003: 18).

Neben vielen Vorteilen und Chancen bringen die Interkulturalität, die sprachlichen, ethnischen und religiösen Unterschiede in den DW-Redaktionen auch viele Herausforderungen. Jede Gesellschaft und Kultur hat ihre eigenen Normen, Werte, Tabus. Die kulturellen Barrieren können bei der interkulturellen Kommunikation Schwierigkeiten bereiten, da ihre Überwindung häufig mit Relativierung von fest verankerten Einstellungen über Religion, Gesellschaft, Kultur verbunden ist. Laut Weaver soll ein Journalist, der in einem internationalen Umfeld tätig ist, den Kommunikationsstil seines Publikums und seiner Kollegen gut kennen, aufgeschlossen und bereit sein, seinen Ethnozentrismus zu überwinden (1998: 23-26). Im Redaktionsprozess muss eine Reihe von weiteren Herausforderungen bewältigt werden, die auf die Interkulturalität des Arbeitsumfeldes zurückzuführen sind. Dazu gehören die Koordination verschiedener Journalismuskulturen<sup>10</sup>, die im Hinblick auf Präferenzen bei der Themensetzung, Art der Darstellung, Kommunikationsstilen, Arbeitsweisen voneinander gravierend abweichen können, die Organisation der Sprachtransformation und eine Personalführung, die den Besonderheiten international zusammengesetzter Teams Rechnung tragen soll (Meckel 2002: 310f.).

Mit der Interkulturalität sind weitere Herausforderungen verbunden, die eher die journalistische Arbeit an sich betreffen. Interkulturalität setzt laut Weaver (1998: 132 ff.) eine wichtige journalistische Fähigkeit voraus, nämlich das Lokale in den Rahmen des globalen Kontextes zu setzen und umgekehrt. Man spricht von „glokaler Kommunikation“ (Kleinsteuber 2002: 346). Das erfordert vom DW-Journalisten eine ständige Gratwanderung, das Vermögen, das Geschehen in Deutschland und Europa aus der Perspektive der lokalen Gegebenheiten im Sendegebiet darzustellen. Wenn Journalisten über entfernte Plätze und Gesellschaften berichten, dann berichten sie aus der Sicht eines Außenbeobachters, der in der Geschichte und den religiösen und kulturellen Eigenarten dieser Gesellschaft nicht verwurzelt ist. Louw diskutiert in diesem Zusammenhang einige Aspekte, die sich als problematisch erweisen können. Zunächst besteht die Gefahr, dass Journalisten, wenn sie die Komplexitäten einer Gesellschaft nicht verstehen, sie fehlerhaft ausschließlich auf religiöse Unterschiede oder Irrationalität zurückführen. Missverständnisse können auch dann entstehen, wenn Journalisten ihre eigene kulturelle Befangenheit in die Berichterstattung mit einfließen lassen, wenn sie das Fremde entsprechend ihren eigenen kulturellen Normen beurteilen. Was in dem Rahmen dieser Normen passiert, wird als "normal" bezeichnet, alles Weitere bleibt unbegreiflich und merkwürdig. Als problematisch kann sich auch die journalistische Praxis erweisen, komplexe Zusammenhänge unbegründet zu vereinfachen, was zu Verzerrungen führen kann (1998: 154 ff.). Idealerweise sollen

---

<sup>10</sup> Scholl und Weischenberg (1998: 257) kommen zu dem Schluss, dass es jeweils unterschiedliche Arten von Journalismus hinsichtlich Recherchebereitschaft und -verhalten, Kommunikationsabsichten und Informationsbeschaffungsmethoden in Abhängigkeit vom kulturellen Hintergrund der jeweiligen Journalisten gibt.



die Auslandsrundfunk-Journalisten bei ihrer Arbeit Rücksicht auf alle diese Aspekte nehmen und entsprechende Sensibilität aufweisen, um mögliche Fehlentwicklungen zu vermeiden.

Die Repräsentationsfunktion der DW stellt auch eine weitere Anforderung an die DW-Mitarbeiter. Wie bereits ausgeführt (vgl. Abschnitt 1.1), prägen die DW-Sendungen die Außenpolitik und die Präsenz Deutschlands im Ausland. Deshalb sind Sendungen des Auslandsrundfunks stets auch ein Stückchen "auswärtiger Politik". Daraus resultiert für die Auslandsrundfunk-Redakteure ein besonderes Maß an journalistischer Verantwortung. Sie müssen auf Sachlichkeit und Genauigkeit in der Berichterstattung und auf einen sachlichen Grundton in den Kommentaren achten (Gerwald 1995: 98 ff.). In diesem Zusammenhang wird der Auslandsrundfunk häufig in der Literatur (Köhler 1988; Kuhl 2002a; Kuhl 2002b) mit dem Begriff *public diplomacy* in Verbindung gebracht. Deshalb ist es an dieser Stelle angebracht, den Begriff näher zu erläutern und seine Relevanz für die DW aufgrund der vorhandenen Literatur herauszuarbeiten.

### 1.5.3 Die Deutsche Welle und das Konzept von *public diplomacy*

Das Konzept von *public diplomacy* wurde vornehmlich in den USA entwickelt, deshalb ist die deutschsprachige Literatur darüber sehr dürftig und gibt meistens amerikanische Beispiele wieder (Ohmstedt 1993). Insofern ist es nicht verwunderlich, dass der im angloamerikanischen Sprachraum akzeptierte Begriff *public diplomacy* im deutschen Sprachgebrauch noch keine uneingeschränkte Verwendung gefunden hat. Der Sprachgebrauch reicht von der Beibehaltung des englischen Ausdrucks<sup>11</sup> über die Übersetzung "öffentliche Diplomatie", bis zu Benennungen wie "diplomatische Öffentlichkeitsarbeit", "außenpolitische Öffentlichkeitsarbeit" oder "auswärtige Kulturpolitik" (Signitzer 1993: 200).

Während herkömmliche Diplomatie die Kontaktebenen Regierung - Regierung und Diplomat - Diplomat umfasst, verlagert sich der Schwerpunkt bei *public diplomacy* auf die Ebenen Regierung - Bevölkerung (des anderen Landes) oder Bevölkerung des einen Landes - Bevölkerung des anderen Landes. Ziel von *public diplomacy* ist vor allem, Öffentlichkeit zu schaffen (Signitzer 1993: 200). In Definitionen von *public diplomacy* kommen sowohl verständnis- als auch persuasionsorientierte Ansätze vor: „Public Diplomacy is a government’s process of communicating with foreign publics in an attempt to bring about understanding for its nation’s ideas and ideals, its institutions and cultures, as well as its national goals and current policies” (Tuch 1990: 3). Das Ziel von *public diplomacy* ist „to influence the behaviour of foreign government by influencing the attitudes of its citizens” (Malone 1988: 3). Diese zwei Definitionen bringen zum Ausdruck die beiden Grundfunktionen von *public diplomacy* – interkulturelle Kommunikation und politische Information. Das Ziel von politischer Information ist die Beeinflussung ausländischer Teilöffentlichkeiten mittels Persuasion. Dabei geht es um die Erklärung und Verteidigung von konkreten gegenwärtigen Positionen und Verhaltensweisen der eigenen Regierung. Das Hauptziel ist meistens, das Verhalten der ausländischen Regierung durch

---

<sup>11</sup> In dieser Arbeit wird auch die Bezeichnung *public diplomacy* verwendet.

Einwirkung auf die Einstellung der Bevölkerung zu beeinflussen. Diese Funktion kann auch als politische Anwaltschaft beschrieben werden (Malone 1988: 3). Der Kommunikationsprozess erfolgt asymmetrisch. Interkulturelle Kommunikation hingegen zielt auf wechselseitiges Verständnis ab. Der Schwerpunkt liegt dabei auf andauernder Darstellung und Erklärung der Gesamtgesellschaft eines Landes oder einzelner Teilaspekte wie des kulturellen und sozialen Lebens. Sinn und Zweck der interkulturellen Kommunikation ist weiterhin, einen Bezugsrahmen zu schaffen, mit dessen Hilfe die Politik des jeweiligen Staates von außen besser verstanden und eingeordnet werden kann (Malone 1988: 4). Die Kommunikation erfolgt zweiseitig, symmetrisch, der Dialog ist ein wesentliches Element. In diesem Zusammenhang spricht man auch von einer „harten“ und einer „weichen“ Schule der *public diplomacy* oder *public diplomacy* im engen und im breiten Sinne (Signitzer 1993: 201). Strukturell ist die Funktion der politischen Information oftmals in den politischen Sektionen der Außenministerien angesiedelt. Träger der interkulturellen Kommunikation sind dagegen Kulturabteilungen in Vertretungsbehörden, Austauschprogramme, Filme, Medien. Teile der Funktionen werden semi-autonomen Organisationen wie Goethe-Instituten übertragen (Signitzer 1992: 139; Ohmstedt 1993: 4). Im Fall der Medien als Mittel für *public diplomacy* wird oft von *mediadiplomacy* (Ammon 2001: 68) gesprochen. Durch *public diplomacy* ist die Außenpolitik nicht mehr nur Sache der Regierenden (Ohmstedt 1993: 5), sondern zum Teil auch der Medien.

Obwohl die Meinung anzutreffen ist, *public diplomacy* sei einfach nur „alter Wein in neuen Schläuchen“ und nichts anderes als eine neue Art Propaganda (Ohmstedt 1993: 2), darf sie, zumindest im breiten Sinne, nicht ausschließlich als ein weiteres Instrument der Außenpolitik gesehen werden, denn nach Melissen (2005: 20) kann eine zu enge Verbindung zwischen der Außenpolitik einer Regierung und *public diplomacy* die Glaubwürdigkeit der Kommunikation mit der Bevölkerung eines anderen Landes beeinträchtigen. *Public diplomacy* im breiten Sinne soll hingegen dort ansetzen, wo die herkömmlichen diplomatischen Mittel an ihre Grenzen stoßen. Dieser Prozess kann jedoch ohne die Berücksichtigung der Grundlinien der Landesaußenpolitik nicht erfolgen. Das Hauptziel ist aber, Brücken zwischen verschiedenen Kulturen zu schlagen, Beziehungen und Netzwerke zwischen nichtstaatlichen Organisationen und wichtigen gesellschaftlichen Akteuren verschiedener Länder und Kulturen auszubauen. Das ist keine Einbahnstrasse, sondern auf Dialog basierte Kommunikation mit Vertretern ausländischer Gesellschaften (Melissen 2005: 15-22). An dieser Stelle sollte aber nicht unerwähnt bleiben, dass es oft bezweifelt wird, ob der angestrebte Dialog überhaupt zustande kommt oder eher ein abstraktes Ziel bleibt.

Die *public diplomacy*-Aktivitäten in Deutschland umfassen die für eine Westdemokratie üblichen Maßnahmen wie Vorlesungsreihen, Austauschprogramme, Ausstellungen, Sprachkurse (Bericht der Bundesregierung 2004). *Public diplomacy* wird als ein Weg für interkulturellen Austausch und Dialog verstanden, der eine zweiseitige Verständigung anstrebt. Somit entspricht dieses Verständnis dem Begriff *public diplomacy* im breiten Sinne. Der Auslandsrundfunk als Akteur im interkulturellen Austausch ist ein Teil dieser Bemühungen (Zöllner 2006: 160). Die DW wird von

der Bundesregierung auch eindeutig als Teil der deutschen *public diplomacy*-Aktivitäten gesehen (Bericht der Bundesregierung, 2001: 20; 2004: 31f.). Auch angesichts ihres Programmauftrags (vgl. **Stimme Deutschlands in der Welt, Dialog der Kulturen** im Abschnitt 1.1) ist die DW ein Teil der deutschen auswärtigen Kulturpolitik. Die DW selbst sieht sich in dieser Funktion aber nicht als verlängerten Arm der Regierung oder als Staatsrundfunk, sondern als unabhängige Rundfunkanstalt, die auch dort klare Positionen bezieht, wo der Diplomatie Grenzen gesetzt sind (Zöllner 2006: 170).

Aus diesen Ausführungen ist zu folgern, dass das Konzept von *public diplomacy* für das Arbeitsfeld der DW-Redakteure vor allem in seinem breiten Verständnis relevant ist, wo der Schwerpunkt auf interkulturellem Dialog und gegenseitiger Verständigung liegt und nicht auf Vertretung und Verteidigung (außen)politischer Positionen.

### 1.6 Ein Zwischenfazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die DW-Redakteure Teil eines komplexen Arbeitsfelds sind, das eine Reihe von auslandsrundfunk-journalistischen Besonderheiten aufweist. Die DW-Redakteure sind in einer Rundfunkanstalt tätig, die sich in den Jahren nach dem Fall des Eisernen Vorhangs vom Instrument der ideologischen Auseinandersetzung zum Instrument zur Förderung von Toleranz und Völkerverständigung, zum Medium gemeindeutscher Selbstdarstellung und -erklärung entwickelt hat. Als Auslandssender Deutschlands hat die DW einen vorgegebenen Programmauftrag zu erfüllen, der inhaltlich begrenzt und exakt definiert ist. Stimme Deutschlands in der Welt, Stimme der Freiheit und Präventions-/Krisenradio, Dialog der Kulturen, Brücke zur Heimat – so lassen sich resümierend die Hauptfunktionen des deutschen Auslandsrundfunks beschreiben, bei deren Ausübung die DW die Außenpräsenz und somit auch die Außenpolitik Deutschlands tangiert. Dieser Sachverhalt ordnet den deutschen Auslandssender zwangsläufig den Trägern der *public diplomacy*-Aktivitäten in Deutschland zu und erfordert in diesem Zusammenhang ein hohes Maß an journalistischer Verantwortung und Akkuratess von den DW-Mitarbeitern. Die in dem DWG ausgeführten Programmgrundsätze liefern weitere Richtlinien für die journalistische Arbeit im Auslandssender, versetzen aber zugleich die DW-Redakteure in ein Spannungsfeld zwischen journalistischer Unabhängigkeit und Diplomatie, zwischen wahrheitsgetreuem und neutralem Informationsauftrag und gebotener außenpolitischer Rücksichtnahme. Die Finanzierungsregelung für die öffentlich-rechtliche Anstalt DW birgt weiterhin erhebliche Gefahr für die journalistische Autonomie der DW-Mitarbeiter. Die DW als Auslandsrundfunk weist auch medienspezifische Besonderheiten, mit denen die Redakteure tagtäglich konfrontiert sind – ziemlich große Heterogenität und äußerst hohe Unbekanntheit des Publikums, die Interkulturalität des Arbeitsfeldes, die sich sowohl auf die Redaktionsprozesse als auch auf die journalistische Arbeit in der DW auswirken kann, indem sie spezifische journalistische Kompetenzen voraussetzt.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob und inwieweit diese Besonderheiten des Auslandsrundfunk-Journalismus von den DW-Redakteuren wahrgenommen werden und welchen

Einfluss sie auf ihre journalistische Arbeit und ihr Selbstverständnis nehmen. Wichtiges Anliegen der vorliegenden Untersuchung ist, diese Problematik zu klären.

### **2. Das journalistische Selbstverständnis in der Kommunikatorforschung**

Nachdem die theoretischen Überlegungen zum Arbeitsfeld des Auslandsrundfunk-Journalismus erläutert wurden, widmet sich das folgende Kapitel dem Forschungsgegenstand journalistisches Selbstverständnis. Zunächst gibt eine Definition Aufschluss darüber, was nach wissenschaftlichen Gesichtspunkten unter beruflichem Selbstverständnis zu verstehen ist. Danach wird ein Überblick über die wichtigsten Befunde bisheriger Studien der deutschen Kommunikatorforschung verschafft. Von den in diesen Studien ermittelten Selbstverständnistypen werden in einem nächsten Schritt diese Erwähnung finden, welche für das Forschungsanliegen der vorliegenden Arbeit besonders relevant sein können. Anschließend wird auf der Basis relevanter Ansätze der Kommunikator-/Journalismusforschung ein eigenes Modell entwickelt, das mögliche Einflussfaktoren auf das journalistische Selbstverständnis der DW-Redakteure veranschaulicht und als Grundlage für die Auswertung der Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung gilt.

#### **2.1 Eine Definition vom Selbstverständnis**

In der wissenschaftlichen Literatur zu Kommunikatorforschung gibt es keine einheitliche Bezeichnung für den Begriff Selbstverständnis. Mehrere Termini werden dazu verwendet: Rollenverständnis (Siemes 2000: 46), Rollenselbstverständnis (Weischenberg, Löffelholz & Scholl 1994: 159) Berufsverständnis (Haas & Pürer 1996: 355; Preisinger 2002: 1), Aufgabenverständnis (Donsbach 1981: 169), Selbstverständnis (Schneider, Schönbach & Stürzebecher 1993: 353). Genau so fehlt es an einer einheitlichen Definition, was unter Selbstverständnis aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive zu verstehen ist. Für die Forschungsziele dieser Arbeit ist eine Definition des beruflichen Selbstverständnisses jedoch notwendig, die als Basis für die Entwicklung des theoretischen Modells im Abschnitt **2.3.2** dienen soll. Aus diesem Grund lohnt sich ein Blick in die Nachbardisziplin Soziologie, wo die Berufswelt als ein wichtiges Forschungsfeld gilt und insofern brauchbare theoretische Überlegungen gefunden werden können.

Aus berufssoziologischer Perspektive wird unter dem beruflichen Selbstverständnis die individuelle Arbeits- oder Berufsorientierung innerhalb einer bestimmten Berufsrolle verstanden. Demnach definiert sich das berufliche Selbstverständnis zum einen durch die vom Akteur angestrebten Ziele bezüglich seines Berufs, die von gewissen Normen, Werten und Strukturen in der Gesellschaft und in der Organisation, zu der er gehört, beeinflusst werden können. Zum anderen schließt es die sachlichen, zeitlichen und sozialen Mittel ein, die der Akteur einsetzen kann und möchte (Büschges 1997: 159 ff.). Daraus ist zweierlei zu folgern. Das journalistische Selbstverständnis der DW-Redakteure lässt sich einerseits durch die subjektiven Berufsziele, die sie ihrer journalistischen Arbeit selber stellen, umschreiben. Andererseits umfasst es auch die angemessenen Mittel und Möglichkeiten

und damit auch verbundene Einschränkungen, die sich auf die Umsetzung dieser Ziele auswirken können.

Diese Definition stellt das berufliche Selbstverständnis als ein sehr komplexes Gebilde dar. Demgemäß wäre es für die Ziele dieser Untersuchung nicht ausreichend, die Journalisten ausschließlich nach ihren Berufszielen und Absichten zu fragen. Es sollen auch Faktoren herausgearbeitet werden, die Einfluss auf die Ausprägung und Umsetzung dieser Ziele nehmen können. Kommunikationswissenschaftler stellen ebenfalls fest, dass bei der Ausprägung journalistischer Berufsauffassungen eine Reihe von Faktoren mitspielen. Für Haas und Pürer sind das sowohl individuelle als auch mediensystematische Faktoren – persönlicher Werdegang, Besonderheiten des redaktionellen Arbeitsumfeldes, Arbeitsbedingungen, die persönliche Funktion und Position innerhalb des Medienbetriebs (1996: 355). Erkenntnissen der Organisationssoziologie zufolge resultiert das individuelle Berufsverständnis mehr oder minder aus der persönlichen Laufbahn des Akteurs, die Sozialisierungsprozesse sowohl innerhalb der Familie als auch des Ausbildungsweges und des Berufes (Büschges 1997: 159 ff.). Das Selbstverständnis wird also durch Komponenten der privaten und beruflichen Sozialisation geprägt. Diese Erkenntnisse finden ihre Relevanz auch in der Kommunikatorforschung (Schneider, Schönbach & Stürzebecher 1993; Weischenberg, Löffelholz & Scholl 1994). Daraus ist zu folgern, dass in der vorliegenden Studie Fragen nach Wegen in den Beruf und deren Bewertung möglicherweise Aufschluss darüber geben können, wie sich das Selbstverständnis der einzelnen DW-Redakteure gebildet hat.

Als weiteren Einflussfaktor führt Köcher (1985: 23) die Motive der Berufswahl ein. Auch die Bereitschaft der Journalisten, sich an den Wünschen und Vorlieben des Publikums zu orientieren, kann sich bei der Bildung des Selbstverständnisses als ausschlaggebend erweisen (Donsbach 1981: 169; Scholl & Weischenberg 1998: 67 ff.). Rühl betrachtet die Redaktion als soziales System, das aus einer Struktur von Erwartungen, einer Ordnungsform sozialen Lebens, in die der einzelne Journalist durch sein Rollenverhalten einbezogen ist, besteht. Folglich können die soziale Stellung des Journalisten innerhalb der Redaktion sowie sein Verhältnis zu den Kollegen sein Selbstverständnis prägen (1979: 13). Die konkreten und praktischen Aufgaben des Journalisten setzt der Forscher (1980: 67) weiterhin in Verbindung mit seinem Selbstverständnis. Deshalb bietet sich an, die redaktionellen Tätigkeiten der DW-Redakteure bei der Analyse ihres Selbstverständnisses in Betrachtung zu ziehen. Nach Donsbach (2005: 415) fließen in das journalistische Selbstverständnis ferner die Erwartungen anderer an den Beruf mit ein. Dabei kommen vor allem solche journalistischen Normen und Standards in Frage, die sich die Journalisten für ihr Selbstbild aneignen und die ihre Einstellungen beeinflussen.

Die empirische Journalismusforschung beschäftigt sich auch mit der Frage, wie das journalistische Selbstverständnis mit der eigentlichen Aussagenentstehung zusammenhängt. Zu dieser Problematik ist keine eindeutige Stellung unter den Wissenschaftlern zu finden (Löffelholz 2004: 47). Die verschiedenen Ansichten können zwei Lagern zugeordnet werden. Kommunikationswissenschaftler wie Maletzke (1972) und Vertreter der Mainzer Schule wie

Donsbach (1987; 1993b) unterstellen dem Selbstverständnis einen kausalen Zusammenhang mit den medialen Inhalten. Das Selbstverständnis gibt ihrer Ansicht nach einen eindeutigen Aufschluss über die konkrete Nachrichtenwahl. Den Gegenpol bildet die Schule der Funktionalisten, Wissenschaftler wie Wieschenberg, Scholl und Löffelholz, für die der Schluss von den beruflichen Absichten auf ihre konkrete Umsetzung in der journalistischen Berichterstattung nicht logisch erfolgen kann. Ihnen zufolge soll zusätzlich überprüft werden, ob die erforderlichen Bedingungen vorhanden sind, um die Kommunikationsabsichten im Berufsalltag umzusetzen (1994: 159 ff.). In diesem Zusammenhang wird der Begriff der Handlungsrelevanz (Weischenberg, von Bassewitz & Scholl 1989: 282) eingeführt. Durch den Begriff soll verdeutlicht werden, dass nicht alle Absichten, die Journalisten äußern, die gleiche Bedeutung für die Ausübung ihres Berufs haben. Vielmehr können sie wegen organisatorischer, technischer, politischer oder ökonomischer Gegebenheiten darin eingeschränkt sein, ihre Ziele zu realisieren. Darüber hinaus ist denkbar, dass die Journalisten mit ihren Antworten nur sozial erwünschte Berufsnormen wiedergeben, statt Auskunft über ihre eigentlichen Absichten zu geben (Weischenberg, Malik & Scholl 2006b: 100). Ob die Journalisten die von ihnen behauptete Ziele und Absichten tatsächlich in der Praxis umsetzen, lässt sich mithilfe einer Befragung schwer empirisch überprüfen. An dieser Stelle wäre eine inhaltsanalytische Untersuchung von journalistischen Beiträgen der befragten DW-Redakteure sinnvoller. Das würde aber aus forschungsökonomischen Gründen den Rahmen dieser Magisterarbeit sprengen und deshalb wird darauf verzichtet. Viele der Magister- und Diplomarbeiten<sup>12</sup>, die in den letzten zwei Jahren am Münchener Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung zum journalistischen Selbstverständnis entstanden sind, haben den Begriff in ihren theoretischen Überlegungen berücksichtigt und durch direkte oder indirekte Fragen zu erheben versucht. Aufgrund der Annahme, dass solche Fragen meist sozial erwünschte Antworten hervorbringen können und sich damit als obsolet in Befragungen erweisen, verzichtet Peiris in ihrer Magisterarbeit (2006: 29f.) auf die empirische Erhebung der Handlungsrelevanz, aber sie setzt sie voraus, da sie für die Konstitution des Selbstverständnisses wichtig sei. Diese Überlegungen und Begründung entsprechen dem Forschungsanliegen dieser Arbeit, deshalb werden sie bei der Entwicklung des eigenen Modells berücksichtigt.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass das journalistische Selbstverständnis ein vielschichtiges Konstrukt ist, in dem subjektive Ziele, Einstellungen und Erfahrungen, institutionelle Einflüsse, gesamtgesellschaftliche normative Erwartungen und Rahmenbedingungen zusammenfließen. Da alle diese einzelnen Faktoren, einem ständigen Wandel unterliegen, verändert sich das Selbstverständnis auch andauernd und ist folglich ein schwer zu fassendes Gebilde (Wiedebusch 1989: 149). Deshalb soll an dieser Stelle die Einschränkung gemacht werden, dass die Studienergebnisse zu diesem Thema wie auch die Befunde der vorliegenden Untersuchung nur eine

---

<sup>12</sup> Krupitschka (2005: 32), Drehkopf (2006: 40), Zolnowski (2006: 51), Junker (2006: 44)



Momentaufnahme des Selbstverständnisses der befragten Journalisten darstellen und folglich nicht allgemein gültige Aussagen sein können.

### 2.2 Empirische Forschungsergebnisse zum journalistischen Selbstverständnis

#### 2.2.1 Das journalistische Selbstverständnis in der Zeit

Nachdem ausführlich dargestellt wurde, wie das journalistische Selbstverständnis zum Zwecke dieser Arbeit definiert wird, werden im folgenden Kapitel die wichtigsten empirischen Befunde zum Selbstverständnis von Journalisten zusammengefasst. Ziel dieser Aufstellung ist es, die Grundlagen für die vorliegende Untersuchung zu erläutern. Zunächst wird kurz auf die Anfänge der journalistischen Berufsforschung eingegangen und daran anschließend werden ausführlicher diese Studien dargestellt, die sich dem gesamten journalistischen Berufsstand in Deutschland widmen<sup>13</sup>. Mit ihrer Hilfe lässt sich deutlich darstellen, welche Entwicklungen im beruflichen Selbstverständnis der deutschen Journalisten in den letzten 50 Jahren stattgefunden haben. Sie sind für die Forschungsziele der vorliegenden Arbeit insofern von Bedeutung, weil die befragten Journalisten, wenn nicht immer deutscher Herkunft, doch seit Jahren in Deutschland leben und als Journalisten tätig sind. An dieser Stelle soll jedoch erwähnt werden, dass die meisten unten aufgeführten Studien nicht aktuelle, sondern mehrere Jahre zurückliegende Untersuchungen sind, die außerdem zum Teil gegensätzliche Standpunkte der Kommunikatorforschung vertreten.

Bereits im 19. Jahrhundert widmete sich die Forschung der Berufswelt Journalismus. Zu dieser Zeit wurden Fragen zur Entstehung, Ausbreitung und Bedeutung des Berufes in so genannter „Praktikerliteratur“ diskutiert (Langenbucher 1973: 17-20). Als Grundlage für die empirische Journalismusforschung gilt bis heute die „Enquête über das Zeitungswesen“ von 1910. Obwohl dabei der eigentliche Untersuchungsgegenstand nicht die Journalisten selbst waren, lieferte sie eine empirischkomparatistische Berufsanalyse (Kutsch 1988: 9). Bis in die 60er Jahre war die Kommunikatorforschung vor allem von Arbeiten dominiert, in denen Journalisten über Journalisten forschten. Als Ergebnis schilderten sie häufig ein Berufsbild, das einem pädagogischen Auftrag verpflichtet war (Böckelmann 1993: 37-40). Mit der „sozialwissenschaftlichen Wende“ in der Kommunikationswissenschaft Anfang der 70er Jahre gewann die empirische Berufsforschung an Relevanz. Neben der Ermittlung von soziodemographischen Merkmalen rückten in den Mittelpunkt der Forschung<sup>14</sup> Auffassungen über Rollenverständnis, Selbst- und Fremdbild von Journalisten (Pürer 1997: 95). Dabei soll erwähnt werden, dass viele dieser Studien das Selbstverständnis zahlreicher Journalistengruppen ermittelten, aber keine Aufmerksamkeit der Gründe für die Bildung eines Selbstverständnisses schenkten.

---

<sup>13</sup> Studien über spezielle Ressortjournalisten und ihre Befunde werden hier keine Berücksichtigung finden, weil sie für das Forschungsobjekt dieser Arbeit – das Selbstverständnis der DW-Journalisten nicht geeignet sind.

<sup>14</sup> Einen ausführlichen Überblick über die im Zeitraum 1945-1990 entstandenen Kommunikatorstudien, Sozialenquêtes, Ressortstudien bietet Böckelmann (1993) in seiner Synopse „Journalismus als Beruf“.

Die Kommunikatorforschung wurde in den 70er und 80er Jahren vor allem von einem journalistischen Selbstverständnis des Kritikers von Missständen dominiert. In diesem Zusammenhang wurden die Journalisten zu dieser Zeit von vielen Wissenschaftlern kritisiert, sie warfen ihnen einen Missbrauch ihrer gesellschaftlichen Position vor (Kepplinger 1979: 35; Weischenberg 1989: 227 ff.). Im Jahr 1977 lieferte die Synopse „Journalismus als Beruf“ der Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung (AfK) ein detailliertes Profil des damaligen journalistischen Berufsstandes. Sie kam ebenfalls zum Ergebnis, dass unter den Journalisten ein Aufgabenverständnis des Kritikers und Kontrolleurs überwog (536 ff.). Anfang der 80er Jahre wurde zum ersten Mal eine repräsentative Studie zu diesem Thema durchgeführt und der Versuch unternommen, verschiedene Typen von journalistischem Selbstverständnis aufzustellen. Ihre Befunde prägten wesentlich die Forschung zum journalistischen Selbstverständnis in den 80er Jahren. Köcher (1985) fand unter von ihr befragten deutschen und britischen Journalisten zwei Grundtypen - den „Spürhund“, dessen Ziel war, Missstände aufzudecken, und den „Missionar“, der sich als anklagender Anwalt verstand, der selbst Meinung bezog und missionarisch auf die Meinungsbildung des Publikums einwirken wollte. Die befragten britischen Journalisten identifizierten sich eher mit dem ersten, die deutschen mit dem zweiten Typus.

Den in dieser Zeit durchgeführten Studien wurden jedoch ständig methodischer Mangel und Pauschalisierung vorgeworfen (Weischenberg 1989: 227 ff.). In einer Fallstudie stellte Weischenberg Ende der 80er Jahre die Vermittlung neutraler Informationen als überwiegendes journalistisches Aufgabenverständnis fest (1989: 236). Dieses Ergebnis ließ sich in zwei daran anschließenden Studien, „Sozialenquete über die Journalisten in der Bundesrepublik Deutschland“ (Schönbach, Stürzebecher & Schneider 1994) und „Journalismus in Deutschland“ (Weischenberg, Löffelholz & Scholl 1994) bestätigen. Die beiden Untersuchungen lieferten verlässliche Daten, die die Basis für einen fundierten Wissensstand über die Journalisten in Deutschland am Anfang der 90er Jahre bildeten und detaillierte Information über ihre Soziodemographie, ihre Einstellungen und Arbeitsweisen gaben. Trotz leichter methodischer Differenzen kamen sie zu einem übereinstimmenden Ergebnis: die Rolle des neutralen Informationsvermittlers hat diese des Kritikers und des Missionars in dem beruflichen Selbstverständnis der deutschen Journalisten überholt (Weischenberg, Löffelholz & Scholl 1994: 154). Generell konnte ein durchaus pluralistisches Selbstverständnis festgestellt werden, die von Köcher aufgestellte Dichotomie der Berufsrollen wurde in der Realität nicht bestätigt (Schönbach, Stürzebecher & Schneider 1994: 158).

In ihrer Studie stellte auch Ehmig (2000) fest, dass das missionarische Selbstverständnis an Bedeutung verliert und der Journalismus immer mehr nach der Devise „Facts are sacred, comment is free“ funktioniert. Mithilfe der Analyse des beruflichen Selbstverständnisses von drei Generationen deutscher Journalisten von der Nachkriegszeit bis in die 90er Jahre unternahm sie den Versuch, nicht nur einzelne Selbstverständnistypen aufzustellen, sondern auch die Faktoren herauszuarbeiten, die zu der Bildung dieser Typen geführt hatten. Als ausschlaggebender Faktor neben mediensystematischen



Veränderungen struktureller, technischer, rechtlicher Art und darauf zurückzuführender Umgestaltung der Arbeitsbedingungen kristallisierte sich in ihren Ergebnissen der Generationswandel, heraus. Die individuellen Lebenserfahrungen der Journalisten, die zum Teil auf zeitgeschichtliche Ereignisse zurückzuführen sind, waren entscheidend für die Entstehung der einzelnen Typen und für den festgestellten Selbstverständnisswandel (Ehmig 2000: 162, 305 ff.). Sie ermittelte die folgende Typologie: die Generation der Großväter, die sich als Berichterstatter der Nachkriegszeit sehen, die der Väter, die dem Anwaltpus der 70er und 80er Jahre entsprechen und die der Enkel in den 90er Jahren, die sich als missionarisch eingestellte „Nachrichtenjäger“ immer weniger sehen und sich verstärkt zum Postulat der Neutralität und Objektivität bekennen. Nicht mehr der Wunsch nach gesellschaftlicher und politischer Einflussnahme steht im Vordergrund, sondern das Streben nach Selbstentfaltung und beruflicher Freiheit (Ehmig 2000: 305 ff.).

Die beiden jüngsten repräsentativen Befragungen liefern ähnliche Ergebnisse. Die Studie „Onlinejournalisten in Deutschland“<sup>15</sup> (Löffelholz, Quandt, Hanitzsch und Altmeyen 2003) zeigt, dass sich die Onlinejournalisten in Deutschland eher als neutrale Vermittler verstehen, die sich an den Richtlinien des Informationsjournalismus orientieren. Die Ergebnisse der repräsentativen Studie „Journalismus in Deutschland 2005“ machen deutlich, dass sich die Journalisten am Anfang des neuen Jahrhunderts noch stärker als Vermittler neutraler Informationen verstehen. Die Mehrheit der Befragten will das Publikum neutral und präzise informieren, wenig mehr als die Hälfte sehen sich als Kritiker von Missständen, eine Minderheit will Prozesse in der Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren (Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: 355).

Vor dem Hintergrund der empirischen Befunde bisheriger Journalismusforschung wirft sich die Frage auf, ob sich ähnliche Entwicklungen auch bei den DW-Journalisten finden lassen und ob sich die oben genannten Faktoren oder eben andere auf die Bildung ihres beruflichen Selbstverständnisses auswirken. Diese Fragen sollen mit Hilfe der Befunde der vorliegenden Untersuchung im Ergebnisteil dieser Arbeit geklärt werden.

### 2.2.2 Typen journalistischen Selbstverständnisses

Ziel vieler Journalismusstudien ist, verschiedene Typen journalistischen Selbstverständnisses herauszuarbeiten und in Typologien zusammenzufassen. Je nach persönlicher Überzeugung, Arbeitszielen und Vorstellung von ihrer beruflichen Rolle lassen sich die befragten Journalisten den einzelnen Typen von Rollenbildern zuordnen. An dieser Stelle soll einmal ausdrücklich betont werden, dass diese Rollenbilder idealtypisch und die Grenzen zwischen den einzelnen journalistischen Berufsauffassungen fließend sind. In der Realität können folglich eher Mischformen gefunden werden (Köcher 1985: 86). Journalisten folgen in ihrem Arbeitsalltag in den seltensten Fällen ausschließlich einem einzigen Rollenmuster, sondern wechseln vielmehr zwischen einzelnen Rollen hin und her (Haas & Pürer 1996: 355). Dennoch werden diese Typologien oft für Orientierung und als Grundlage

---

<sup>15</sup> Das ist die erste repräsentative Befragung deutscher Onlinejournalisten

bei der Untersuchung der Rollenmuster herangezogen, die die befragten Journalisten bei ihrer alltäglichen Arbeit verfolgen. Im folgenden Kapitel werden aus diesem Grund solche Typen früherer Studien dargestellt, die bei den DW-Redakteuren aufgrund theoretischer Überlegungen erwartet werden können: Informationsvermittler, Kritiker/Kontrollleur, Anwalt, Pädagoge, Kompass, Kulturdolmetscher. Weitere Typen wie der „Unterhalter“ oder „Der investigative Journalist“ werden bei dieser Vorstellung bewusst von vornherein ausgeklammert. Aufgrund des bereits beschriebenen Arbeitsfelds der „Macher der Visitenkarte Deutschlands“ ist nicht anzunehmen, dass diese Selbstverständnistypen bei dem Auslandsrundfunk-Journalismus eine Rolle spielen. Da es bislang keine Studie gibt, die sich mit den Journalisten bei der DW beschäftigt hat, beziehen sich die im Folgenden vorgestellten empirischen Befunde hauptsächlich auf die allgemeinen Studien zum Journalismus in Deutschland. Diese Auswahl relevanter Typen erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Das Ziel ist vielmehr, eine Grundlage für die spätere Auswertung der Befragungsergebnisse und die Entwicklung einer eigenen Selbstverständnistypologie zu schaffen.

### **Der Informationsvermittler**

Die Ergebnisse der jüngsten Journalismusstudie in Deutschland (Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: 356) machen deutlich, dass dieser Typus den gegenwärtigen Journalismus dominiert. Vor dem Hintergrund der normativen Zuschreibungen, die in Gesetzen und Rundfunkstaatsverträgen zu finden sind (Haller 2004: 88f.), soll dieses Ergebnis auch nicht überraschend wirken. Wenn auch der gesetzliche Programmauftrag von DW, wo es in erster Linie darum geht, umfassende und objektive Informationen aus und über Deutschland in die Welt zu vermitteln (vgl. Abschnitt 1.1), in Betracht gezogen wird, dann ist wohl zu erwarten, dass dieser Selbstverständnistypus unter den DW-Redakteuren zu finden wäre. Der Informationsvermittler setzt sich als Ziel, unpersönlich, wertfrei und neutral Informationen zu vermitteln, umfassend und unparteiisch zu berichten. Bei der Themenwahl orientiert er sich an anscheinend objektiven Nachrichtenwerten (Donsbach 1982: 50). Dabei geht er von einem mündigen Publikum aus, das in der Lage ist, seine eigene Meinung zu bilden. Wichtig ist es ihm, seine persönliche Meinung von der Berichterstattung zu trennen (Haller 2004: 13 ff.). Diese Zielsetzung ist jedoch nicht unproblematisch, weil das Objektivitätspostulat in der Realität kaum umsetzbar ist. Allein die Themenauswahl, berührend auf der persönlichen Einschätzung der Journalisten, verleiht der Berichterstattung eine gewisse Subjektivität und Gewichtung (Haas & Pürer 1996: 356). Ferner wird der Informationsjournalismus kritisiert, dass er in seinem Bestreben, objektive Informationen zu vermitteln, Hintergründe und Interpretation auslässt und damit eine oberflächliche, unvollständige Wirklichkeit widerspiegelt (Weischenberg 1995: 113). Dadurch läuft er Gefahr, in die Nähe von Verlautbarungsjournalismus zu geraten, wenn das kritische Hinterfragen fehlt (Haas & Pürer, 1996: 355).

### **Der Kritiker und Kontrolleur**

Nicht die neutrale Informationsvermittlung, sondern die bewusste Stellungnahme ist bei diesem Typus von Bedeutung. Er fühlt sich dem Meinungsjournalismus verpflichtet und verzichtet absichtlich auf Objektivität. Der Kontrolleur sieht sich in der Rolle des Wächters der Demokratie und verfolgt kritisch alle Entscheidungen und Prozesse im gesellschaftlichen und politischen Leben. Seine gesellschaftliche Kontrollfunktion äußert sich in aufdeckenden Meinungsbeiträgen wie Glossen, Kommentaren oder Leitartikeln, in denen er kritisch, prüfend und wertend seinen eigenen Standpunkt wiedergibt (Mast 2004: 129). Dieses Berufsverständnis wird mit der Auffassung in Verbindung gebracht, den Journalismus als „Vierte Gewalt“ im Staat zu verstehen, wozu aber die Journalisten in Deutschland eigentlich verfassungsmäßig nicht legitimiert sind (Haas & Pürer 2006: 356). Zu diesem Selbstverständnis kommen vor allem ältere Studien der 70er und 80er Jahre, die in Mainzer Tradition entstanden sind wie die Studie von Kepplinger (1979), Donsbach (1982). Die von Köcher (1985) befragten Journalisten verstanden sich zum größten Teil als Kritiker an Missständen. In der jüngsten Studie zum Journalismus in Deutschland bekannten sich wenig mehr als die Hälfte der befragten Journalisten zu diesem Aufgabenverständnis (Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: 356).

Wird die Funktion der DW als Stimme der Freiheit in Sendegebieten, wo die Informations- und Meinungsfreiheit eingeschränkt oder überhaupt nicht gegeben ist (vgl. Abschnitt 1.1), in Anspruch genommen, dann kann angenommen werden, dass unter den DW-Redakteuren in den entsprechenden Fremdsprachredaktionen die Bereitschaft bestehen könnte, die Rolle der „Vierten Gewalt“ an Stelle der inländischen Medien zu übernehmen und als Kritiker der politischen und gesellschaftlichen Prozesse in der Region zu fungieren. Dabei entsteht logischerweise die Frage, in welchem Maß sich so ein Selbstverständnistyp in dem vorgegebenen Spannungsfeld zwischen Journalismus und Diplomatie (vgl. Abschnitt 1.2) entfalten kann. Eins der Ziele der vorliegenden Arbeit ist, die hier angesprochene Problematik anhand der Untersuchungsbefunde, die im Ergebnisteil ausführlich dargestellt werden, zu klären.

### **Der Anwalt**

Der anwaltschaftliche Journalismus zählt auch zum Meinungsjournalismus. Der Anwalt äußert jedoch weniger seine eigene Meinung. Er versteht sich als Interessenvertreter von unterprivilegierten Gruppen, deren Stimme ohne seine advokatorische Leistung keinen Zugang zu den Medien findet. In diesem sozial engagierten Journalismus ist eine Vermittlung von „unten nach oben“ angestrebt, von den Ohnmächtigen zu den Mächtigen. Der journalistische Anwalt sieht sich als potentieller Ansprechpartner und Vertreter des unmündigen Bürgers und hält Informationen zurück, wenn sie der Bevölkerung oder der vertretenen Gruppe schaden können (Haas & Pürer 1996: 357). Diese Art von Journalismus wird oft begrüßt, da er dem Schutz berechtigter Ansprüche der Bürger dient, was ihr demokratisches Recht ist, wird aber auch kritisiert. Der anwaltschaftliche Journalist erhält seinen Auftrag nicht von den Rezipienten, sondern ergreift eigene Initiative. Kritiker sprechen deshalb oft

vom vormundschaftlichen Journalismus (Kepplinger 1979: 26). Bei diesem Typus besteht andererseits stets die Gefahr, für bestimmte unlautere Interessen instrumentalisiert zu werden (Haas & Pürer 1996: 357). Sowohl Anfang der 90er Jahre als auch später konnte unter den Journalisten, vor allem unter den Politikjournalisten, eine positive Haltung gegenüber dem Ziel, als Sprachrohr für den kleinen Mann aufzutreten, festgestellt werden. Diese Funktion wurde jedoch nicht als Primäraufgabe verstanden, sondern eher als ergänzend (Weischenberg 1995: 150; Preisinger 2002: 226 ff.). Die Journalismusstudie 2005 liefert ebenfalls ähnliche Ergebnisse (Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: 356).

Auch dieser Selbstverständnistypus kann vor allem bei DW-Redakteuren erwartet werden, deren Aufgabe es ist, den Programmauftrag für Kompensationsradio (vgl. Abschnitt 1.1) in die Praxis umzusetzen. Insbesondere in Gebieten, wo die Medien gleichgeschaltet sind, bemühen sie sich, Stimme der Andersdenkenden zu sein und ein Diskussionspodium zu schaffen, zu dem jeder Zugang hat. Somit werden sie Sprachrohr für jene, die ihre Meinung frei äußern wollen, aber aufgrund politischer Situationen daran gehindert sind. Folglich ist anzunehmen, dass der advokatorische Journalismus eine Rolle bei der täglichen Arbeit der DW-Journalisten spielen könnte.

### **Der Pädagoge**

Dieses Berufsverständnis orientiert sich am Ideal des Lehrers und Erziehers, der einem pädagogischen Bildungs- und Erziehungsauftrag nachkommt. Die Hauptaufgabe dieses Typus besteht darin, durch wertvolle Inhalte den Horizont des Publikums zu erweitern. Dahinter steckt die Überlegung, dass durch Massenmedien nicht nur Informationen und Meinungen vermittelt werden, sondern sie auch als Instrument zur Erziehung und Bildung eingesetzt werden können, da „die Journalisten über mehr Informationen verfügen [...] als die Mehrheit der übrigen Bürger“ (Donsbach 1982: 59). Ihren journalistischen Auftrag sehen die Lehrer darin, die Bürger aufgrund ihres Bildungsvorsprungs mit Informationen zu versorgen und sie dadurch weiterzubilden (Donsbach 1982: 60). Dabei orientieren sie sich nicht nur an den Publikumsinteressen, sondern ergreifen eigene Erziehungs- und Bildungsinitiative, indem sie anspruchsvolle Inhalte mit politischer und kultureller Thematik vermitteln. An diesem Selbstverständnistypen wird kritisiert, dass er Gefahr laufen kann, für ideologisch begründete Motive missbraucht zu werden (Haas & Pürer 1996: 363).

Zu diesem Selbstverständnistypus liefert die Journalismusforschung nicht immer eindeutige Ergebnisse. In der Studie „Journalismus in Deutschland“ bekannte sich mehr als die Hälfte der befragten Journalisten zu den zentralen Aufgaben des pädagogischen Journalismus, indem sie für wichtig fanden, kulturelle und intellektuelle Themen anzusprechen (Weischenberg 1995: 150). Dabei identifizierten sich die Journalisten in Ostdeutschland in der Studie von Schneider, Schönbach und Stürzebecher (1993: 370 ff.) eher mit der Rolle des Erziehers als die im Westen. Neuere Befunde (Preisinger 2002: 224) deuten auf eine ablehnende Position gegenüber diesem Aufgabenverständnis hin. In der jüngsten Studie scheint der pädagogische Aspekt verschwunden zu sein, er wird überhaupt

nicht abgefragt (Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: 356). Dennoch kann sich dieser Typus als relevant für die in der vorliegenden Arbeit untersuchte Journalistengruppe erweisen. Hintergrund dieser Annahme stellt eine der Aufgaben dar, der sich die DW als Auslandsrundfunkanstalt verpflichtet fühlt, nämlich die Werte eines demokratisch-pluralistischen Gemeinwesens zu vermitteln und gleichzeitig Demokratisierungsprozesse und den Aufbau einer Bürgergesellschaft in bestimmten Regionen zu unterstützen (vgl. Abschnitt 1.1). Diese Funktion impliziert gewisse pädagogische Aspekte, deshalb wird der Typus des Pädagogen an dieser Stelle berücksichtigt.

### **Der Kompass**

Dieses Berufsverständnis umfasst stark publikumsorientierte, aber auch subjektive Komponenten. Primäres Ziel des Kompasses ist es, dem Publikum Orientierung zu verschaffen und ihm zu ermöglichen, in einer immer komplexer werdenden, undurchschaubaren Welt zurechtzukommen. Er informiert, aber kommentiert gleichzeitig, damit die Fakten in größere Zusammenhänge integriert werden. Seine journalistischen Gestaltungsformen sind deshalb Hintergrundberichte und Analysen. In die Berichterstattung fließt unvermeidbar seine eigene Meinung ein (Weischenberg 1995: 444 ff.). Ihm droht die Gefahr, leicht in seiner subjektiven Wirklichkeit zu verfallen und zum „Hüter der Wahrheit“ zu werden (Haas & Pürer: 356). Der Orientierungsjournalist bietet eine Vielfalt an Inhalten, Themen und sieht sich als „Scout im Dschungel der Informationsvielfalt“, der komplexe Zusammenhänge reduziert und beim Verstehen der Wirklichkeit helfen will. Er gibt seinem Publikum Sicherheit und Erklärungshilfe, damit es sich anschließend sein eigenes Urteil bilden kann (Haller 2005: 122). Einige Kommunikationswissenschaftler sind der Meinung, dass aufgrund der Informationsüberflut diese Aufgabe der Journalisten immer wichtiger werden würde (Weischenberg, Löffelholz & Scholl 1993: 31; Weischenberg 1995: 571; Blöbaum 2000: 181). In der Studie „Journalismus in Deutschland 2005“ findet diese Aufgabenauffassung unter den befragten Journalisten eine mittlere Zustimmung (Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: 356).

Dieser Typus findet an dieser Stelle deshalb Erwähnung, weil er gut in Verbindung mit dem DW-Programmauftrag für Krisen- und Präventionsradio gebracht werden kann. In solchen Krisenregionen bietet die DW Orientierungs- und Hilfeleistung ihrem Publikum, das sich aufgrund der instabilen politischen Situation nur dank der DW-Informationsdienste und -Analysen über seine Situation informieren und erfahren kann, wie die Weltgemeinschaft die Umstände in seinem Land beurteilt (vgl. Abschnitt 1.1).

### **Der Kulturdolmetscher**

Die besondere Leistung dieses Typus besteht darin, dem Publikum „Phänomene fremder Kulturen“ (Hetkämper 1995: 125) verständlich zu machen. Der vermittelnde Aspekt steht für den Kulturdolmetscher im Mittelpunkt seiner Arbeit. Er möchte neutrale Informationen liefern, aber vor allem diese erklären, interpretieren, einordnen mit besonderem Fokus auf die kulturellen Umstände

(Siemes 2000: 28f.). Er identifiziert sich mit der Rolle des Vermittlers zwischen den Kulturen (Ebner 2006: 108). Dieser Selbstverständnistypus kristallisiert sich vor allem in Studien zum Selbstverständnis von Auslandskorrespondenten heraus.

Betrachtet man den DW-Auftrag, einen Dialog zwischen den Kulturen und Völkern zu arrangieren (vgl. Abschnitt 1.1), ist sehr wohl zu erwarten, dass unter den DW-Redakteuren dieser Journalismustypus seine Relevanz finden könnte. In ihrem Bestreben, Menschen aus anderen Ländern Deutschland näher zu bringen und das Verständnis zwischen unterschiedlichen Kulturen zu fördern, können die DW-Journalisten in die Rolle des Kulturübersetzers schlüpfen. Aufschluss darüber, ob diese Annahme der Realität entspricht, werden die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung geben.

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

Die vorliegende Arbeit ist aufgrund ihres Forschungsanliegens im Bereich der Kommunikator-/Journalismusforschung anzusiedeln. Die Journalismusforschung setzt sich mit den Journalisten und ihrem beruflichen Handeln auseinander. Ziel ist es, die soziale Wirklichkeit des Journalismus anhand wissenschaftlicher Vorstellungen und empirisch-analytischer Methoden zu beobachten und zu erforschen (Raabe 2005: 9). Der gegenwärtige Forschungsstand ist dadurch gekennzeichnet, dass es eine Fülle von theoretisch, methodisch und thematisch unterschiedlich angelegten Studien gibt, aber ein Defizit an theoretischer Reflexion darüber existiert. Eine einheitliche Journalismustheorie gibt es nicht (Rühl 1992: 117). Oft wird dieser Forschungsrichtung vorgeworfen, dass eine wissenschaftlich begründete Vorstellung des Forschungsgegenstandes fehlt (Scholl 1997: 471; Raabe 2005: 32). Normative konkurrieren mit empirisch-analytischen Zugängen, realistische mit konstruktivistischen Beschreibungen, individualistische mit system-orientierten Modellen, hinzu kommen noch kulturbezogene Annäherungen und integrative Sozialtheorien (Löffelholz 2003: 29). Paradigmen ersetzen alte theoretische Ansätze nicht, sondern bleiben in der Journalismusforschung als Alternative bestehen (Löffelholz 2004, S. 35). Ziel der folgenden Ausführungen ist nicht, einen systematischen und historischen Überblick der Journalismusforschung<sup>16</sup> anzubieten, sondern nur diese Ansätze hervorzuheben, die als Basis für die daran anschließende Entwicklung des eigenen journalismustheoretischen Modells dienen können.

#### **2.3.1 Relevante theoretische Ansätze und Modelle der Kommunikatorforschung**

Als Kriterium für die Bestimmung der relevanten Ansätze wird die im Abschnitt 2.1 vorgestellte Definition für das journalistische Selbstverständnis herangezogen. Da im Mittelpunkt des Forschungsinteresses dieser Arbeit das journalistische Selbstverständnis der DW-Redakteure steht, erweist es sich als legitim, diese Definition als Grundlage zu nehmen. Der Definition entsprechend geht es bei dem Selbstverständnis um ein vielschichtiges und komplexes Gebilde, auf das sich sowohl

---

<sup>16</sup> Solchen Überblick bieten Pürer (1997: 89-123), Löffelholz (2003: 31-406), Scholl und Weischenberg (1998: 25-51), Raabe (2005: 15-99)



persönliche Merkmale und Vorstellungen als auch redaktionelle und gesellschaftliche Gegebenheiten auswirken können. Als relevant erweisen sich deshalb der akteurtheoretische und der systemtheoretische Ansatz, die im Folgenden dargestellt und relevante Bezüge für die vorliegende Untersuchung erläutert werden.

Ziel dieser Studie ist es, das journalistische Selbstverständnis der DW-Redakteure zu erforschen. Deshalb kann sie als akteursorientierte Forschung betrachtet werden, da die Aufmerksamkeit auf die einzelnen Journalisten, ihre Motive, Ziele, Merkmale und Einstellungen gerichtet ist, also eine Mikroperspektive verfolgt wird. Als Grundlage für diese akteursorientierte Sichtweise werden handlungstheoretische Überlegungen der Soziologie herangezogen. Im Mittelpunkt der Handlungstheorie stehen der Akteur, seine Handlungen und ihr Sinn. Das Handeln des Akteurs wird durch bestimmte Regeln geprägt, die wiederum durch Handlungen der Akteure hervorgebracht werden (Löffelholz 2003: 36). Deshalb geht die Akteurtheorie davon aus, dass es durch die Berücksichtigung der Eigenperspektive (Einstellungen, Motive des Individuums) erklärt werden kann, warum Personen in spezifischen Situationen in bestimmter Weise handeln (Schimank 2000: 14). Aufgrund dieser Überlegungen wird das Selbstverständnis des DW-Redakteurs als Rolle eines handelnden Akteurs untersucht.

Solche akteursorientierten Ansätze werden der Tradition der Mainzer Schule zugeschrieben. Ihre Vertreter wie Elisabeth Noelle-Neumann, Hans Mathias Kepplinger und Wolfgang Donsbach sehen die Journalismusforschung als Teil der Medienwirkungsforschung (Pürer 1997: 100 ff.). Ihr Forschungsinteresse ist nicht so sehr auf die Persönlichkeit der Journalisten fixiert, als auf die Medieninhalte, das „Arbeitsprodukt und dessen Qualität vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Anforderungen“ (Donsbach 1987: 108). Die Auseinandersetzung mit dem Journalisten und seinem beruflichen Verhalten ist nur insofern vom Interesse, um zu untersuchen, wie Medieninhalte entstehen und wie sie sich auf das Publikum auswirken. In dieser Hinsicht beschäftigen sich die Befürworter dieses Ansatzes mit der Frage, welches berufliche Selbstverständnis Journalisten besitzen und wie handlungsrelevant dieses ist (Löffelholz 2003: 36).

Die theoretischen Überlegungen, Ansätze und Forschungsergebnisse der Wirkungsforschungstradition fasst Wolfgang Donsbach (1987) in seinem Modell, dem „Vier-Sphären-Modell“<sup>17</sup>, zusammen. Sein Ziel ist zu veranschaulichen, wie die Journalisten Einfluss auf die Entstehung und die Gestaltung der Medieninhalte nehmen können. Es illustriert verschiedene Faktoren, die das Verhältnis zwischen der Persönlichkeit des Journalisten und der Gestaltung der Medieninhalte prägen können. Donsbach unterscheidet vier Sphären des journalistischen Berufsfeldes, denen die einzelnen Einflussfaktoren zugeordnet werden. Im Mittelpunkt der *Subjekt-Sphäre* steht der Journalist als Individuum. Deshalb werden hier Faktoren aufgelistet, die selbst von der Person des Journalisten ausgehen: Werte, Einstellungen, Publikumbild und Berufsmotivationen. Zu dieser

---

<sup>17</sup> Abbildungen aller im Text angesprochenen Modelle sind im Anhangsband zu finden.

Sphäre gehört auch das für die vorliegende Untersuchung besonders relevante Aufgabenverständnis. In welcher Wechselwirkung es mit den anderen Faktoren steht, bleibt jedoch unersichtlich. In der *Professionssphäre* betrachtet man den Journalisten als Teil einer sozialen Gruppe, des Berufstandes Journalismus. Hier sind deshalb berufsspezifische Faktoren, wie Berufsnormen, ethische Prinzipien, Ausbildung, Informationsbeschaffung und Kollegenorientierung verortet. Die Faktoren in der *Institutionssphäre* sind durch die Tätigkeit der Journalisten in Institutionen, in Medienbetrieben bedingt. Beispielhaft hierfür sind wirtschaftliche und technische Voraussetzungen, innere Pressefreiheit, Arbeitszufriedenheit. In der *Gesellschaftssphäre* werden schließlich Aspekte zusammengefasst, die das gesellschaftliche Umfeld als Einflussfaktor auf die journalistische Arbeit veranschaulichen – gesetzliche und politische Rahmenbedingungen, soziale Bindungen und lokale Integration (Donsbach 1987: 111 ff.).

Aus einigen Gründen erweist sich das Modell als relevant für die theoretischen Überlegungen dieser Arbeit, obwohl es die Medieninhalte als zentrales Forschungsobjekt behandelt und den Akteur mit seinem Selbstverständnis lediglich neben vielen anderen Aspekten einführt. Die vollzogene Zuordnung der einzelnen Faktoren zu verschiedenen Sphären bietet Orientierungshilfe für die Strukturierung und Gliederung des eigenen Modells. Darüber hinaus sind zahlreiche Faktoren in den einzelnen Modellsphären zu finden, bei denen anzunehmen ist, dass sie sich auf das berufliche Selbstverständnis der DW-Journalisten auswirken können und deshalb in dem eigenen Modell<sup>18</sup> berücksichtigt werden. Eine Schwäche des Donbachs Modells ist, dass es nicht deutlich wird, welche Wechselbeziehungen zwischen den einzelnen Sphären bestehen. Mit dem eigenen Modell wird der Versuch unternommen, die theoretischen Überlegungen diesbezüglich zu ergänzen.

Akteursorientierten Konzepten und Vorstellungen wird vorgeworfen, dass sie sich zu sehr auf das Individuum des Journalisten konzentrieren und ökonomische und strukturelle Bedingungen nicht berücksichtigen (Löffelholz 2003: 36). Obwohl im Mittelpunkt dieser Arbeit der DW-Redakteur mit seinem Selbstverständnis steht, ist es nicht ausreichend, wie auch die Definition im Abschnitt 2.1 zeigt, sich nur auf das Individuum zu konzentrieren, vor allem wenn es darum geht, Einflussfaktoren auf sein Selbstverständnis auszumachen. Neben der akteursbezogenen Perspektive werden bei der Entwicklung des eigenen Modells auch systemtheoretische Überlegungen berücksichtigt, weil sie eine ganzheitliche Perspektive annehmen.

Systemtheoretische Journalismusforschung bezieht sich auf die funktional-strukturelle Systemtheorie des Soziologen Niklas Luhmann (Raabe 2005: 48). Luhmann erweiterte die Gruppe sozialer Systeme (Wirtschaft, Politik, Familie, Wissenschaft) um das relativ autonome System der Massenkommunikation. „Journalismus soll nun nicht mehr von den beteiligten Individuen aus, sondern als ein eigenständiger und eigenlogischer sozialer Zusammenhang gefasst werden“ (Raabe 2005: 96). Die systemtheoretischen Überlegungen finden ihren Einzug in die Journalismusforschung

---

<sup>18</sup> Welche Faktoren im Einzelnen und warum genau sie übernommen werden, wird bei der Modellentwicklung im Abschnitt 2.3.2 ausführlich erörtert.



durch Manfred Rühl. Er betrachtet die Redaktion nicht als Summe einzelner Akteure, sondern als organisiertes soziales System, in das die Journalisten durch ihre Redaktionsrollen integriert sind. Folglich ist für ihn, die Entstehung von Medieninhalten nicht als Ergebnis individueller, journalistischer Leistungen zu sehen, sondern sie soll im Kontext des Arbeitsprozesses innerhalb des sozialen Systems Redaktion betrachtet werden (Rühl 1979: 13). Die systemtheoretische Perspektive setzt in den Mittelpunkt die Redaktion als System und nicht die Person, den Akteur. Diese Perspektive bietet eine Erweiterung bei der Betrachtung des Selbstverständnisses der DW-Redakteure. So wird der Redakteur nicht als autonomer Kommunikator gesehen, sondern im Kontext der institutionellen Strukturen seiner Redaktion, die womöglich Einfluss auf sein Selbstverständnis nehmen können. Zudem betrachtet Rühl den Journalismus als Sozialsystem, der in vielfältigen Interdependenzen zu seiner komplexen Umwelt steht (Rühl 1992: 116). Somit macht es die systemtheoretische Betrachtungsweise auch möglich, redaktionsexterne Einflussfaktoren auf das journalistische Selbstverständnis auszumachen. Systemtheoretische Überlegungen erweitern den Kontext, in dem das Selbstverständnis der DW-Redakteure analysiert wird, um organisations- bzw. DW-bezogene und gesellschaftsbezogene Determinanten.

Die systemtheoretische Perspektive kann sich der Kritik ebenfalls nicht entziehen. Vor allem der hohe Abstraktionsgrad, die Komplexität und die Vernachlässigung der Bedeutung der journalistischen Subjekte sind Gründe für kritische Stimmen (Löffelholz 2004: 57). Offenbar können weder akteur- noch systembezogene Konzepte den Kriterien einer adäquaten Journalismusforschung genügen. Als Antwort auf die Kritik entstand in den 90er Jahren eine integrative Perspektive, die versucht, den Spagat zwischen „System und Subjekt, Struktur und Handlung“ (Löffelholz 2003: 38) zu machen. Die integrative Perspektive favorisiert Weischenberg. Er leitet seine theoretischen Überlegungen aus der konstruktivistischen Systemtheorie ab und verknüpft somit den Systembegriff mit dem Akteurbegriff (Löffelholz 2003: 39). Ähnlich wie Donsbach entwickelt Weischenberg aufgrund seiner Überlegungen ein Modell, das „Zwiebel-Modell“, das Faktoren systematisiert, die das Journalismussystem determinieren (Weischenberg 1994b: 430). Die Zwiebel-Metapher veranschaulicht die Vorstellung von Weischenberg für die hierarchische Ordnung der vier übereinander liegenden Sphären (Schalen), in denen die einzelnen Faktoren verortet sind.

Den Kern der Zwiebel bilden die Medienakteure selbst in ihrem *Rollenkontext*, der persönliche Merkmale, Einstellungen, Rollenselbstverständnis, Publikumsimage, Professionalisierung und Sozialisation umfasst. Eine Ebene höher liegt der *Funktionskontext*, in dem die Medienaussagen im Vordergrund stehen und die damit verbundenen Leistungen und Wirkungen des Journalismus. Zugang zu Informationsquellen, Referenzgruppen, typische journalistische Berichterstattungsmuster, sowie Effekte der Medien im Hinblick auf das Publikum finden hier ihre Erwähnung als Faktoren. In der darüber liegenden Schale, dem *Strukturkontext*, kommen institutionsbezogene Faktoren zum Ausdruck wie ökonomische, politische, organisatorische und technologische Gegebenheiten. Der *Normenkontext*, die äußerste Schale, umfasst die Normen des Mediensystems - gesellschaftliche

Rahmenbedingungen, historische und rechtliche Grundlagen, kommunikationspolitische Gegebenheiten sowie professionelle und ethische Standards (Weischenberg 1994b: 430 ff.).

Zentraler Unterscheidungspunkt der beiden Modelle, „Vier-Sphären-Modell“ und „Zwiebel-Modell“, ist, dass der letztere das Individuum in das System integriert, der Journalist wird nicht mehr isoliert von dem Journalismussystem betrachtet. Der Medienakteur als wichtige Komponente des Mediensystems rückt in den Mittelpunkt von zahlreichen hierarchisch geordneten Kontexten. Diese integrative Betrachtungsweise wird bei der Entwicklung des eigenen Modells Verwendung finden. Zudem ist eine Reihe von Faktoren normativer, funktioneller und struktureller Natur in den einzelnen „Schalen“ zu finden, die möglicherweise für das Selbstverständnis der DW-Redakteure relevant sein können und deshalb übernommen werden.

Das Zwiebel-Modell bleibt auch nicht ohne Kritik. Ihm wird vorgeworfen, dass es zwei miteinander nicht kompatible Ansätze verbindet, einflusstheoretische Prämisse und die Systemtheorie, die von der Geschlossenheit eines sozialen Systems ausgeht. Zudem werden die durch die Kreisordnung bedingte Hierarchie und Verbindlichkeit der Einflüsse kritisiert (Löffelholz 2004: 52). Auf diesen Kritikpunkten aufbauend erweitert Frank Esser (1998) den Ansatz von Weischenberg und entwickelt in seiner komparativen Studie zum deutschen und englischen Journalismus ein integratives Mehrebenen-Modell. Das Neue ist, dass alle vier Analyseebenen (*Subjektsphäre, Institutionssphäre, Medienstruktursphäre, Gesellschaftssphäre*) nicht als geschlossene Systeme wie bei Weischenberg verstanden werden, sondern als „offene ‚Orientierungshorizonte‘“, die in einem engen Interaktionsverhältnis stehen und sich wechselseitig beeinflussen. Somit kann die Wirkung jedes Faktors nur im Zusammenhang mit der Wirkung der anderen Kräfte erklärt werden. Das journalistische Handeln wird in den Kontext dieser „Orientierungshorizonte“ eingebettet (Esser 1998: 25). Die von Esser einbezogenen Wechselwirkungen und Interaktionen zwischen den einzelnen Ebenen werden im theoretischen Modell dieser Arbeit ihre Berücksichtigung finden.

Das Untersuchungsobjekt der vorliegenden Studie ist das journalistische Selbstverständnis der DW-Redakteure. Alle bisher dargelegten Modelle weisen eine Gemeinsamkeit auf und gleichzeitig einen Mangel diesbezüglich: das journalistische Selbstverständnis steht nicht im Zentrum ihres Forschungsinteresses, sondern ist unter vielen anderen Aspekten in den subjektbezogenen Analyseebenen verortet. Deshalb werden für die Bildung des eigenen Modells auch Modelle herangezogen, die im Rahmen von Magister- und Diplomarbeiten zum journalistischen Selbstverständnis am Münchener Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung entstanden sind: vor allem Krupitschka (2005), Junker (2006), Peiris (2006). Sie basieren auf den bereits dargestellten Modellen von Donsbach, Weischenberg und Esser, widmen sich aber explizit dem Selbstverständnis. Ihnen gelingt es, Aspekte der Persönlichkeit des Journalisten und seiner Sozialisation mit institutionellen Gegebenheiten und Einflüssen der Außenwelt in einem theoretischen Konzept zusammenzufassen, das zur Analyse des journalistischen Selbstverständnisses der jeweiligen Untersuchungsgruppe (Jugendradiojournalisten, Lokaljournalisten, Politikjournalisten) dient. Da sich

die Modelle auf je verschiedene Journalistengruppen beziehen und auch inhaltlich entsprechend ausgerichtet sind, werden vor allem solche Aspekte und grundlegende Überlegungen für das eigene Modell übernommen, die im Hinblick auf das journalistische Selbstverständnis der DW-Redakteure adäquat sind. Zudem werden sie in Anbetracht des Untersuchungsgegenstands inhaltlich modifiziert und angepasst.

### **2.3.2 Modell zum Selbstverständnis von DW-Journalisten**

Das Forschungsanliegen der vorliegenden Arbeit ist das journalistische Selbstverständnis der DW-Redakteure zu untersuchen und zu analysieren. Zu diesem Zweck wird im Folgenden aufgrund der bereits dargelegten theoretischen Überlegungen und in Anlehnung an die vorgestellten journalismustheoretischen Modelle ein eigenes Modell entwickelt, das das Selbstverständnis der DW-Redakteure und potentielle, darauf einflussnehmende Faktoren veranschaulicht. Modelle bilden in der Regel den Einfluss von Faktoren ab, deren Wirksamkeit man zum Teil theoretisch erklären, zum Teil jedoch nur plausibel unterstellen kann (Kepplinger 2000: 91). Insofern erweist es sich nicht als bedenklich, dass das Modell an manchen Stellen auf nur teilweise theoretisch begründeten Annahmen basiert. Bis jetzt wurden keine empirischen Studien zu der journalistischen Arbeit und dem Selbstverständnis von Auslandsrundfunk-Journalisten gemacht, deshalb werden bei den Ausführungen vor allem empirische Befunde der allgemeinen Studien zu deutschen Journalisten als auch Ergebnisse der Studien zum journalistischen Selbstverständnis in Betrachtung gezogen. Aspekte und Faktoren, die sich als relevant für das Modell erweisen, werden übernommen und wenn nötig, an das Untersuchungsobjekt dieser Arbeit angepasst. Darüber hinaus werden auch eigene Überlegungen bei der Erklärung der einzelnen Faktoren berücksichtigt und entsprechend neue Faktoren hinzugenommen. Das Modell wird in einer späteren Phase dieser Arbeit als Grundlage für die Konstruierung des Leitfadens der Befragung und für die Systematisierung und Auswertung des erhobenen Datenmaterials herangezogen.

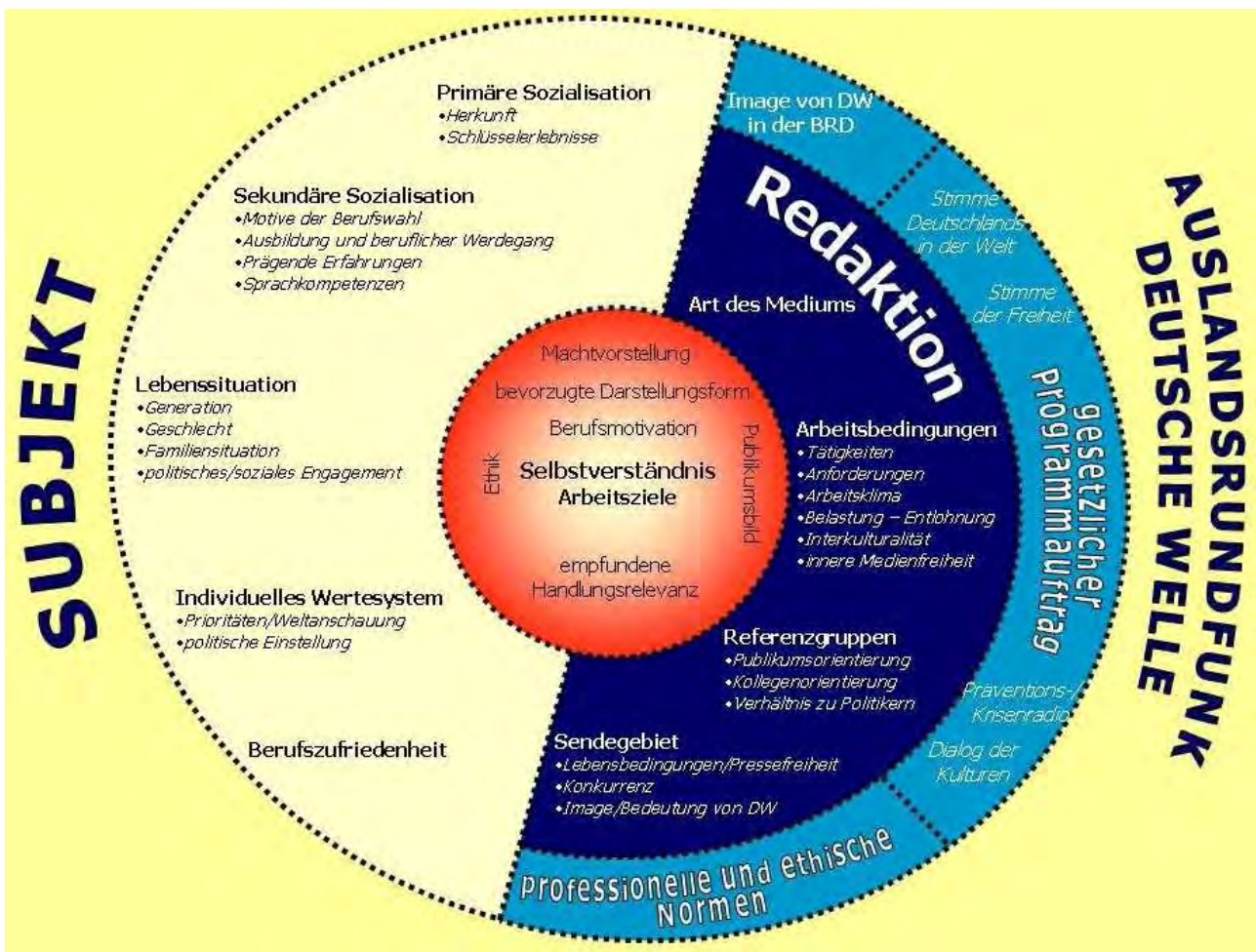


Abbildung 1: Modell zum Selbstverständnis von DW-Journalisten

Den Kern des Modells bildet das berufliche Selbstverständnis der DW-Journalisten. Rum herum ordnen sich zahlreiche Faktoren, bei denen angenommen wird, dass sie sich auf das auslandsrundfunk-journalistische Selbstverständnis auswirken können. In Anlehnung an die vorgestellten journalismustheoretischen Modelle werden die Faktoren verschiedenen Ebenen - SUBJEKT, REDAKTION und der darüber liegenden Ebene AUSLANDSRUNDFUNK DEUTSCHE WELLE, zugeteilt, deren Grenzen wie beim Essers Modell offen gehalten werden, deshalb sind sie mit punktierten Konturen gezeichnet. Somit werden Interaktionen und Interdependenzen zwischen den einzelnen Ebenen nicht ausgeschlossen. Die Kreisanordnung lässt es ebenfalls zu, dass die einzelnen Ebenen miteinander agieren können. Bis auf die fettgedruckte und kursive Formatierung im Modell haben weitere gestalterische Besonderheiten keine inhaltliche Relevanz. Im Folgenden werden die einzelnen Komponenten des Modells dargelegt und erläutert.

### SELBSTVERSTÄNDNIS

Im Zentrum des Modells steht das Selbstverständnis. Laut der Definition im Abschnitt 2.1 lässt sich das Selbstverständnis in erster Linie durch die Ziele umschreiben, die der Journalist mit seiner Arbeit anstrebt. Wie Journalisten ihre **Arbeitsziele** verstehen und definieren, gibt demzufolge



Aufschluss über ihr berufliches Selbstverständnis. Fragen nach der Primäraufgabe und dem beruflichen Ziel der DW-Redakteure können somit konkrete Hinweise für ihr Selbstverständnis liefern. Die im Abschnitt **2.2.2** vorgestellten Selbstverständnistypen geben eine erste Vorstellung, welche Vielfalt an Selbstverständnis gegeben sein könnte.

Die Ausführungen im Abschnitt **2.1** haben deutlich gemacht, dass das Selbstverständnis ein sehr abstraktes und vielschichtiges Konstrukt ist. Deshalb erweist es sich als schwierig, es direkt abzufragen. In diesem Fall stellt sich eine zusätzliche Herangehensweise als hilfreich heraus: es wird der Versuch unternommen, das Selbstverständnis mit Hilfe einer Reihe von Operationalisierungsfaktoren noch gründlicher zu erfassen: **Berufsmotivation, Publikumbild, Machtvorstellung, bevorzugte Darstellungsform** und **Ethik**. In den meisten bisher entwickelten Modellen zum journalistischen Selbstverständnis (vgl. Krupitschka 2005; Junker 2006; zum Teil auch Peiris 2006<sup>19</sup>) wird ein großer Teil dieser Faktoren als Einflussfaktoren verstanden. Die Befunde der genannten Studien bestätigen immer einen sehr engen Zusammenhang zwischen diesen Faktoren und dem Selbstverständnis. Sie spiegeln das Selbstverständnis in einer oder anderer Richtung sehr genau wider. Insofern werden sie im eigenen Modell vielmehr als Ausdruck des Selbstverständnisses verstanden, mit deren Hilfe es besser beschrieben werden kann. Deshalb sind die genannten Faktoren im Unterschied zu den früheren Modellen nicht auf den einzelnen Ebenen um das Selbstverständnis als mögliche Einflussfaktoren verteilt, sondern im Zentrum, um das Selbstverständnis als Operationalisierungsfaktoren gruppiert.

Was die DW-Redakteure besonders anziehend an ihren Beruf finden und warum sie dazu motiviert sind, ihre journalistische Tätigkeit weiter auszuüben, kann Hinweise dafür liefern, was sie mit ihrer Arbeit erreichen wollen, wo sie bei ihrer Arbeit Prioritäten und Akzente setzen. Empirischen Befunden zufolge finden die Journalisten ihren Beruf besonders anziehend, weil er abwechslungsreich, vielseitig ist, mit Menschen zu tun hat, die Möglichkeit zu schreiben, zu formulieren gibt (Haller 2004: 92). Darüber hinaus finden sie an dem Beruf besonders attraktiv, dass sie selbst Themen bestimmen können und die Chance haben, sich selbst zu verwirklichen und weiter zu entwickeln (Schneider, Schönbach & Stürzebecher 1993). So kann vermutet werden, dass der Wunsch nach Kontakten mit Menschen Ausdruck eines engagierten oder sogar missionarischorientierten Selbstverständnisses und das Wollen, Themen zu setzen, Ausdruck eines eher informationsorientierten Selbstverständnisses sein kann. Welche **Berufsmotivation** die DW-Redakteure haben, soll anhand von Fragen nach Anziehungspunkten des Berufs ermittelt werden.

Das **Publikumbild** kann als ein weiterer Operationalisierungsfaktor eingeführt werden. Bei ihrer täglichen Arbeit spielt für die Journalisten die Überlegung, was die Rezipienten interessiert und ihnen gefallen könnte, eine entscheidende Rolle, denn letztendlich produzieren sie ihre Beiträge mit dem Ziel, damit sie gelesen, gesehen oder gehört werden. Das Publikum besteht aber aus einer

---

<sup>19</sup> Peiris führt zwar das Publikumbild und die Machtvorstellung als Operationalisierungsfaktoren ein, ordnet sie aber ebenfalls zu den Einflussfaktoren. (2006: 46 ff.) Somit ist bei ihr eine eindeutige Zuordnung nicht erkennbar.

unüberschaubaren Menge potentieller Rezipienten. Die Journalisten wissen nie genau, mit wem sie gerade kommunizieren und deshalb konstruieren sie einen Prototyp von Rezipienten, ein Publikumsbild, an dem sie sich bei ihrer Arbeit orientieren (Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: 157). Dabei handelt es sich um „Erwartungserwartungen“ (Scholl & Weischenberg 1998: 529). Nicht die tatsächlichen Erwartungen des Publikums bestimmen das Publikumsbild, sondern die journalistischen Erwartungen von dem, was das Publikum vom Journalismus erwarten könnte. Das Publikumbild setzt sich aus Kommunikationsabsichten und vermuteten Publikumserwartungen zusammen (Scholl & Weischenberg 1998: 121). Die Journalisten konstruieren diese Bilder jeweils in Anlehnung an ihre Tätigkeiten und journalistischen Inhalte (Weischenberg 2002: 503). Diesen Überlegungen zufolge ist das Publikumsbild eine Konstruktion, die sich sehr an den Kommunikationsabsichten des Journalisten orientiert und deshalb als Ausdruck seines Selbstverständnisses verstanden werden kann. In der Kommunikatorforschung wird stets ein sehr enger Zusammenhang zwischen Selbstverständnis und Publikumsbild attestiert. So stellen Scholl und Weischenberg (1998: 169 ff.) fest, dass einem mehr neutralen, in erster Linie auf die Informationsfunktion abzielenden Rollenverständnis eher die Vorstellung von einem mündigen Publikum zugrunde liegt, der selbst in der Lage ist, seine Interessen zu erkennen und sich entsprechend seine eigene Meinung zu bilden. Ein advokatorisches Selbstverständnis, bei dem sich der Journalist als Interessenvertreter unterprivilegierter Gruppen versteht, mündet in die Vorstellung von einem Publikum ein, das unfähig ist, sich eine eigene Meinung entsprechend seinen Bedürfnissen und Interessen zu bilden (Scholl & Weischenberg 1998: 169 ff.). Die Frage nach dem Publikumsbild ist bei den DW-Redakteuren sehr interessant, weil sie als Mitarbeiter eines Auslandsrundfunks meistens mit einem weltweiten Publikum zu tun haben, das sie im Vergleich zu ihren Kollegen in Inlandsmedien noch weniger kennen. Wie bereits im Abschnitt **1.5.1** ausführlich erläutert, liefert die Publikumsforschung zudem keine verlässlichen Daten. Deshalb ist genau bei dem Publikumsbild von DW-Redakteuren anzunehmen, dass es sich vor allem um „Erwartungserwartungen“ handelt und es folglich ein Ausdruck ihres Selbstverständnisses ist. In dieser Studie soll deshalb ermittelt werden, welches Bild die DW-Journalisten von ihrem Publikum haben, wenn sie ihre Beiträge verfassen.

Welches Machtpotential die Journalisten den Massenmedien und ihrer Arbeit selbst zuschreiben, kann ebenfalls Aufschluss darüber geben, wie sie ihre Rolle und Aufgabe als Journalist in der Gesellschaft definieren. In der Kommunikationswissenschaft gibt es keine eindeutigen Erkenntnisse darüber, ob und wie mächtig oder ohnmächtig die Medien sind. Da Journalisten Nachrichten auswählen, präsentieren oder ausklammern können, wird ihnen eine gewisse publizistische Macht zugeschrieben, weil sie dadurch Themen und Inhalte der öffentlichen Kommunikation wesentlich beeinflussen können (Kepplinger 1979: 18). In der Kommunikatorforschung wird ein enger Zusammenhang zwischen der **Machtvorstellung** und dem journalistischen Selbstverständnis festgestellt. So ermittelt Preisinger (2002: 234), dass die von ihr befragten Politikjournalisten die Presse eher als einen unter vielen anderen Einflussfaktoren auf die



öffentliche Meinung betrachten und sich nicht als mächtige Akteure in der öffentlichen Kommunikation verstehen. Diese Aussagen korrelieren mit dem bei ihnen ermittelten Aufgabenverständnis, Themen zu setzen und Debatten auf der politischen Szene anzustoßen, anstatt Politiker mit anderen Mitteln sein zu wollen. Ähnliche Ergebnisse liefert auch die Studie von Peiris. Journalisten schreiben sich kaum Medienwirkung zu, wenn sie durch ihre Arbeit keinen Einfluss auf die öffentliche Meinung nehmen wollen. Diese aber, die etwas bewegen und bewirken wollen, glauben, direkten Einfluss auf die Öffentlichkeit nehmen zu können (2006: 111). Daraus ist zu folgern, dass das Wirkungspotential, das Journalisten ihrer Arbeit zuschreiben, wieder als Ausdruck ihres Selbstverständnisses gesehen werden kann. Vor dem Hintergrund des Stellenwerts ihres Programmauftrags ist es interessant zu ermitteln, inwieweit die DW-Redakteure glauben, Einfluss auf die öffentliche Meinung in den einzelnen Sendegebieten nehmen zu können.

In der Definition vom Selbstverständnis (vgl. Abschnitt 2.1) sind neben den vom Journalisten angestrebten Arbeitszielen auch mögliche Mittel, mit deren Hilfe diese Ziele erreicht werden können, als das Selbstverständnis definierende Komponente aufgeführt worden. Eins von den Mitteln, die Journalisten in der Hand haben, um ihre Aufgaben zu erfüllen, sind die verschiedenen journalistischen Darstellungsformen. Die **bevorzugte Darstellungsform** ist ein Faktor, der in bisherigen Modellen nicht berücksichtigt wird, höchstens bei Faktoren wie *Tätigkeiten* (Peiris 2006: 46; Junker 2006: 46) impliziert wird. Darunter ist die journalistische Gestaltungsform zu verstehen, die die Redakteure für sich selbst als Königsdisziplin entdeckt haben. Es kann angenommen werden, dass Journalisten, die gerne Reportagen machen, d.h. gerne unter den Menschen sind und den Kontakt zu ihnen suchen, ein anderes Selbstverständnis aufweisen als solche, die gerne Features schreiben, d.h. Zusammenhänge durch Analysieren darstellen und erklären wollen. Deshalb werden die DW-Redakteure nach von ihnen am meisten favorisierter Darstellungsform gefragt.

Andere Mittel, die die Journalisten zur Verfügung haben, sind die ethischen Maßstäbe, nach denen sie sich bei ihrer täglichen Arbeit orientieren. Sie sind in dem Faktor **Ethik** zusammengefasst. Unter den ethischen Maßstäben werden gewisse Grundsätze verstanden, die von Journalisten in konkrete Arbeitstechniken umgesetzt werden. Sie beziehen sich auf das, was einerseits rechtlich verboten ist und andererseits auf das, was an moralische Grenzen stößt und deshalb verworfen werden sollte. Deshalb sind in diesem Faktor auch moralische Prinzipien und Werte eingeschlossen. Welche Normen sich Journalisten setzen, worin sie eine besondere Verantwortung sehen und wo ihre ethischen und moralischen Grenzen liegen, bestimmt auch, wie ein Redakteur im Einzelfall die Realität darstellt (Donsbach 1993b: 301). Als Orientierung bei der journalistischen Arbeit können ethische Richtlinien wie internationale Berufs- und nationale Pressekodizes dienen, die leitend, jedoch nicht verpflichtend sind. Wichtigste Regeln sind Verantwortungsbewusstsein, Unabhängigkeit und Wahrheitsliebe in der Berichterstattung, sowie unter anderem die korrekte Beschaffung und Wiedergabe von Informationen, die das sittliche Empfinden nicht verletzen, Respekt vor der Intimsphäre, Ablehnung von Diskriminierung und Gewalt (Pörksen 2005: 218 ff.; Pürer 2003: 145).

Die bisherigen Studien haben sich meist auf den Konflikt von Aktualität und Sorgfalt und auf fragwürdige Recherchemethoden konzentriert. Den empirischen Befunden zufolge tendieren deutsche Journalisten bei relevanten Ereignissen dazu, die Sorgfalt auf Kosten der Aktualität zu vernachlässigen (Scholl & Weischenberg 1998: 187; Köcher 1985: 140 ff.). Wie unterschiedlich sich die von Journalisten gelebte Ethik in ihrem Selbstverständnis manifestieren kann, zeigt die Studie von Renate Köcher (1985: 142). Die von ihr interviewten britischen Journalisten, die als ihre wichtigste Aufgabe die Aufdeckung von Informationen definierten, waren eher dazu bereit, unlautere Methoden bei ihrer Recherche anzuwenden. Somit schlägt sich die favorisierte Jagd nach Information in der journalistischen Arbeitsweise nieder. Deutsche Journalisten, bei denen Köcher ein missionarisches Berufsverständnis feststellte, lehnten diese Recherchemethoden hingegen grundlegend ab. Daraus ist zu folgern, dass die ethischen Maßstäbe, die der DW-Redakteur aus der Palette der professionellen und ethischen Prinzipien für sich selbst aussucht und bei seiner täglichen Arbeit umsetzt, mehr oder weniger Ausdruck seines Selbstverständnisses sein können. Deshalb werden die Befragten in dieser Studie nach den Maßstäben journalistischer Ethik gefragt, an denen sie sich bei ihrer Arbeit orientieren.

### **Empfundene Handlungsrelevanz**

Der Faktor Handlungsrelevanz wird zum ersten Mal von Krupitschka (2005: 32) als Komponente des journalistischen Selbstverständnisses eingeführt und taucht immer wieder in den danach entwickelten Modellen auf. Dieser Faktor ist unter der Bezeichnung **empfundene Handlungsrelevanz** auch im eigenen Modell zu finden. Die leichte Modifizierung der Faktorbenennung ist auf die Überlegung zurückzuführen, dass die eigentliche Handlungsrelevanz anhand einer Befragung, die als Methode für diese Studie gewählt wurde, nicht ermittelt werden kann, sondern lediglich die Vorstellungen der Befragten darüber, wie sie diese empfinden. Unter Berücksichtigung dieser Einschränkung wird die empfundene Handlungsrelevanz in der vorliegenden Studie erhoben. Welche Rolle dieser Faktor für die journalistische Arbeit spielt, wurde bereits im Abschnitt 2.1 erläutert, deshalb wird an dieser Stelle auf weitere Erläuterungen verzichtet.

### **SUBJEKT<sup>20</sup>**

Auf dieser Ebene sind solche Faktoren zu finden, die in einem direkten Zusammenhang mit der Persönlichkeit des Journalisten stehen und ihn als Subjekt in den Mittelpunkt der Betrachtung setzen. Hier finden sowohl die verschiedenen Phasen der **primären und sekundären Sozialisation**

---

<sup>20</sup> Bei dieser Ebene werden Faktoren aus früheren Modellen übernommen, wo sie in der Subjekt-/Akteur-/Sozialisations-ebene (Donsbach, Weischenberg, Esser, Krupitschka, Junker, Peiris) und Einstellungsebene (Krupitschka, Peiris) verortet sind. In einigen der Modelle (Krupitschka, Junker, Peiris) werden zwei Ebenen eingeführt, die Faktoren umfassen, die sich auf die Persönlichkeit des Journalisten beziehen. Im eigenen Modell werden sie nur einer Ebene SUBJEKT zugeordnet, da alle diesen Faktoren subjektbezogen sind. Somit ist eine zweite Ebene nicht erforderlich. In Anlehnung an Peiris ist auch die Berufszufriedenheit in dieser Ebene verortet, da sie als individuelle Einstellung verstanden wird, und sie ist nicht wie bei Donsbach und Junker in der Institutionssphäre zu finden.

ihre Erwähnung als auch Faktoren, die die aktuelle **Lebenssituation** des DW-Redakteurs beschreiben. Auf dieser Ebene finden ihren Platz auch individuelle Einstellungen und Ansichten des Journalisten, die in der Faktorengruppe **individuelles Wertesystem** und **Berufszufriedenheit** zusammengefasst sind. Im Vordergrund steht die Frage, inwiefern diese Faktoren mit dem journalistischen Selbstverständnis der Befragten in Zusammenhang gebracht und als mögliche Einflussfaktoren verstanden werden können.

### **Primäre Sozialisation**

Im Laufe seines Lebens modifiziert der Mensch seine Verhaltensweise unter dem Einfluss verschiedener Instanzen und Personen. Das geschieht im fortlaufenden Prozess der Sozialisation, in dem man lernt, sich an bestehende Gesellschaftsgegebenheiten anzupassen. Die erste Phase dieses lebenslangen Prozesses, die **primäre Sozialisation**, findet vor allem in der Familie statt (Henecka 2006: 63). Deshalb ist in dieser Faktorengruppe die **Herkunft** verortet. In der Berufssoziologie werden Herkunft und familiäre Wurzeln als wichtige Einflussfaktoren bei der beruflichen Orientierung von Heranwachsenden verstanden. Oft ist die Auffassung anzutreffen, dass die Familie als die kleinste Zelle einer Gesellschaft und die Bedingungen, unter denen Kinder heranwachsen, ausschlaggebende Faktoren bei der Bildung der individuellen Identität und des eigenen Gesellschaftsbilds sind und bei der Entstehung beruflicher Präferenzen sind (Hörning & Knicker 1981: 79). Daraus ist zu folgern, dass unterschiedliche Herkunft unterschiedlich sozialisiert. Deshalb wäre es interessant zu erfahren, ob der DW-Redakteur in seiner Familie unter Journalisten aufgewachsen ist, die später seine Berufswahl beeinflusst haben. Vor dem Hintergrund der Internationalität des deutschen Auslandsrundfunks ist auch anzunehmen, dass eine internationale familiäre Herkunft oder der Ort des Heranwachsens außerhalb Deutschlands auch eine Rolle bei der Bildung des Selbstverständnisses spielen kann. So stellt Browne (1982: 9) fest, dass Auslandsrundfunk-Journalisten, die im entsprechenden Sendegebiet geboren oder aufgewachsen sind, ein viel differenziertes Publikumsbild aufweisen, was wie bereits erläutert, in direktem Zusammenhang mit dem Selbstverständnis stehen kann. Auch einprägsame Erfahrungen, die Journalisten im Laufe ihrer außerberuflichen Sozialisation gemacht haben, können die Herausbildung eines gewissen Selbstverständnisses beeinflussen. Deshalb gehören **Schlüsselerlebnisse** auch als Faktor zu der Faktorengruppe primäre Sozialisation hinzu. Darunter sind solche Erfahrungen oder Ereignisse zu verstehen, die möglicherweise die Berufswahl geprägt haben oder Einstellungen bezüglich des Berufs heute noch prägen. In der Kommunikatorforschung liegen bereits empirische Befunde vor, die einen Zusammenhang zwischen individuellen und historischen Erlebnissen von Journalisten und ihrem Selbstverständnis ermitteln. Ehmig kommt zum Ergebnis, „dass prägende Geschehnisse im Leben von Journalisten [...] einen Einfluss auf ihr späteres berufliches Verständnis haben“ (2000: 328). Ähnliche Ergebnisse liefert auch die Studie von Junker (2006: 120). Ob und welche Erfahrungen Einfluss auf die Herausbildung des journalistischen

Selbstverständnisses der DW-Redakteure nehmen können, wird anhand des erhobenen Materials ermittelt.

### **Sekundäre Sozialisation**

Die zweite Phase des Sozialisationsprozesses ist die **sekundäre Sozialisation**<sup>21</sup>, in der sich das Individuum auf seine Rolle in der Gesellschaft und impliziert auch auf seine berufliche Zukunft vorbereitet (Hörning & Knicker 1981: 43 ff.). Dementsprechend gehören zu dieser Faktorengruppe Faktoren wie *Motive der Berufswahl, Ausbildung und beruflicher Werdegang, prägende Erfahrungen, Sprachkompetenzen*.

In der Regel sind die *Motive der Berufswahl* Ausgangspunkt jedes beruflichen Werdegangs, deshalb werden sie gerade in dieser Faktorengruppe erwähnt. In der Kommunikatorforschung wird oftmals ein deutlicher Zusammenhang zwischen den Motiven, aus denen heraus ein journalistischer Beruf angestrebt wird, und dem beruflichen Selbstverständnis attestiert. So ermittelt Donsbach in seiner Studie als Motive der Berufswahl neben der Freude am Schreiben, der Erwartung der Selbstverwirklichung und dem Streben nach Prestige vor allem ein politisch motiviertes Mitteilungsbedürfnis und die Möglichkeit, Kritik an der Gesellschaft zu üben (1982: 113 ff.). Letztere Aspekte korrelieren mit dem damals bei den Journalisten festgestellten Selbstverständnis des kritischen Kontrolleurs von Politik und Gesellschaft. Auch Köcher kommt diesbezüglich zu ähnlichen Ergebnissen. Die Motive der Berufswahl – vor allem die gebotene Artikulationsmöglichkeit und politische Einflussnahme, die sie bei den deutschen Journalisten feststellt, stehen in einer deutlichen Relation zu dem missionarischen Selbstverständnis, das sie bei ihnen erkennt (1985: 72-75). Die Berufswahl liegt für die meisten Interviewpartner schon längst zurück. Bei einer Frage nach Motive der Berufswahl ist folglich eine Erinnerungsleistung erforderlich. Aus diesem Grund ist zu befürchten, dass die Antworten von Berufserfahrungen, die der Journalist während seines beruflichen Lebens gemacht hat, zusätzlich beeinflusst sein können und nicht immer die ursprünglichen Gründe zur Berufswahl, sondern modifizierte Motive wiedergeben, die sich mit denen bei dem Faktor Berufsmotivation aus der Ebene SELBSTVERSTÄNDNIS decken können. Die Befunde, die hier ermittelt werden, sind deswegen mit Vorsicht zu deuten. Da in der Forschung immer wieder eine deutliche Relation zu dem beruflichen Selbstverständnis attestiert wird, werden die DW-Redakteure dennoch danach gefragt.

Unter sekundärer Sozialisation ist in erster Linie berufliche Sozialisation zu verstehen, die sowohl die einzelnen Stationen der *Ausbildung*, aus denen der Weg in den Beruf besteht, als auch den *beruflichen Werdegang* umfasst. Dazu können auch Berufsstationen gehören, die der Journalist möglicherweise vorher ausgeübt hat. Die Berufssoziologie geht davon aus, dass die beruflichen Arbeitsprozesse das Individuum verändern, seine Kenntnisse und Fertigkeiten, aber auch seine

---

<sup>21</sup> In der Soziologie unterscheidet man manchmal auch eine dritte Phase, die tertiäre Sozialisation (Hurrelmann 2002), die aber für die Entwicklung des Modells keine Relevanz hat und deshalb nicht berücksichtigt wird.

Persönlichkeit langfristig wirksam beeinflussen (Hörning & Knicker 1981: 79). Auch in der Kommunikatorforschung ist die Meinung vertreten, dass durch Lernen und Verinnerlichung von Normen, die in den Medieninstitutionen Gültigkeit besitzen, Einstellungen und Verhaltensweisen von Journalisten verändert werden und ihre Persönlichkeit beeinflusst wird. Durch die berufliche Sozialisation werden sie an das journalistische Milieu angepasst (Weischenberg 1994a: 249 ff.). Daraus ist zu folgern, dass sich der Prozess des Erlernens des Berufs auf das Selbstverständnis des Journalisten auswirken kann. Als ausschlaggebend für die Bildung eines bestimmten Selbstverständnistypus konnten Krupitschka (2005: 117), Junker (2006: 116) und Peiris (2006: 109) die berufliche Sozialisation und den Ausbildungsweg feststellen. Das, was man im Laufe seines beruflichen Wegs gelernt hat, spiegelt sich ihren Befunden zufolge deutlich in seiner Aufgabenvorstellung wider. In der vorliegenden Untersuchung wird der Versuch unternommen, einen „typischen“ Ausbildungsweg von DW-Redakteuren zu identifizieren. Interessant ist es zu überprüfen, ob die Besonderheiten des Auslandsrundfunk-Journalismus (vgl. Abschnitt 1.5) einen bestimmten Ausbildungsweg voraussetzen. Deshalb werden die Journalisten nicht nur nach ihrem beruflichen Werdegang gefragt, sondern auch danach, wie sie ihn beurteilen und ob sie aus heutiger Sicht etwas daran ändern würden, so dass ihre Kenntnisse und Kompetenzen den Anforderungen des Auslandjournalismus besser entsprechen könnten.

Auch *prägende Erfahrungen* im Laufe des beruflichen Lebens können sich auf das Selbstverständnis der Journalisten auswirken. Angesichts der Interkulturalität als Besonderheit der DW (vgl. Abschnitt 1.5.2) könnten für die DW-Redakteure Auslandserfahrungen oder aber journalistische Tätigkeiten außerhalb Deutschlands als prägende Erfahrungen ausschlaggebend sein. So stellt Browne (1982: 333) in den von ihm durchgeführten Hintergrundgesprächen mit Auslandsrundfunk-Journalisten diverser Auslandssender fest, dass es für sie ausgesprochen wichtig ist, Auslandserfahrung zu haben. Vor allem wenn es darum geht, richtig die Erwartungen ihres Publikums einzuschätzen, müssen sie ein Fingerspitzengefühl dafür entwickeln. Dieses „feeling“ führen sie auf Auslandserfahrungen zurück, die sie durch journalistische oder andere Tätigkeiten im Ausland gesammelt haben. So glauben sie, ein besseres Verständnis von ihrem Auslandspublikum entwickeln zu können. Da das Publikumbild als Operationalisierungsfaktor des Selbstverständnisses in dieser Studie verstanden wird, ist anzunehmen, dass solche Erfahrungen einen Einfluss auf die Bildung eines bestimmten Aufgabenverständnisses bei den DW-Redakteuren nehmen können. Aus diesem Grund werden die Interviewpartner nach prägenden Erfahrungen während ihres beruflichen Lebens gefragt. In diesem Zusammenhang sind auch während der sekundären Sozialisation erworbene *Sprachkompetenzen* zu nennen. Sie können deshalb von Bedeutung sein, weil man ein fremdes Land, sein Volk und seine Kultur nur dann verstehen kann, wenn man die Sprache spricht (von Sperber 1994: 72). Folglich könnten solche Kompetenzen für DW-Redakteure besonders in Fremdsprachenprogrammen ausschlaggebend sein.

### Lebenssituation

Die nächste Faktorengruppe, die auf der Ebene SUBJEKT verortet ist, ist die **Lebenssituation**. Sie umfasst Faktoren wie soziodemographische Merkmale des Individuums - *Generation* und *Geschlecht*, seine *Familiensituation* und *politisches/soziales Engagement*. Empirische Befunde zeigen, dass sich die *Generation*, zu der ein Journalist gehört und die durch sein Alter ermittelt wird, auf sein Selbstverständnis auswirken kann. So führt Ehmig (2000) die Unterschiede im Selbstverständnis, die sie bei von ihr untersuchten Journalisten attestiert, vor allem auf die verschiedenen Generationen, zu denen die Befragten gehören, zurück. Das *Geschlecht* kann auch eine Rolle spielen. Geschlechtsspezifische Studien bestätigen, dass Männer und Frauen verschiedene Muster bei ihrer Arbeit verfolgen. Lünenborg (2002: 526 ff.) 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. Junker (2006: 119) stellt ebenfalls einen Zusammenhang zwischen dem Selbstverständnis und den soziodemographischen Merkmalen der Journalisten fest. Junge Lokaljournalisten haben ein eher dienstleistungsorientiertes Selbstverständnis, die älteren Redakteure setzen hingegen ihre Selbstverwirklichung in den Mittelpunkt ihrer Arbeit. Auch das Geschlecht erweist sich ihrer Studie zufolge als Einflussfaktor. Vor allem die von ihr befragten Lokaljournalistinnen weisen ein missionarisches Selbstverständnis auf, was Junker auf ihre sozialen und kommunikativen Kompetenzen zurückführt. In engem Zusammenhang mit dem Faktor Geschlecht steht der Faktor *Familiensituation*. Die Interviewpartner werden nach ihrem Familienstand, der Anzahl der Kinder und der Vereinbarkeit von Familie und Job gefragt. Es soll einen Unterschied machen, ob der Journalist keine oder viele Kinder hat und wie man als Mann oder Frau die Familie mit der Arbeit verbindet. Im Vordergrund soll die Frage stehen, ob und wie sich diese Aspekte auf das berufliche Selbstverständnis auswirken. Eng mit dem Alter und dem Geschlecht ist auch die Möglichkeit verbunden, sich politisch oder sozial zu engagieren. Es ist anzunehmen, dass bei jungen Menschen, die keine Verpflichtungen zur Familie und Kindern haben, eher die Tendenz zu *politischem* oder *sozialem Engagement* besteht. Interessant ist zu sehen, ob solches Engagement in einer Relation zum journalistischen Selbstverständnis der DW-Redakteure steht. Peiris stellt (2006: 110) beispielsweise in ihrer Studie fest, dass Journalisten, die über politisches und gesellschaftliches Geschehen urteilen möchten, selbst sehr sozial engagiert sind.

### Individuelles Wertesystem

Die Faktorengruppe **Individuelles Wertesystem** umfasst einstellungsbezogene Faktoren, dabei geht es vor allem um *Prioritäten* im Leben und eine individuelle *Weltanschauung*, aber auch um die *politische Einstellung*. Es ist anzunehmen, falls Werte, eine bestimmte Welthaltung oder Dinge, die vorrangig im Leben des Individuums sind, seine Persönlichkeit maßgeblich prägen, dass sie dann auch seine Arbeit und berufliches Selbstverständnis beeinflussen können. Deshalb werden die



DW-Redakteure nach wichtigen Dingen im Leben und ihrem eigenen Lebensmotto gefragt, das als Operationalisierung von persönlichen Werten und Weltanschauung dienen kann. Bisherige Studien zum Berufsfeld Journalismus in Deutschland vernachlässigen diese Aspekte grundsätzlich. Sie ermitteln lediglich die politische Präferenz von Journalisten (Köcher 1985: 49; Weischenberg, Löffelholz & Scholl 1994: 162, Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: 354). In Anlehnung an Krupitschka (2005: 40) wird in der vorliegenden Untersuchung nicht die Parteipräferenz erfragt, da sie für die Fragestellung wenig relevant scheint, sondern wie wichtig es für die DW-Redakteure ist, eine eigene politische Meinung zu haben und ob diese Meinung in ihre Arbeit einfließt. In ihrer Studie stellt Köcher (1985: 46) fest, dass die politische Meinung der Journalisten ihr Aufgabenverständnis durchaus prägt. Diesem Faktor liegt die Annahme zugrunde, dass Journalisten mit ausgeprägter politischer Meinung ein anderes Selbstverständnis aufweisen als solche, denen Politik unwichtig ist und die auch keine eigene Meinung dazu haben. Im Kontext des Auslandsrundfunk-Journalismus ist dieser Faktor aus dem Grund relevant, weil angesichts des Programmauftrags (vgl. Abschnitt 1.1 und 1.2) die DW-Berichterstattung in Relation zu der Außenpolitik Deutschlands steht. Insofern ist es interessant zu überprüfen, in welchem Zusammenhang eine eventuelle Einstellung zu der Außenpolitik Deutschlands mit dem Selbstverständnis der DW-Journalisten steht.

### **Berufszufriedenheit**

Als subjektive Einstellung kann auch die **Berufszufriedenheit** verstanden werden, da sie ein subjektives Empfinden gegenüber der Berufswelt darstellt. Deshalb findet sie ihren Platz auf der Ebene SUBJEKT. Die Berufszufriedenheit resultiert zum einen aus berufsbezogenen Erwartungen und Ansprüchen, die vor allem in beruflichen Sozialisationsprozessen vermittelt werden, und basiert zum anderen auf objektiven Arbeitsbedingungen innerhalb von Medienbetrieben (Weischenberg 1995: 430). Die Berufszufriedenheit liefert folglich vor allem Aufschluss darüber, wie die Journalisten die Umstände einschätzen, unter denen sie arbeiten. Die Reaktionen der Journalisten auf ihre beruflichen Bedingungen ist in verschiedenen Studien untersucht worden. Trotz unregelmäßiger Arbeitszeiten, hohes Wettbewerbs- und Leistungsdrucks lautet das übereinstimmende Ergebnis, dass unter den Journalisten eine relativ hohe Berufszufriedenheit verbreitet ist (Köcher 1985: 196 ff.; Weischenberg, Löffelholz & Scholl 1994: 157; Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: 355). Die Befunde machen deutlich, dass die objektiven Arbeitsbedingungen der Journalisten nicht notwendigerweise mit ihren subjektiven Einschätzungen übereinstimmen, deshalb ist es sinnvoll, die Arbeitszufriedenheit extra zu erfassen und nicht anzunehmen, dass sie sich aus den Arbeitsbedingungen automatisch ergibt. Das erlaubt gleichzeitig zusätzliche Schlussfolgerungen über die journalistische Wirklichkeit zu ziehen (Weischenberg, Malik & Scholl 2006b: 94-95). An dieser Stelle soll erwähnt werden, dass in den oben genannten Studien die Berufszufriedenheit als allgemeine Einstellung gegenüber dem journalistischen Beruf verstanden wird. Wenn sie aber in einzelne Dimensionen zerstückelt wird - materielle Zufriedenheit (Bezahlung, berufliche Sicherheit), Zufriedenheit mit Ausbildungsqualität und

Weiterbildungsmöglichkeiten, Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen (Arbeitszeiten, Arbeitsbelastung, politische und weltanschauliche Linie des Medienbetriebs), Zufriedenheit mit dem Arbeitsklima (Verhältnis zu den Kollegen, Vorgesetzten) – kann sich ein differenziertes Bild ergeben (Weischenberg, Malik & Scholl 2006b: 89-90). Diese Differenzierung wird auch in der vorliegenden Studie in Anspruch genommen, um zu überprüfen welcher Aspekt bei den DW-Redakteuren für den Grad ihrer Arbeitszufriedenheit ausschlaggebend ist. Bei der Auseinandersetzung mit diesem Faktor geht es vor allem darum, welcher Zusammenhang zwischen ihm und dem journalistischen Selbstverständnis, wenn überhaupt, besteht. So stellt Fabris (1971: 365) fest, dass sich je stärker der Journalist mit einer engagierten Berufsrolle identifiziert, desto geringer berufsspezifische Nachteile, wie soziale Unsicherheit oder geringere Bezahlung, für ihn wiegen. Interessant ist zu ermitteln, ob dieser Befund auch bei den DW-Redakteuren seine Geltung finden kann.

### **REDAKTION<sup>22</sup>**

Wie bereits dargestellt, ist die berufliche Sozialisation ein kontinuierlicher Prozess, der dauernd die Einstellungen und die Verhaltensweisen des Individuums modifizieren kann. Deshalb wird vermutet, dass die aktuellen Arbeitsbedingungen und Redaktionsstrukturen das Selbstverständnis des Journalisten in gewissem Maße prägen können. Aus diesem Grund und in Anlehnung an systemtheoretische Überlegungen (vgl. Abschnitt 2.3.1) wird dem Modell die Ebene **REDAKTION** zugefügt, die auch das Selbstverständnis umkreist. An dieser Stelle soll erläutert werden, warum diese und die darüber liegende Ebene **AUSLANDSRUNDFUNK DEUTSCHE WELLE** als Halbkreise und nicht als vollständige Kreise dargestellt sind. Dahinter steckt die Überlegung, dass Faktoren aus diesen beiden Ebenen sehr wohl das journalistische Selbstverständnis beeinflussen können, nicht aber Aspekte aus der Ebene **SUBJEKT** wie familiäre Herkunft, Alter, Geschlecht des Journalisten, Familiensituation, etc., deshalb wird diese Ebene nicht in den beiden anderen eingebettet. Auf der Ebene **REDAKTION** sind redaktionsspezifische Faktoren verortet: **Art des Mediums, Arbeitsbedingungen, Referenzgruppen** und das **Sendegebiet**.

#### **Art des Mediums**

Die DW veranstaltet sowohl Radio- und Fernsehprogramme als auch Internetangebote (vgl. Abschnitt 1.4). Dabei ist zu fragen, ob die **Art des Mediums** mit ihren spezifischen Darstellungsmöglichkeiten und Arbeitsweisen auf irgendwelche Weise das journalistische Selbstverständnis der dort tätigen Redakteure prägt. Die Studie von Drehkopf (2006: 123) liefert zumindest Indizien dafür, dass die Mediumsart ausschlaggebend für das journalistische

---

<sup>22</sup> Diese Ebene wird in Anlehnung an wichtige Faktoren aus Donsbachs „Professionssphäre“, Weischenbergs Struktur- und Funktionskontext, Essers „Institutionssphäre“ und Krupitschkas „Institutionelle Bedingungen“ gebildet. Institutionsebene von Junker und Peiris fanden ebenfalls Berücksichtigung. Im Unterschied zu früheren Modellen (Krupitschka, Junker, Peiris) ist der Faktor Referenzgruppen auf dieser Ebene zu finden, weil angenommen wird, dass vor allem redaktionsbezogene Unterschiede diesbezüglich festgestellt werden können.

Selbstverständnis sein kann. Ihren Befunden zufolge macht es schon einen Unterschied, ob man einen Radiobeitrag für drei Minuten Sendezeit vorbereiten soll oder ob man fast keine Einschränkungen bei der Artikellänge hat, wie beim Medium Internet.

### **Arbeitsbedingungen**

Die Arbeitsbedingungen können für die Erfassung und Erklärung des Selbstverständnisses ebenfalls von Bedeutung sein. Sie zeigen den Handlungsspielraum und die Verhältnisse auf, unter denen der Journalist seine Arbeitsziele umsetzt (Scholl & Weischenberg 1998: 161). Rahmenbedingungen wie die von Journalisten ausgeübten *Tätigkeiten* und die damit eng verbundenen *Anforderungen*, das *Arbeitsklima*, die redaktionelle *Belastung* und die entsprechende *Entlohnung*, die *Interkulturalität* und die *innere Medienfreiheit* können eine entscheidende Rolle dabei spielen, welche Arbeitsziele der DW-Journalist in den Vordergrund stellt und ob und wie er sie realisieren kann.

Die *Tätigkeiten*, die der Journalist innerhalb seiner Redaktion praktiziert, bestimmen seinen Arbeitsalltag und können folglich Einfluss auf sein Selbstverständnis nehmen. Aus diesem Grund ist es sinnvoll, die Macher der DW im Interview darum zu bitten, ihren typischen Arbeitsablauf zu schildern und Auskunft darüber zu geben, wo sie Prioritäten setzen. In ihrer Studie attestiert Köcher, dass das Selbstverständnis der Journalisten davon geprägt ist, mit welchen Tätigkeiten sie sich befassen. Je nachdem, wie sie einzelne Phasen journalistischer Arbeit gewichten, interpretieren sie auch ihre Funktion in der Gesellschaft (Köcher 1985: 86). Den Befunden der aktuellsten Journalismusstudie zufolge dominieren die journalistischen Tätigkeiten den Arbeitsalltag der Medienmacher. Aber der durchschnittliche journalistische Zeitaufwand für technische und organisatorische Aufgaben ist in den letzten dreizehn Jahren insgesamt deutlich gestiegen. Das bezieht sich sowohl auf Chefredakteure und Redaktionsleiter, deren Positionen sowieso mit Organisationsaufgaben verbunden sind, als auch auf Redakteure in nicht leitenden Positionen (Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: 354). Es kann vermutet werden, dass die Ausübung dieser Art von Tätigkeiten das Selbstverständnis der Journalisten in gewissem Maße prägt.

Sehr eng mit den Tätigkeiten als Arbeitsbedingung sind die *Anforderungen* verbunden, die die Redaktion bzw. der Auslandsrundfunk Deutsche Welle jedem einzelnen Journalisten stellt. Darunter sind formale Qualifikationen und persönliche Eigenschaften zu verstehen, die DW-Redakteure für den redaktionellen Alltag als entscheidend erachten. Indizien für einen Zusammenhang zwischen dem journalistischen Selbstverständnis und den redaktionellen Anforderungen liefert die Studie von Wiedebusch. Sie ergibt als ideale Eigenschaften eines Journalisten unter anderem Urteilsfähigkeit, Gespür für unausgesprochene Fragen und Probleme und politische Kenntnisse. Diese als wichtig erachteten Kompetenzen stehen in enger Relation zu dem in der Studie ermittelten Selbstverständnis des kritischen Kontrollieurs, der politische und soziale Missstände aufdeckt und öffentlich macht (1989: 218 ff.). Angesichts der Anforderungen – interkulturelles Arbeitsumfeld,

komplexes, kaum bekanntes Publikum, die die DW als Auslandsrundfunk jeder einzelnen Redaktion und ihren Mitgliedern stellt (vgl. Abschnitt 1.5.1 und 1.5.2), erweist sich dieser Aspekt auch für das eigene Modell als relevant. Hier ist zu fragen, inwieweit diese Gegebenheiten das journalistische Selbstverständnis der DW-Redakteure prägt. Im Sinne beruflicher Eignungsvoraussetzungen soll anhand der Ergebnisse ein Bild des idealen DW-Journalisten gezeichnet werden.

Weitere wichtige Faktoren, von denen zu vermuten ist, die Umsetzung der journalistischen Arbeitsziele zu beeinflussen, sind das *Arbeitsklima* und die Arbeitszeiten bzw. die *Belastung*. Die deutschen Journalisten arbeiten durchschnittlich 45 Stunden pro Woche (Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: 354), die *Entlohnung*, die sie für diese Leistung bekommen, kann ebenfalls in Relation zu ihrem Selbstverständnis gesetzt werden. Wie bereits angedeutet, stehen diese drei Faktoren in engem Zusammenhang mit dem Faktor Berufszufriedenheit. Bei der Faktorengruppe Arbeitsbedingungen ist noch die *Interkulturalität* als Faktor zu nennen, welche durch die Internationalität des Auslandsrundfunks bedingt ist und deshalb im Unterschied zu früheren Studien ihren Platz im Modell findet. Bei der DW arbeiten vor allem in Fremdsprachenredaktionen Kopf an Kopf sowohl Journalisten deutscher Herkunft als auch ausländische Redakteure. Dabei ist es interessant zu sehen, ob die Herausforderungen dieser interkulturellen Zusammenarbeit (vgl. Abschnitt 1.5.2). Einfluss auf das Selbstverständnis der Redakteure nimmt.

Als weitere Arbeitsbedingung kann die *innere Medienfreiheit* gesehen werden. 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 vorgehen können (Donsbach 1993a: 143). Im Unterschied zu früheren Modellen (Junker 2006: 43; Peiris 2006: 54) wird die innere Medienfreiheit als Teil der Arbeitsbedingungen und nicht als gesonderter Faktor eingeführt, weil sie wie die sonstigen Arbeitsbedingungen den Rahmen des Handlungsspielraums, innerhalb dessen die Journalisten ihre Arbeitsziele umsetzen, festlegt. Angesichts der sehr detailliert formulierten Programmgrundsätze und des Programmauftrags der DW, die in gewissem Maße einen restriktiven Charakter aufweisen (vgl. Abschnitt 1.1 und 1.2), stellt sich die Frage, welche Handlungsfreiheit die DW-Redakteure genießen können und ob sie sich auf irgendeine Art und Weise bei ihrer täglichen Arbeit eingeschränkt fühlen.

### Referenzgruppen

Journalisten befinden sich tagtäglich in der schwierigen Situation, Selektionsentscheidungen treffen zu müssen, für die es keine verbindlichen oder rationalen Handlungskriterien gibt. Dies geschieht unter Wettbewerbs- und Zeitdruck und mit dem Bewusstsein, dass diese Entscheidungen öffentlich sichtbar sind. Aus sozialpsychologischer Sicht befinden sich Journalisten dadurch in „unbestimmten Situationen“, in denen Menschen dazu tendieren, ihre Urteile abzusichern. Zu diesem Zweck beziehen sie sich auf verschiedene **Referenzgruppen** (Donsbach 2002: 114f.). Die

Journalisten nehmen folglich sehr häufig Reaktionen von Publikum, Kollegen, Freunden, Bekannten und Politikern in Anspruch bei ihrer Arbeit (Scholl & Weischenberg 1998: 108).

Journalisten arbeiten in der Regel für ein anonymes Publikum, exakte Kenntnisse der Merkmale und Kommunikationsinteressen ihrer Rezipienten fehlen und sie wissen nie, mit wem sie genau kommunizieren. Eine differenzierte, inhaltliche Resonanz auf ihre Tätigkeit fehlt weitgehend. Zugleich brauchen sie jedoch Reaktionen auf ihre Arbeit, um sie im Spektrum verschiedener Ansichten über Inhalt und Qualität selbst beurteilen zu können (Donsbach 1981: 313). Das gilt noch mehr für die DW-Redakteure, bei denen der Unbekanntheitsgrad ihres Publikums extrem hoch ist (vgl. Abschnitt 1.5.1). Aus diesen Gründen ist es spannend zu fragen, inwieweit sich die DW-Redakteure, wenn überhaupt, an den Reaktionen und Wünschen ihres Publikums orientieren und welchen Einfluss diese *Publikumsorientierung* auf ihre Arbeit nimmt.

Empirische Befunde (Kepplinger 1979: 14; Donsbach 1981: 184; Weischenberg, Löffelholz & Scholl 1994: 162 ff.) zeigen, dass sich Journalisten vorwiegend an ihren Kollegen orientieren, weil sie die meisten Reaktionen auf ihre Arbeit von ihnen erhalten (Scholl & Weischenberg 1998: 108). An die Stelle des anonymen Publikums treten demnach die Kollegen. Die Studie „Journalismus in Deutschland 2005“ macht ebenfalls deutlich, dass unter Journalisten eine hohe Selbstreferenz existiert und sie sich stark an ihren Kollegen und Vorgesetzten orientieren (Weischenberg, Malik & Scholl 2006a: 358). Die *Kollegenorientierung* drückt sich zum Beispiel in freiwilligem Geben für Gegenlesen der journalistischen Produkte von Kollegen aus (Schulz 1979: 174). Das Gegenlesen dient als eine Art „kollegiale Entscheidungshilfe“ (Schulz 1979: 173) zur Reduktion der Unsicherheit bei den Redakteuren während des Produktionsprozesses (Donsbach 1993a: 151). Den Ergebnissen der Studie „Journalismus in Deutschland 2005“ zufolge ist das Gegenlesen eine gängige Praxis unter den deutschen Journalisten mit dem Hauptmotiv der Qualitätssicherung (Weischenberg, Malik & Scholl 2006b: 85). Die Kollegenorientierung drückt sich zum anderen in Orientierung an Leit- bzw. Meinungsführermedien. Journalisten gehören aus diesem Grund zu den eifrigsten Medienkonsumenten (Donsbach 2002: 115). Zum einen nutzen sie andere Medien, um sich über die Nachrichtenlage zu informieren und mögliche Themen zu entdecken, vor allem aber dann, wenn sie eine Themenauswahl treffen sollen (Weischenberg, Malik & Scholl 2006b: 133). Journalisten vergleichen bewusst die Berichterstattung anderer Medien mit ihren eigenen Berichten und betrachten gleichartige Akzentuierungen als soziale Validierung der eigenen Entscheidungen (Pürer 1997: 102). Im Zusammenhang der Internationalität des Betätigungsfelds der DW-Redakteure ist es interessant zu ermitteln, ob und unter welchen Umständen sie auch die Leistungen der Medien vor Ort, in den Sendegebieten in Betrachtung ziehen. In der Forschung wird die starke Kollegenorientierung häufig kritisiert, weil auf diese Weise die Einstellungen und das Verhalten der Journalisten auf eine Linie gebracht werden und folglich die Berichterstattung einen einseitigen Blick auf die Welt wiedergibt und vom wirklichen Leben entfernt ist (Donsbach 1981: 252; Weischenberg, Malik & Scholl 2006b: 144). Der Journalismus verkommt zum „Braten im eigenen Saft“ (Schönbach, Stürzebecher &

Schneider 1994: 140). Bei Journalisten wie den DW-Redakteuren, die auf internationaler Ebene arbeiten, vermutet Donsbach (2002: 117) ein deutlich stärkeres „in-group-Verhalten“ (Pürer 1997: 102) als bei Journalisten, die auf lokaler oder nationaler Ebene arbeiten. Aus diesem Grund erweist es sich als interessant zu sehen, welche Bedeutung die Interviewpartner den Reaktionen der Kollegen auf ihre Arbeit zuschreiben und inwieweit sich diese Kollegen- oder Medienorientierung auf ihr journalistisches Selbstverständnis auswirkt.

Als eine weitere Referenzgruppe sind die Politiker einzuführen. Donsbach (1993b: 292) sieht in die Haltung, die Journalisten gegenüber Politikern einnehmen, einen weiteren Indikator für ihr Aufgabenverständnis. Dabei sind seiner Ansicht nach zwei Grundhaltungen denkbar: kritische Haltung gegenüber Politikern, mit dem Ziel, die Öffentlichkeit vor Missbrauch zu schützen, oder eine konstruktive Haltung, die Politiker als weitere Informationsquelle und als Kommunikationspartner definiert. In der Literatur (Pieper 2000: 73; Dörr 1997: 27; Puhl 1992: 938; Schmidt-Husson 2006: 148-156) ist häufig die Meinung anzutreffen, dass die DW Öffentlichkeitsarbeit für die Regierung betreibt. Vor diesem Hintergrund ist es spannend zu fragen, wie die DW-Redakteure ihr *Verhältnis zu Politikern* sehen und welchen Einfluss Reaktionen der Politiker gegebenenfalls auf ihre Arbeit nehmen.

### **Sendegebiet**

Eine Redaktion innerhalb der DW, ihre Aufgaben und Funktionen lassen sich angesichts der Ausführungen im Abschnitt 1.1 vor allem durch das **Sendegebiet** definieren, wo ihre Programme verbreitet werden. Deshalb wird diese Faktorengruppe explizit auf der Ebene REDAKTION verortet. Sie umfasst Aspekte wie *Lebensbedingungen* und Grad der *Pressefreiheit* in dem Sendegebiet, *Konkurrenz* und *Image/Bedeutung der DW* in der Region.

Die *Bedeutung der DW* schwankt in Abhängigkeit von der Entwicklung des Mediensystems. In Regionen mit stark regulierten und staatsmonopolistischen Medien mit eingeschränkter *Pressefreiheit* ist das Interesse an den DW-Angeboten viel größer als in liberalen Industriestaaten mit pluralistischen Mediensystemen, wo die Bevölkerung ihr Informationsbedürfnis mit Hilfe der nationalen Medien befriedigen kann (Keune 1997: 27). Darüber hinaus lassen *Lebensbedingungen*, wie politische Krisen oder Umbruchphasen, das Interesse an ausländischen Sendungen sprunghaft ansteigen. Auslandssender wie die DW haben deswegen in Asien, Afrika, Osteuropa und in den Ländern der ehemaligen Sowjetunion große Bedeutung. Politische Gründe wie staatliche Medienkontrolle und somit Mangel an Glaubwürdigkeit der einheimischen Medien sind dafür ausschlaggebend (Schneider 1997: 26).

Als das Sendegebiet determinierende Komponente kann auch der Faktor *Konkurrenz* verstanden werden. Auf dem internationalen Medienmarkt steht die DW im Wettbewerb um die Publikumsaufmerksamkeit nicht nur mit anderen Auslandssendern wie *BBC-World-Service*, *Radio Free Europe*, *Voice of Amerika*, *Radio France Internationale*, *CNN International*, sondern auch mit



dem Inlandsrundfunk fremder Länder und mit den Programmen deutscher Sender, die via Satellit weit über die Grenzen Deutschlands hinaus gesehen werden können. Dort kann sie wie jeder Auslandssender immer „nur eine bescheidene Marktlücke“ füllen (Weirich 1993: 16). Je nach Sendegebiet trifft die DW auf verschiedene Konkurrenten. *Radio France Internationale* und *BBC-World-Service* haben geopolitische Schwerpunkte aufgrund ihrer kolonialen Vergangenheit, der französische Auslandssender etwa das frankophone Afrika (Goebel 2000: 59-63). Der Begriff Konkurrenz soll hier in einem weiten Sinne verstanden werden, er umfasst nicht nur die gegebene Konkurrenz mit anderen Medienangeboten, die dieselbe Zielgruppe wie die DW erreichen wollen, sondern auch inwieweit sich die Journalisten dadurch bei ihrer Arbeit beeinflusst fühlen. So stellt Peiris (2006: 110) fest, dass Journalisten, die schnell und exklusiv informieren wollen, eher den Einfluss der Konkurrenz empfinden als solche, die nicht so sehr auf exklusive Informationen angewiesen sind, sondern vor allem Hintergründe aufzeigen wollen.

Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen entsteht die Frage, ob und inwieweit sich die Besonderheiten des Sendegebiets als ausschlaggebend für die Bildung eines bestimmten journalistischen Selbstverständnisses bei den DW-Redakteuren erweisen.

### AUSLANDSRUNDFUNK DEUTSCHE WELLE<sup>23</sup>

Die Ebene REDAKTION ist in der Ebene **AUSLANDSRUNDFUNK DEUTSCHE WELLE** eingebettet. Auf dieser Ebene sind solche Faktoren verortet, die für den Auslandssender Deutsche Welle als Institution spezifisch sind und somit einen Einfluss auf jede einzelne Redaktion nehmen könnten. Das sind die Aspekte **gesetzlicher Programmauftrag, professionelle und ethische Normen** und das **Image von der DW in der Bundesrepublik Deutschland**.

#### **Gesetzlicher Programmauftrag versus professionelle und ethische Normen**

Wie bereits im Abschnitt 1.1 sehr ausführlich dargelegt wurde, ist der **gesetzliche Programmauftrag** von DW nicht der klassische öffentlich-rechtliche Rundfunkauftrag – Information, Bildung und Unterhaltung, sondern inhaltlich begrenzt und genau bestimmt. Der Auslandssender soll deutsche Auffassungen und Ansichten in die Welt vermitteln (*Stimme Deutschlands in der Welt*), einen unabhängigen Informationsfluss in Regionen ermöglichen, wo Medien vor Ort bei der Ausübung ihrer Funktionen gestört sind (*Stimme der Freiheit Präventions-/Krisenradio*), und dabei das Verständnis der Völker füreinander und den Austausch der Kulturen fördern (*Dialog der Kulturen*). Die DW bestimmt mit der Ausübung dieser Funktionen unmittelbar die Außenpräsenz des Staates. Darin findet der Programmgrundsatz seine Begründung, nach dem die DW-Berichterstattung

---

<sup>23</sup> Bei der Bildung dieser Ebene werden „ethische Richtlinien“ im Sinne von professionellen und ethischen Normen aus Donsbachs Professions-Sphäre, Weischenbergs Zwiebel-Schale Mediensysteme, Essers Medienstruktursphäre, Krupitschka persönliche Einstellungen und Junkers Berufsebene berücksichtigt. Der Faktor Image des Mediums, der auf Peiris Medienebene und Junkers Berufsebene zu finden ist, wird auch berücksichtigt.

in dem Bewusstsein erfolgen soll, dass die DW-Sendungen die Beziehungen Deutschlands mit anderen Staaten berühren (vgl. Abschnitt 1.2). Damit wird gewisse diplomatische Sensibilität von den Journalisten abverlangt. Bei der Entscheidung darüber, welches Bild von Deutschland zu vermitteln, welche Aspekte in die Berichterstattung aufzunehmen, sollen die DW-Redakteure somit zum einen diesen Vorbehalt berücksichtigen, zum anderen aber als Journalisten und Mitarbeiter einer Medienanstalt in Deutschland die allgemein gültigen **professionellen und ethischen Normen** beachten. In demokratischen Gesellschaften sollen Journalisten die Bürger informieren, die Mächtigen kritisieren und kontrollieren und zur Meinungs- und Willensbildung beitragen. Dabei soll die Berichterstattung unparteiisch, wahrheitsgetreu, umfassend, sachlich und quellensicher erfolgen (Weischenberg, Malik & Scholl 2006b: 98). Somit versetzten möglicherweise diese beiden Aspekte die DW-Redakteure in ein professionelles Spannungsfeld - Journalismus versus Diplomatie - (vgl. Abschnitt 1.2), das durch die Finanzierungsregelung für den Auslandssender (vgl. Abschnitt 1.3) zusätzlich bedingt ist. Dieses Spannungsverhältnis sollen die eben dargelegten Faktoren im Modell veranschaulichen. Donsbach (2002: 110) verweist diesbezüglich darauf, dass die jeweiligen inhaltlichen und redaktionellen Zielvorgaben des Arbeitgebers ein gewichtiger Einflussfaktor auf die Arbeit der Journalisten darstellt. Spannend ist es insofern zu ermitteln, inwieweit die DW-Redakteure den einen oder den anderen Aspekt dieses Spannungsfelds wahrnehmen und wie diese sich auf ihr journalistisches Selbstverständnis auswirken.

### **Image von DW in der BRD**

In Anlehnung an die Überlegungen von Krupitschka (2005: 44) wird in das eigene Modell der Faktor Image des Senders aufgenommen und in **Image von DW in der Bundesrepublik Deutschland** paraphrasiert. Es kann vermutet werden, dass die Bewertung des Senders durch die Außenwelt der Befragten in Zusammenhang mit dem journalistischen Selbstverständnis seiner Mitarbeiter steht. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung werden keine Bundesbürger befragt, dennoch kann es ergiebig sein zu ermitteln, welches Image die DW-Redakteure ihrem Sender zuschreiben. Durch das behauptete Image kann möglicherweise deutlich gemacht werden, welche Form von Journalismus bevorzugt wird. Informationsorientierte Journalisten mögen das Image als seriös, glaubwürdig und aktuell umschreiben, meinungsorientierte als kritisch und differenziert. Nach einer hauseigenen Untersuchung hat immerhin knapp die Hälfte der Deutschen schon einmal von der DW gehört, dennoch kennt kaum jemand ihr Programm (Hartstein 1999: 53). In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, inwieweit das Image von DW in Deutschland oder eher ihre Unbekanntheit die journalistischen Arbeitsziele der Befragten determiniert.

### **3. Zusammenfassung**

Die theoretischen Ausführungen in diesem zweiten Teil der vorliegenden Arbeit haben zunächst das Arbeitsfeld des DW-Redakteurs als Mitarbeiter des deutschen Auslandssenders mit

seinen Funktionen, Herausforderungen und Besonderheiten dargestellt. Dabei ließ es sich erkennen, dass die DW-Journalisten in einem höchst komplexen und anspruchsvollen Betätigungsfeld agieren müssen, das sie anscheinend in eine Dilemma-Situation, in ein Spannungsfeld zwischen Journalismus und Diplomatie versetzt. Vor diesem Hintergrund wirft sich die Frage auf, welches berufliche Selbstverständnis die Macher der „Visitenkarte Deutschlands“ haben. Wie definieren sie ihre journalistischen Aufgaben, verstehen sie sich dabei als Diplomaten mit anderen Mitteln?

Die theoretische Basis für die Klärung dieser Problematik wurde in einem zweiten Schritt durch Überlegungen und empirische Befunde der Kommunikatorforschung ergänzt. Die Journalismusforschung hat bereits unterschiedliche Typen von Selbstverständnissen bei deutschen Journalisten ermittelt. Die oben genannten Aspekte weisen darauf hin, dass einige von ihnen (der Informationsvermittler, der Kritiker, der Anwalt, der Pädagoge, der Kompass, der Kulturdolmetscher) von Bedeutung auch für die DW-Redakteure sein können. Deshalb werden sie als Grundlage und Orientierungsgrößen bei der Ermittlung ihres journalistischen Selbstverständnisses herangezogen. Es wurde ferner deutlich, dass es nicht ausreichend wäre, das Selbstverständnis der DW-Redakteure isoliert zu betrachten. Den theoretischen Ausführungen zufolge kann eine Reihe von Faktoren Einfluss auf die journalistischen Einstellungen und Verhaltensweisen nehmen und sie bestimmen. Die spannende Frage dabei ist, welche Faktoren ausschlaggebend für das Selbstverständnis der DW-Journalisten sind und es erklären können. Auf der Basis akteurtheoretischer, systemtheoretischer und integrativer Überlegungen und Befunde vergangener Studien wurden relevante Aspekte diesbezüglich herausgearbeitet und in einem journalismustheoretischen Modell zusammengefasst und systematisiert. Dieses zeigt das Selbstverständnis der DW-Journalisten im Kontext einer Reihe möglicher Einflussfaktoren und vereinbart Aspekte der individuellen Persönlichkeit, beruflichen Sozialisation und der institutionellen Gegebenheiten. Somit wurde der vorliegenden Studie ein theoretischer Rahmen verliehen, der als Grundlage für die Konstruktion des Erhebungsinstruments und Auswertung des Datenmaterials dienen wird.

Bevor die Befunde dieser Studie vorgestellt und erläutert werden, wird in den folgenden Kapiteln das methodische Vorgehen ausführlich dargelegt und diskutiert.

## III. Methode

Dieser Teil widmet sich der methodischen Vorgehensweise dieser Studie. In einem ersten Schritt wird die gewählte Methode - das qualitative Leitfadeninterview – diskutiert, indem sowohl auf seine methodischen Vorteile als auch auf seine Grenzen eingegangen wird. Des Weiteren wird ausführlich dargestellt, wie die vorliegende Studie aufgebaut wurde. In diesem zweiten Schritt werden die Auswahl und die Rekrutierung der Befragten, die Konstruktion des Erhebungsinstruments und die angewandte Auswertungstechnik näher behandelt. Durch die Offenlegung der verschiedenen Untersuchungsschritte wird angestrebt, dem Anspruch jeglicher Sozialforschung, der intersubjektiven, personenunabhängigen Nachvollziehbarkeit der vorliegenden Studie, gerecht zu werden.

### 1. Das qualitative Leitfadeninterview

Das Untersuchungsobjekt jeder Studie setzt eine geeignete Forschungsmethode voraus. Forschungsgegenstand dieser Untersuchung sind das journalistische Selbstverständnis der DW-Redakteure, ein wie bereits mehrmals angedeutet, sehr komplexes und vielschichtiges Gebilde, sowie Einflussfaktoren, die sich auf dieses Selbstverständnis auswirken. Im Mittelpunkt des Erkenntnisinteresses stehen folglich individuelle Einstellungen, Motive und Bewertungen der DW-Journalisten, die ergründet werden sollen. Als einzig sinnvolles Verfahren zur Ermittlung von subjektiven Meinungen und Wertvorstellungen wird oft die Befragung genannt (Möhring & Schlütz 2003: 15). Als geeignete Herangehensweise erweist sich hierfür deshalb die qualitative Methode des Leitfadeninterviews. Diese Befragungsform kennzeichnet sich dadurch, dass das Gespräch einem teilstrukturierten, theoriegeleiteten Schemas, dem Leitfaden folgt, wobei der Befragte möglichst frei zu Wort kommen soll (Mayring 2002: 67). Die Methodenentscheidung basiert auf einer Reihe von Überlegungen, die im Folgenden näher erläutert werden.

#### 1.1 Wahl der Methode – Begründung

Zunächst soll geklärt werden, warum für das Forschungsvorhaben dieser Arbeit eine qualitative und nicht eine quantitative Methode gewählt wurde. Im großen Teil der bereits erwähnten Kommunikatorstudien, in denen das Selbstverständnis der Journalisten unter anderem erforscht wird, dominiert methodisch die standardisierte Befragung anhand eines Fragebogens. Diese Methode hat bezüglich des Forschungsgegenstands der vorliegenden Untersuchung jedoch ihre Grenzen. Das journalistische Selbstverständnis umfasst, wie bereits erläutert, Meinungen und Einstellungen der Journalisten, die bei den Befragten oft unterbewusst vorhanden sind. Deswegen können solche kognitiven Strukturen durch Ankreuzen von vorgefertigten Antworten, wie es bei den quantitativen Befragungen üblich ist, nur sehr bedingt und in vereinfachter Form, wenn überhaupt, erfasst werden. Da bislang die DW-Journalisten und ihre Arbeitswelt nicht erforscht wurden, gibt es zudem keine geeignete Datenbasis, mit deren Hilfe ausreichende Antwortvorgaben für einen standardisierten

Fragebogen entworfen werden könnten. Bei dieser Studie handelt es sich viel mehr um eine explorative Untersuchung, die als Ziel hat, möglichst viele neue Aspekte zu entdecken und das Untersuchungsobjekt in seiner ganzen Komplexität abzubilden (Flick 1995: 14). Die Überprüfung von aufgestellten Thesen, was in der Regel durch die Anwendung quantitativer Methoden angestrebt wird (Lamnek 1995: 61), ist für die aktuelle Studie insofern von keiner Relevanz. Aus diesen Gründen eignet sich für das Anliegen dieser Untersuchung eine interpretative qualitative Methode (Mayring 2002: 52).

Angesichts der Komplexität des Forschungsinteresses - journalistisches Selbstverständnis der DW-Redakteure zu analysieren und darauf einflussnehmende Faktoren zu ergründen - weist das Leitfadenterview als qualitative Methode eine vorteilhafte Eigenschaft auf, das „Prinzip der Offenheit“ (Mayring 2002: 27). Die offen formulierten Fragen geben dem Befragten viel Freiraum, seine subjektiven Perspektiven und Bedürfnisse offen zu legen, selbst Bedeutungszusammenhänge zu entwickeln und Themen zu akzentuieren (Mayring 2002: 68). Ferner wird er nicht in ein von dem Forscher vorgegebenes Antwortschema hineingezwängt, das eher seinen theoretischen Überlegungen als den Wirklichkeitsdefinitionen des Befragten entspricht. Dadurch wird eine Prädetermination durch den Interviewer vermieden (Scholl 2003: 60). Vorbestimmte Antworten eines standardisierten Fragebogens können den Befragten zu Antworten zwingen, die seinen eigentlichen Ansichten gar nicht entsprechen (Lamnek 1995: 52). Folglich können wichtige Aspekte unberücksichtigt bleiben und entscheidende Informationen verloren gehen. Leitfadengespräche ermöglichen hingegen die Feststellung völlig neuer Aspekte, die mit einem standardisierten Fragebogen verborgen geblieben wären. Dadurch wird gewährleistet, dass möglichst viele relevante Dimensionen bei der Analyse in Rücksicht genommen werden (Lamnek 2005: 93), was besonders bei der Klärung der Gründe für Herausbildung eines bestimmten Selbstverständnistypus erforderlich ist.

Durch die offene und natürliche Gesprächssituation, in der das Interview erfolgt, wird beim qualitativen Interview ferner die asymmetrische Kommunikationssituation des Frage-Antwort-Spiels einer standardisierten Befragung reduziert (Scholl 2003: 189; Lamnek 2005: 335). Der Befragte wird nicht mehr bloß als „objektiver Datenlieferant“ (Lamnek 1995: 65) gesehen, sondern als Gesprächspartner, von dem der Forscher tiefgehende und detaillierte Auskünfte erhalten kann. Aufgrund der damit geschaffenen Vertrautheitsatmosphäre sind meist auch die Antworten ehrlicher, reflektierter, genauer und offener als in standardisierten Interviews (Mayring 2002: 69; Möhring & Schlütz 2003: 78). Zudem besteht die Möglichkeit, im Unterschied zu der quantitativen Befragung durch Nachfragen, Unklarheiten und Unvollständigkeiten zu beseitigen (Scholl 2003: 40).

Leitfadenterviews sind offen, der Leitfaden verleiht dem Gesprächsverlauf dennoch eine gewisse Struktur, damit ist gewährleistet, dass trotz des Prinzips der Offenheit alle forschungsrelevanten Themengebiete im Laufe des Interviews angesprochen werden (Lamnek 1995: 64). Formulierung und Reihenfolge der Fragen sind jedoch nicht starr festgelegt. Sie dienen nur als Orientierungsrahmen, als roter Faden und können je nach Situation und Bedürfnissen des

Gesprächspartners modifiziert und angepasst werden (Scholl 2003: 66). Somit wird das Prinzip der Offenheit wieder in Anspruch genommen und dem Befragten genug Freiraum gelassen. Angesichts eines der Forschungsziele dieser Arbeit, eine Typologie zum Selbstverständnis der DW-Redakteure zu bilden, erweist sich diese durch den Leitfaden vorgegebene Struktur ferner als vorteilhaft, weil damit die Vergleichbarkeit des erhobenen Datenmaterials erhöht (Mayring 2002: 70, Möhring & Schlütz 2003: 76) und das Verallgemeinerungsprozess bei der Typenbildung erleichtert wird.

An dieser Stelle wirft sich logischerweise die Frage auf, warum sich gerade das Leitfadentinterview und nicht eine andere qualitative Methode am besten für diese Untersuchung eignet. Der Vorteil dieser Befragungsform im Vergleich zu einer völlig nicht standardisierten Befragung liegt darin, dass die spätere Auswertung erleichtert wird (Mayring 2002: 70). Zwar bieten nicht standardisierte Interviews, wie beispielsweise das narrative Interview, durch ihre extrem freie Gestaltung die Möglichkeit, viele neue Aspekte zu ermitteln. Aufgrund mangelnder Themenkonzentration bergen sie aber die Gefahr der Weitschweifigkeit und die für das Forschungsvorhaben erforderliche Systematik zu beeinträchtigen. Deshalb erweist sich diese Befragungsart als ungeeignet. Eine weitere alternative qualitative Methode wäre die Gruppendiskussion. Da sich die Interviews zum einen auf das journalistische Selbstverständnis der einzelnen Redakteure konzentrieren und zum anderen bei manchen brisanten Themen wie Arbeitsbedingungen oder Arbeitsklima an einigen Stellen sehr persönliche Bewertungen und sogar zwischenmenschliche Beziehungen innerhalb der Redaktion ansprechen, ist es einleuchtend, dass die Interviews als Einzelbefragung durchgeführt werden sollen. Die Kommunikationssituation einer Gruppendiskussion hätte zur Verzerrung der Antworten geführt, weil die Anwesenheit von Kollegen - sogar Redaktionsleitern und Chefs - die Ehrlichkeit der Aussagen erheblich beeinträchtigt hätte. Deshalb wird auch diese Methode als unpassend für die Forschungsziele der Untersuchung erachtet.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Leitfadentinterview als qualitative Methode aufgrund des Prinzips der Offenheit und eines gewissen Strukturierungsgrads als optimale Vorgehensweise für die vorliegende Studie gesehen wird. Nichtsdestotrotz weist auch diese Befragungsform ihre Schwachstellen und Fehlerquellen auf, die im Folgenden diskutiert werden.

#### **1.2 Schwächen und Grenzen der Methode**

Wie bereits angedeutet, sind viele persönliche Einstellungen und Ansichten den Menschen meistens unbewusst und für sie selbst schwer identifizierbar. Nicht selten wird festgestellt, dass die ermittelten Antworten bei Leitfadentinterviews mit den tatsächlichen Verhaltensweisen nicht übereinstimmen (Brosius & Koschel 2001: 153), sondern nur eine Konstruktion in den Gedanken der Befragten darstellen. Das deutet darauf hin, dass die Befragten nicht immer adäquat und eindeutig Auskunft darüber geben können. In diesem Punkt stößt die gewählte Methode an ihre Grenzen. Die Aussagen der interviewten Journalisten hängen auch davon ab, wie intensiv sie sich mit ihren Berufszielen und Aufgaben überhaupt auseinandergesetzt haben (Scholl 2003: 228). Das deutet auf



eine Schwäche der Methode hin. Das Datenmaterial resultiert ausschließlich durch Selbstbeschreibung und Selbstoffenbarung. Das bietet nur eine begrenzte und sehr subjektive Einsicht in die Persönlichkeit der DW-Journalisten. Mögliche Lösung dieses Problems wäre die Anwendung eines Methodenmix, bei dem die Befragung durch teilnehmende Beobachtung des redaktionellen Arbeitstags der DW-Redakteure und inhaltsanalytische Untersuchung ihrer journalistischen Produkte ergänzt wird. Dadurch könnte überprüft werden, inwieweit das Gesagte der Realität entspricht und handlungsrelevant ist. Diese Vorgehensweise würde aber den Rahmen der Magisterarbeit sprengen und deshalb wird in der vorliegenden Untersuchung auf ergänzende Komponenten verzichtet.

Als Grenze der qualitativen Interviews erweist sich auch die begrenzte Möglichkeit zur Verallgemeinerung (Möhring & Schlütz 2003: 20). Die erhobenen Daten können keinen Anspruch auf Allgemeingültigkeit erheben, da sie aufgrund der Befragtenauswahl nicht repräsentativ sein können. Sie bieten lediglich realitätsnahe Einblicke in den Arbeitsalltag der DW-Redakteure und ihr Selbstverständnis. Da aber diese Studie vor allem einen explorativen Charakter hat, wird es nicht angestrebt, ein strukturgleiches Abbild der DW-Redakteure zu liefern, was bei einer quantitativen Studie der Fall wäre. Somit kann dieser Einwand in Bezug auf diese Untersuchung in gewissem Maße entkräftet werden.

Ein Vorteil der Methode, die Forschung als Kommunikation, Interaktion zwischen Forscher und Erforschten zu gestalten, erweist sich gleichzeitig als nachteilig, weil dadurch die Subjektivität der beiden Seiten zum Bestandteil des Erkenntnisprozesses wird (Flick 2004: 19). Das Leitfadenterview setzt erhöhte intellektuelle und kommunikative Kompetenzen des Forschers voraus. Er muss die Interviewatmosphäre möglichst geschickt gestalten, um den Interviewpartner zum Reden anzuregen und möglichst viele Erkenntnisse aus dem Gespräch zu ziehen (Lamnek 1995: 67). Er soll deshalb in der Lage sein, interessiert zuzuhören und sich zurückzuhalten, um die Beeinflussung der Antworten durch eigene Kommentare, Meinungen und suggestive Fragen zu vermeiden (Lamnek 2005: 354). Somit hängt die Qualität des erhobenen Materials zum großen Teil von den Fähigkeiten der Interviewer ab. Die Subjektivität des Forschers beeinflusst weiterhin erheblich die Qualität der Ergebnisse. Da das Leitfadenterview eine verstehende und vor allem interpretierende Methode ist, geht vom Interviewer ein hohes Einflusspotential aus, das sich bei der Auswertung der Befunde auswirken und zu möglichen Verzerrungen führen kann (Schnell, Hill & Esser 2005: 388). Die Auswertung der Ergebnisse basiert ausschließlich auf der subjektiven Interpretation des Forschers, die nicht mit statistischen Beweisen untermauert werden kann. Eigene Einstellungen und Erwartungen können den Auswertungsprozess erheblich beeinflussen. Bei dieser Methode kann insofern nicht von vorurteilsfreier Forschung gesprochen werden (Mayring 2002: 17 ff.).

Der Einsatz vom Leitfaden kann sich auch als nachteilig erweisen, insbesondere dann, wenn sich der Interviewer sehr strikt an die vorgegebene Struktur hält und somit den Befragten daran hindert, eigene Ansichten und Aspekte einzubringen. Die Offenheit der Fragen birgt die zusätzliche Gefahr, dass der Forscher den „Leitfaden“ verlieren kann, wenn der Befragte absichtlich oder nicht

das Gespräch in eine für das Forschungsinteresse nicht relevante Richtung lenkt (Fuchs-Heinritz 2000: 249). Um derartige Entwicklungen möglichst zu verhindern, werden alle vierzehn Interviews von der Autorin dieser Arbeit selbst durchgeführt. Obwohl in allen Interviews fast alle Fragenblöcke abgedeckt werden konnten, war es in manchen Fällen schwierig, den Interviewpartner taktvoll zu unterbrechen, um den Leitfaden wieder zu „finden“.

Die zweite subjektive Seite bei dieser kommunikativen Begegnung ist der Befragte selbst und somit auch eine mögliche Fehlerquelle. Die gewählte Methode stellt erhöhte Anforderungen auch an den Befragten, Kooperationsbereitschaft und Artikulationsvermögen sind verlangt (Schnell, Hill & Esser 2005: 356). Da bei dieser Studie DW-Redakteure interviewt wurden, für die Interviewsituationen - wenn auch aus umgekehrter Perspektive - zum Arbeitsalltag gehören, erwies sich dieser Aspekt als nicht problematisch. Die Rolle des Befragten wurde von den Redakteuren als angenehm empfunden, alle Journalisten waren sehr aufgeschlossen und auskunftsfreudig. Die Interviewsituationen waren künstlich zustande kommende Gespräche, bei denen die Teilnehmenden in eine Rolle schlüpfen sollten (Brosius & Koschel 2001: 145). Deshalb ist zu befürchten, dass sie durch ihre Antworten bewusst oder unbewusst ein bestimmtes Bild von sich selbst vermitteln wollten, das nicht immer der Realität entspricht. Das ist insbesondere dadurch bedingt, dass das persönlich durchgeführte Interview keine anonyme Meinungsäußerung zulässt (Scholl 2003: 41). So kann es aufgrund kollektiver, normativer Vorstellungen und des Wunsches nach sozialer Anerkennung zu sozial erwünschten Antworten kommen (Brosius & Koschel 2001: 113). Da die DW-Redakteure Mitarbeiter einer vom staatlichen Budget finanzierten Anstalt sind, ist anzunehmen, dass heikle Fragen wie nach dem Verhältnis zu Politikern verzerrte Antworten liefern könnten. Deshalb wurde bei der Konstruktion des Leitfadens darauf geachtet, an einigen Stellen so genannte Kontrollfragen (Brosius & Koschel 2001: 146) einzubauen, die der Befragte nicht automatisch in Zusammenhang mit Aussagen über sein Verständnis bringen konnte. So können eventuelle Widersprüche aufgefangen werden.

Die fehlende Anonymität der Interviewsituation, die letztlich als Hauptgrund für sozialerwünschte Antworten verstanden wird, kann nicht nur durch den Forscher, sondern durch die Anwesenheit eines Dritten bedingt werden (Brosius & Koschel 2001: 148). Deshalb wurde gezielt vermieden, dass eine dritte Person das Interviewgespräch begleitete. Die Qualität der Antworten kann ferner in einer persönlichen Begegnung durch Sympathie, Status-, Alters- und Geschlechtsunterschiede beeinträchtigt werden (Fuchs-Heinritz 2000: 234 ff.). So kann sich das persönliche Verhältnis zwischen Interviewer und Befragtem auf die Auskunftsbereitschaft, die Inhalte und den Verlauf des Interviews auswirken und das Gelingen des Forschungsvorhabens maßgeblich mit bestimmen. Solche Erfahrungen wurden in keinem der Interviews gemacht.

Nicht nur die am Interview Beteiligten können mögliche Fehlerquellen sein, sondern auch der Ort, wo das Interview stattfindet. Brosius und Koschel (2001: 154) bemerken, dass Befragte in gewohntem Umfeld anders als in fremdem antworten. Deshalb wurden die meisten Interviews in für

die Journalisten vertrauter Umgebung, in ihren Redaktionen durchgeführt. Diese Vorgehensweise wies aber auch einige Nachteile auf. Manche Interviews mussten unter Zeitdruck geführt werden oder wurden durch Telefonanrufe unterbrochen. Ein Interview wurde in einem Cafe und drei in der DW-Cafeteria durchgeführt, somit können bei dieser Untersuchung Standorteinflüsse auf die Qualität der Ergebnisse nicht ausgeschlossen werden.

Trotz der angesprochenen Schwachstellen wird die gewählte Methode als optimale Form für die Datenerhebung gesehen, weil sie als einzige den Anforderungen des Untersuchungsgegenstandes entspricht.

## 2. Untersuchungsdesign

### 2.1 Auswahl der Befragten

Diese Studie hat einen explorativen Charakter, das war ein Grund, warum eine qualitative Methode gewählt wurde. Im Mittelpunkt der qualitativen Forschung geht es weniger um Generalisierungen als um Typisierungen (Lamnek 1995: 92). Folglich ist es nicht unbedingt nötig, dass die Auswahl der Interviewpartner unter den DW-Journalisten nach dem Kriterium Repräsentativität erfolgt (Lamnek 2005: 384). Denn Ziel der Untersuchung ist es, nicht ein strukturgleiches Abbild der journalistischen Arbeitswelt der DW-Redakteure zu liefern, sondern viel mehr neue Aspekte diesbezüglich aufzudecken. Die Auswahl soll dementsprechend die Ermittlung möglichst vieler von den bestehenden Selbstverständnistypen ermöglichen. Deshalb erfolgt die Auswahl der DW-Redakteure nach dem Verfahren der theoretischen Sättigung, das nicht repräsentativ, dafür aber systematisch vollzogen wird (Möhring & Schlütz 2003: 37f.). Dieses Verfahren beruht auf der Annahme, dass innerhalb eines Handlungsbereiches zwar Varianten, aber keine beliebige Anzahl von Strukturmustern existieren (Fuchs-Heinritz 2000: 231 ff.). Mit der Auswahl wird angestrebt, dass möglichst verschiedenartige DW-Redakteure ausgewählt und gleichzeitig – im Sinne des „theoretical sampling“ – typische Fälle herausgefiltert werden. Somit kann der Untersuchungsgegenstand näher und gründlicher beschrieben werden. Ziel ist, alle theoretisch bedeutsamen Merkmalskombinationen bei der Auswahl der Interviewpartner möglichst umfassend zu berücksichtigen (Kelle & Kluge 1999: 53). Im Folgenden werden die theoretischen Überlegungen dargestellt, die eine theoretische Sättigung vermuten ließen und deshalb als Grundlage bei der Auswahl der Interviewpartner dienen. Eine derartige Auswahl kann sich auf die realitätsgerechte Konstruktion von Typen allerdings negativ auswirken, wenn einzelne typische Fälle vorab eventuell nicht bedacht worden sind und dadurch keine Berücksichtigung in der Analyse finden. Abweichende Fälle ergeben sich folglich eher zufällig (Lamnek 2005: 384 ff.). Deshalb besteht die Gefahr, dass die daraus resultierte Quote nicht immer optimal ist, was für die Auswahlquote dieser Studie möglicherweise auch gelten könnte.

Wie bereits ausführlich dargestellt (vgl. im Theorieteil Abschnitt 1.4), produziert die DW sowohl Radio- und Fernsehprogramme als auch Internetangebote. Da die Medienart als möglicher Einflussfaktor auf das journalistische Selbstverständnis im entwickelten Modell (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.3.2) gesehen wird, werden bei der Auswahl sowohl Radio- und Fernsehjournalisten als auch Redakteure aus den Onlineredaktionen berücksichtigt. Die DW bietet ihre Programme darüber hinaus in 30 Sprachen für verschiedene Sendegebiete an. Das Sendegebiet wird auch als möglicher Einflussfaktor eingeführt. Deshalb stellt sich an dieser Stelle die Frage, welche Sprachredaktionen bei der Auswahl der Interviewpartner unbedingt berücksichtigt werden sollen, damit die Kriterien der theoretischen Sättigung erfüllt werden.

Da in den Rahmen dieser Magisterarbeit eine begrenzte Zahl von Interviews (nicht mehr als 16-17) durchgeführt und somit nur eine begrenzte Zahl von Redaktionen berücksichtigt werden können, wurde bei dem Auswahlprozess überlegt, welchen Sprachredaktionen innerhalb der DW eine besondere Stellung aufgrund objektiver Daten zukommt. Als erste Orientierung dienten die wöchentlichen und täglichen Reichweiten der DW-Programmangebote. Nach der globalen Schätzung der DW-Medienforschung<sup>24</sup> (Schlinker & Schürhoff, 2005) hat das DW-Radio mit seinen Programmen mehr als doppelt so viele Nutzer als DW-TV. Innerhalb DW-Radio werden die Fremdsprachenprogramme am häufigsten eingeschaltet (60% der Hörschaft). Das englische Programm erreicht doppelt so viele Nutzer der DW-Radioangebote (27%) als das Deutsche Programm (13%). Vor dem Hintergrund dieser Medienforschungsdaten sollen die meisten Interviewpartner aus den DW-Radioredaktionen kommen. Dabei müssen besonders die Fremdsprachenprogramme berücksichtigt werden. Wie im Theorieteil, Abschnitt 1.4 bereits beschreiben wurde, sind die wichtigsten Fremdsprachenprogramme der DW derzeit nach dem Englischen Dienst die Programme in Russisch, in Arabisch, in Französisch<sup>25</sup>, in den Sprachen des Balkans, in Sprachen von West-, Zentral- und Ostafrika. Daraus ergibt sich, dass neben Redakteuren aus den deutschen und englischen Redaktionen auch Journalisten aus der russischen, arabischen, französischen, serbischen, bosnischen und afrikanischen Redaktion berücksichtigt werden sollen. Im Theorieteil wurde auch klar, dass DW-TV ihre Sendungen nur auf Deutsch und Englisch rund um die Uhr verbreitet. In Spanisch und Arabisch sendet die DW nur in bestimmten Weltregionen und zu bestimmten Zeiten. Aus diesem Grund wurden bei der Auswahl nur die deutsche und englische Fernsehredaktion berücksichtigt. Die DW verbreitet über das Internet Nachrichten und Informationen in allen 30 Sprachen, wobei nur sieben davon (Deutsch, Englisch, Chinesisch, Russisch, Arabisch, Spanisch, Portugiesisch) einen eigenständigen, von dem Radioprogramm unabhängigen aktuellen redaktionellen Auftritt anbieten (vgl. im Theorieteil Abschnitt 1.4). Deshalb wurden bei der Auswahl nur diese sieben Onlineredaktionen berücksichtigt.

---

<sup>24</sup> Die aktuelle Fassung dieser Studie enthält Daten lediglich über die Radio- und TV-Angebote von DW. Informationen über die Internetdienste werden erst ab der nächsten Ausgabe (Herbst 2007) aufgenommen. Deshalb konnten sie im Rahmen dieser Arbeit nicht berücksichtigt werden.

<sup>25</sup> Die französische Redaktion soll frankophones Afrika decken. Hörer in Frankreich werden als keine Zielgruppe gesehen.

Bei der Auswahl wurden auch soziodemographische Merkmale herangezogen. Wie manche von den vorgestellten Studien (Ehmig 2000, Junker 2006) deutlich zeigen, können die einzelnen Ausprägungen dieser Merkmale verschiedene Selbstverständnisse mit sich bringen. Alter und Geschlecht konnten vorab problemlos festgestellt werden. Aspekte wie Familienstand und Einkommen, weil sie schwer zu ermitteln waren, bleiben bei der Auswahl unberücksichtigt. Laut des aktuellen Personalentwicklungsberichts der DW (2004: 25 ff.) beträgt das Durchschnittsalter der DW-Mitarbeiter 46,3 Jahre und die meisten Redakteure sind in der Alterstufe zwischen 40-60, nur noch knapp ein Viertel der Beschäftigten sind unter 40 Jahren. Ein Blick auf die am Ende dieses Kapitels eingeführte *Tabelle 1*, die die Auswahlquote veranschaulicht, macht deutlich, dass die ausgewählten Interviewpartner diese Alterverhältnisse gut widerspiegeln. Das Durchschnittsalter in der Auswahlquote ist 44 Jahre. Erfreulicherweise konnten auch 5 jüngere Redakteure aus der Alterstufe 30-40 für die Untersuchung gewonnen werden, obwohl sie unter den DW-Redakteuren unterrepräsentiert sind. Die Geschlechterverteilung unter den DW-Journalisten ist dem Bericht nach fast ausgeglichen - 53% Männer und 47% Frauen (2004: 26). In der Auswahlquote überwiegen die Redakteurinnen. Das liegt möglicherweise daran, dass die Anfrage zur Teilnahme an der vorliegenden Studie auf mehr Interesse bei den Frauen unter den DW-Journalisten als bei den Männern gestoßen ist.

Wie Weischenberg, Löffelholz und Scholl (1994: 158) feststellen, kann auch die Position des Journalisten innerhalb der Redaktion sein Selbstverständnis prägen, deshalb wurde auch dieses Kriterium bei der Auswahl berücksichtigt. Es sollten sowohl Redakteure mit Basisfunktionen als auch solche in leitender Position befragt werden. Dabei blieben freie Mitarbeiter bewusst außen vor, weil Wert darauf gelegt wurde, dass die DW-Redakteure fest in den redaktionellen Kontext und den Arbeitsalltag eingebunden sind. Dadurch erfolgt zwar eine Eingrenzung der Auswahl, aber ein konstanter Faktor wird gleichzeitig garantiert. *Tabelle 1* am Ende des Kapitels zeigt ein deutliches Übergewicht der Redakteure in leitenden Positionen. Dieses Manko der Auswahlquote erweist sich jedoch nicht unbedingt als nachteilig. Wie bereits angedeutet, konnten im Rahmen dieser Magisterarbeit nur eine begrenzte Zahl von Interviews durchgeführt werden. Dabei sollten aber möglichst viele Sprachredaktionen bei der Auswahl berücksichtigt werden, deshalb konnte pro Redaktion meistens nur ein Redakteur als Interviewpartner gewählt werden. In dieser Hinsicht erweisen sich die Redakteure in leitenden Positionen für Interviewgesprächspartner als besser geeignet. Sie haben einen besseren Überblick über die Redaktionsgeschehnisse als die untergeordneten Redakteure und können somit eher als Repräsentanten einer Redaktion auftreten. Die Redakteure in nicht leitenden Positionen bleiben außerdem nicht ohne Berücksichtigung, immerhin vier konnten für ein Interview gewonnen werden. Würden die Unterschiede im Selbstverständnis der DW-Journalisten auf den unterschiedlichen beruflichen Positionen beruhen, so könnten diese Differenzen an diesen zwei Gruppen festgemacht werden.

Die Internationalität als Besonderheit des Auslandsrundfunks gibt noch ein weiteres Kriterium für die Auswahl der Interviewpartner. Insbesondere in den Fremdsprachenprogrammen arbeiten

sowohl deutsche Mitarbeiter als auch Redakteure mit ausländischer Staatsangehörigkeit Kopf an Kopf. Da die Herkunft auch als möglicher Einflussfaktor auf das journalistische Selbstverständnis im entwickelten Modell berücksichtigt (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.3.2) wird, wurde großen Wert darauf gelegt, dass sowohl Deutsche als auch Journalisten mit einer anderen Nationalität in die Auswahlquote aufgenommen werden. *Tabelle 1* zeigt, dass dies auch gut gelungen ist - sieben Interviewpartner waren Deutsche, die anderen sieben ausländischer Herkunft.

Die aufgrund der theoretischen Überlegungen festgelegten 17 Sprachredaktionen (acht Radioredaktionen, zwei Fernseh-Redaktionen, sieben Online-Redaktionen) wurden Mitte August 2006 per E-Mail kontaktiert. In dem Anschreiben hat sich die Autorin kurz vorgestellt und das Forschungsanliegen der Magisterarbeit geschildert, ohne detaillierte Informationen darüber preiszugeben, um verzerrende Effekte möglichst zu vermeiden. In der Email wurden die Redakteure gebeten, sich bei Interesse bei der Autorin zu melden. Die Rückmeldung verlief zügig, viele Redakteure sagten spontan zu. Einige Redaktionen meldeten sich nicht zurück. Sie wurden nach einer Woche noch einmal angeschrieben, blieb diese Nachfrage noch zwei Wochen ohne Reaktion, wurde die Redaktion von der Liste gestrichen. Deshalb konnte kein Redakteur aus der englischen Fernsehredaktion und aus der arabischen, spanischen und portugiesischen Online-Redaktion in die Auswahlquote aufgenommen werden. Die folgende Tabelle veranschaulicht die Auswahlquote, die zustande gekommen ist.

Interview №	Medium	Sprachprogramm	Position	bei der DW seit	Familienstand	Nationalität	Alter
2	Radio	Afrika/Nahost	Redaktionsleiterin	12 Jahren	verheiratet, 3 Kinder	deutsch	38
3	Radio	deutsch	Redakteurin	7 Jahren	ledig	deutsch	34
4	Radio	bosnisch	Redaktionsleiter	8 Jahren	verheiratet, 1 Kind	bosnisch	33
5	Radio	englisch	stellv. Redaktionsleiter	23 Jahren	verheiratet, 2 Kinder	englisch	54
6	Radio	serbisch	Redaktionsleiterin	23 Jahren	verheiratet, 2 Kinder	mazedonisch	46
8	Radio	englisch	Redakteurin	16 Jahren	verheiratet, 2 Kinder	deutsch	44
9	Radio	arabisch	Redakteurin	10 Jahren	verheiratet, 3 Kinder	syrisch	51
11	Radio	russisch	Redaktionsleiterin	26 Jahren	verheiratet, 2 Kinder	deutsch	55
12	Radio	französisch	Redakteurin	17 Jahren	verheiratet	französisch	44
14	Radio	chinesisch	Redaktionsleiter	18 Jahren	verheiratet, 2 Kinder	deutsch	48
1	TV	deutsch	Redaktionsleiter	29 Jahren	verheiratet, 1 Kind	deutsch	55
7	Online	chinesisch	Redaktionsleiterin	10 Jahren	verheiratet, 1 Kind	chinesisch	42
10	Online	englisch	Redaktionsleiterin	5 Jahren	verheiratet, 1 Kind	amerikanisch	34
13	Online	deutsch/russisch	Redaktionsleiter	6 Jahren	verheiratet, 1 Kind	deutsch	35

*Tabelle 1: Übersicht über die befragten DW-Journalisten*



14 Interviews mit DW-Redakteuren konnten durchgeführt werden: sieben Redakteure aus den Fremdsprachenprogrammen des DW-Radios (afrikanische, arabische, bosnische, chinesische, französische, russische und serbische Redaktion), ein Redakteur aus dem deutschen Programm, zwei Redakteure aus dem englischen, ein Redakteur aus der deutschen Redaktion von DW-TV sowie drei aus den Online-Redaktionen (englisch, deutsch, russisch, chinesisch). Das Anschreiben der chinesischen Radio-Redaktion erfolgte auf Hinweis der Redakteurin aus der chinesischen Online-Redaktion, die früher in der Radio-Redaktion gearbeitet hat und glaubte, dass angesichts des Forschungsinteresses auch diese Redaktion vom Interesse wäre. Durch die drei Onlineredakteure konnten vier Sprachredaktionen gedeckt werden, da einer der Redakteure sowohl für die deutsche als auch für die russische Redaktion zuständig war.

Durch die resultierte Auswahlquote glaubt die Autorin dieser Arbeit, die Kriterien der theoretischen Sättigung mit kleinen Einschränkungen, die bereits diskutiert wurden, erfüllt zu haben.

## 2.2 Leitfadenkonstruktion

Um zu gewährleisten, dass alle relevanten Aspekte des journalistischen Selbstverständnisses der DW-Redakteure in den Interviews angesprochen werden und die Vergleichbarkeit der Ergebnisse bei der Auswertung zu erhöhen, wurde ein Gesprächleitfaden entwickelt. Er verlieh dem Interview eine gewisse Struktur und diente als Gedächtnisstütze für den Interviewer. Ziel war es, die im entwickelten Modell genannten potenziellen Einflussfaktoren in konkrete Fragen umzuformulieren. Der Leitfaden wurde in vier Themenkomplexe (*berufliche Sozialisation, Arbeitsbedingungen, Selbstverständnis und Arbeitsziel, Persönliches/Privates*) gegliedert. Diese Einteilung sollte aber nicht strikt angehalten werden, denn dies würde dem Prinzip der Offenheit dieser Methode widersprechen. Sprach der Befragte bestimmte Themen früher als geplant an, wurde an dessen Aussagen angeknüpft und Themen vorgezogen. Alle Fragen wurden möglichst offen gestellt, damit sich die Journalisten frei fühlen konnten, ihre persönliche Sicht, ihr individuelles Selbstverständnis einzubringen. Sollten sich im Interview neue Themen oder Aspekte ergeben haben, die für den Gegenstand dieser Arbeit wichtig waren, jedoch im Leitfaden nicht vorgesehen waren, wurde mit so genannten „Ad-hoc-Fragen“ spontan darauf reagiert (Mayring 2002: 70). Der Leitfaden enthielt Schlüsselfragen, die in jedem Fall gestellt und möglichst allgemein formuliert wurden, damit der Befragte gleich mehrere Aspekte aufgreifen konnte. Wenn dies nicht der Fall war, konnten anhand von Eventuellfragen weitere Aspekte thematisiert und inhaltliche Lücken geschlossen werden. Eine ähnliche Frageformulierung zielte darauf ab, die Vergleichbarkeit der Antworten bei der Auswertung zu ermöglichen. Während der ersten Interviews wurde festgestellt, dass einige Fragen modifiziert werden sollten, um einen möglichst hohen Erkenntnisgewinn zu erzielen. Darüber hinaus erhielt die Interviewerin Hinweise für die Formulierung einiger Fragen von den Interviewpartnern, die sich als erfahrene Journalisten sehr gut im Bereich Frageformulierung auskennen. Haben sie sich für die Ziele dieser Arbeit als relevant erwiesen, wurden die Vorschläge übernommen. Deshalb wurde das Instrument nach den ersten

Interviews weiter verändert. Bis zum Ende der Erhebungsphase blieb der Leitfaden für Verbesserungen weiterhin offen. Somit basiert der Leitfaden auf einer Mischung aus Induktion und Deduktion. Besonders bei sensiblen Themen wurden die Fragen indirekt und mit Hilfe der Projektivtechnik formuliert, bei der Gegenargumente mit in die Frage aufgenommen werden (Scholl 2003: 153-147). In diesem Fall wurde der Befragte nicht direkt nach Verhaltensweisen und Einstellungen gefragt. Die möglicherweise problematische Situation wurde auf einen Kollegen oder andere Journalisten übertragen und der Interviewpartner wurde gebeten, die Situation aus eigener Perspektive zu bewerten. Dadurch wurde vermieden, dass die Antworten auf heikle Fragen verweigert wurden.

Bei der Entwicklung des Modells wurde an mehreren Stellen gezeigt, wie die einzelnen Faktoren als Fragen formuliert werden können. An dieser Stelle wird deshalb darauf verzichtet, jede einzelne Frage zu erläutern<sup>26</sup>. Um den Interviewablauf zu verdeutlichen, werden nun die einzelnen Themenblöcke lediglich kurz vorgestellt.

Zum Anfang des Gesprächs wurde eine so genannte Eisbrecherfrage gewählt, die zum Ziel hat, den Einsteig in die Interviewsituation zu erleichtern und aufzulockern. Gleich auf Fragen nach persönlichen Einstellungen einzugehen, hätte eher hemmende Wirkung beim Gesprächspartner ausgelöst. Deshalb wurde mit der Frage nach beruflichem Werdegang angefangen, bei der der Befragte einfache, im Gedächtnis leicht aufrufbare Informationen wiedergeben sollte. Diese Frage bietet die Möglichkeit, die Befragten auf die Interviewsituation einzustimmen. Zusätzlich können die Antworten bei der Auswertung gut verarbeitet werden, da sie Aufschluss über die Ausbildungswege der Befragten geben (Scholl 2003: 68). Mit den folgenden Fragen aus dem Themenblock *Berufliche Sozialisation* wurde immer mehr in die Materie eingestiegen. Der zweite Themenkomplex *Arbeitsbedingungen* widmete sich Fragen zu Arbeitsbedingungen des journalistischen Alltags in der DW. Im Vordergrund standen hier Aspekte wie Tätigkeiten, Arbeitszufriedenheit, innere Medienfreiheit und Vorgaben sowie Fragen nach den Besonderheiten und Anforderungen eines internationalen Arbeitsumfelds. Eher schwierige Fragen nach journalistischen Zielen und Ethik wurden etwa nach der Hälfte der Interviews im Themenkomplex *Selbstverständnis und Arbeitsziele* gestellt, wo ein Teil der Operationalisierungsfaktoren des Selbstverständnisses von dem Modell in Fragen umformuliert wurden. Einige von ihnen wurden bereits in den vorigen Themenblöcken angesprochen, weil sie dort thematisch besser passen. Gegen Ende des Interviews sollte ein kurzer Einblick in *Privates/Persönliches* das Gespräch abrunden, wo der Befragte nach eigenem Lebensmotto, Prioritäten im Leben und politische Meinung gefragt wurde. Die Platzierung dieser Fragen findet ihre Begründung in der Überlegung, dass Voraussetzung für ihre Beantwortung ein gewisses Vertrauensverhältnis ist, das im Gesprächsverlauf aufgebaut werden sollte. Wie mehrmals angedeutet, hat diese Untersuchung einen explorativen Charakter. Deswegen konnten nicht alle

---

<sup>26</sup> Eine komplette Version des Leitfadens ist im Anhangsband beigelegt.

Aspekte des journalistischen Selbstverständnisses der DW-Redakteure berücksichtigt werden, weil sie vorab der Forscherin nicht bekannt waren. Die gestellten Fragen konnten darum nicht sicherstellen, dass alle relevanten Aspekte im Interview thematisiert wurden. Abschließend wurden die DW-Journalisten deshalb darum gebeten, für ihre Arbeit weitere relevante Aspekte zu nennen, falls diese im Laufe des Gesprächs übersehen worden wären.

#### **2.3 Durchführung der Befragung**

Die in der Auswahlquote aufgenommen DW-Redakteure wurden Ende September 2006 noch einmal per E-Mail kontaktiert, um die Interviewtermine genau festzulegen. Sie wurden gebeten, einen für sie passenden Termin in dem Zeitraum Anfang – Mitte November zu nennen. Anhand der Rückmeldungen wurde ein Terminplan angefertigt. Da sich einige Terminüberlappungen ergaben, mussten die betroffenen Redakteure zusätzlich kontaktiert und um Verschiebung gebeten werden. Abgesehen davon verlief die Terminvereinbarung unproblematisch. Schließlich fanden alle 14 Interviews zwischen 06. November und 20. November in Bonn statt, wobei an manchen Tagen zwei Interviews durchgeführt werden sollten.

Um sich auf die Interviews vorzubereiten, wurde der Leitfaden eine Woche vor dem Einreisen in Bonn einer Bekannten der Autorin geschickt, die als Redakteurin in der bulgarischen Radio-Redaktion der DW seit Jahren tätig ist. Dieses Korrekturlesen diente als Pretest. Dadurch konnte überprüft werden, inwieweit die Fragen verständlich formuliert worden waren. Nur bei einer Frage wurden infolgedessen Änderungen vorgenommen.

Wie bereits angedeutet, kann der Ort, wo das Interviewgespräch durchgeführt wird, Fehlerquelle sein. Insofern war es für die Wahl des Ortes entscheidend, dass er den Befragten bekannt und für ein Interviewgespräch ruhig genug war. Aus diesem Grund wurden die Redakteure in den meisten Fällen in den jeweiligen DW-Redaktionen aufgesucht. 10 von 14 Interviews wurden in den eigenen Büros der Befragten durchgeführt. 3 Interviews fanden in der Cafeteria des DW-Hauses statt, aber zu Zeiten, in denen es kaum andere Besucher gab. In einem Fall wurde das Interview in einem recht ruhigen Lokal in der Nähe des DW-Hauses auf Vorschlag des Befragten durchgeführt. Er meinte, nur außerhalb der Redaktion könnte er für eine Stunde Ruhe haben, um sich auf das Interview zu konzentrieren. Keines der Gespräche wurde durch Nebengeräusche beeinträchtigt. Sie verliefen problemlos. Unterbrechungen durch Telefonate oder Kollegen wurden notiert und sofern sie wichtig erschienen, bei der Auswertung berücksichtigt. Die Anwesenheit von Dritten konnte immer vermieden werden. Dadurch waren die Bedingungen für offene und unbefangene Antworten gegeben (Fuchs-Heinritz 2000: 240).

Vor dem Beginn jedes Interviews wurden noch mal kurz das Forschungsanliegen geschildert und den Befragten Anonymität zugesichert, deshalb werden im Ergebnisteil dieser Arbeit ihre Namen nicht erwähnt. An der Stelle soll angemerkt werden, dass die Befragten nicht so großen Wert auf die Anonymisierung der Aussagen legten. Deshalb erweist sich als legitim, in den folgenden Kapiteln die

redaktionelle Position des Befragten und die Redaktion, von der er kommt, an solchen Stellen zu erwähnen, wo dadurch die Verständlichkeit der Ergebnisse erhöht werden kann. Die Interviewdauer betrug im Durchschnitt 58 Minuten, das längste Gespräch dauerte 91 Minuten, das kürzeste 42 Minuten. Die Länge des Interviews sagt aber nichts über die Qualität des erhobenen Materials aus. Manche Redakteure konnten sich auf das Wesentliche konzentrieren und sich kurz fassen, andere bereicherten ihre Aussagen mit beeindruckenden Beispielen. Sowohl die einen als auch die anderen Gespräche waren angesichts des Forschungsvorhabens informativ genug. Die Interviews wurden mit einem digitalen Rekorder aufgenommen. Die Journalisten hatten in keiner Weise etwas gegen einen Mitschnitt der Gespräche. Nachdem der Befragte über das Gerät aufgeklärt wurde, begann die Tonaufnahme.

Am Ende jedes Interviews wurde dem Befragten zusätzlich ein kurzer standardisierter Fragebogen<sup>27</sup> vorgelegt, mit dem wichtige soziodemographische Merkmale erhoben wurden, die in dem entwickelten Modell als mögliche Einflussfaktoren erwähnt werden. Dazu zählen Jahrgang, Bildungsstand, Familienstand, Dauer der beruflichen Tätigkeit bei der DW, sowie Einkommen. Da diese Aspekte in Gesprächen oft nicht gerne thematisiert werden, sicherte dieses methodische Hilfsmittel, dass diese Information festgehalten wurde, auch wenn sie im Interview selbst nicht ermittelt werden konnte. Der Fragebogen erwies sich in manchen Fällen als sehr kommunikatives Element, denn während die Journalisten ihn ausfüllten, ergaben sich interessante Gespräche, die weitere relevante Aspekte lieferten.

In Anlehnung an Lamnek (1995: 98) wurde nach jedem Interview ein Gedächtnisprotokoll erstellt, in dem Informationen zu Interviewort, Gesprächsatmosphäre und persönlichen Eindrücken festgehalten wurden. In einem Fall konnten zusätzliche Informationen während eines anschließenden Mittagessens ermittelt werden, zumal die Interviewerin von der Befragten freundlicherweise eingeladen wurde.

#### **2.4 Auswertung**

Eine der größten Schwierigkeiten der verwendeten Methode verbirgt sich in der Auswertung der erhobenen Daten, weil sie ausschließlich auf subjektiver Deutung und Interpretation basiert. Das Problem liegt darin, dass die Analyse von der persönlichen Interpretationskompetenz des Forschers und seinen eigenen Eindrücken vom Interview erheblich beeinflusst wird (Lamnek 2005: 354). Die Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse kann folglich beeinträchtigt werden, wenn die einzelnen Schritte des Auswertungsprozesses nicht offen gelegt werden (Lamnek 2005: 407). Deshalb wird nachfolgend die bei der Auswertung angewandte Vorgehensweise im Detail beschrieben.

Die Fachliteratur über qualitative Sozialforschung ist sich nicht darüber einig, wie qualitative Leitfadeninterviews ausgewertet werden sollen und gibt eine Reihe von Verfahren vor und keine verbindliche Regeln dafür. Für die Auswertung des erhobenen Materials wurden deshalb verschiedene

---

<sup>27</sup> Der schriftliche Fragebogen ist in dem Anhangsband beigelegt.

Auswertungstechniken, die als geeignet gesehen wurden, miteinander kombiniert und in einer eigenen Vorgehensweise zusammengefasst. In einem ersten Schritt wurden die aufgezeichneten Daten meist noch am selben Tag oder am Folgetag transkribiert. Die Gespräche wurden in normales Schriftdeutsch übertragen, wobei Veränderungen in Satzbau und Ausdrucksweise möglichst vermieden und nur dann vorgenommen wurden, wenn die Lesbarkeit ohne diese Korrektur zu sehr beeinträchtigt gewesen wäre (Mayring 2002: 90 ff.). Zusätzliche Informationen wie Unterbrechungen, Störungen und metakommunikative Elemente wie Lachen, Pausen oder Betonungen wurden ebenfalls mit in das Transkript in Klammern aufgenommen (Lamnek 2005: 367). Am Anfang jedes Transkripts<sup>28</sup> wurden die soziodemographischen Daten aus dem Fragebogen als Zusatzinformation aufgeführt. Die Transkription wird als erster Teil des Auswertungsprozesses verstanden, weil angenommen wird, dass bewusst oder unbewusst Interpretationen bereits bei der Anfertigung der Abschriften mit einfließen.

Auf diese Weise wurde eine umfangreiche und unübersichtliche Textmenge (103 Seiten) produziert, die in einem zweiten Schritt auf die wesentlichen Aspekte durch eine systematische Herangehensweise reduziert werden sollte. Da das Ziel ist, die manifesten und latenten Inhalte des Materials in ihrem sozialen Kontext und Bedeutungsfeld zu interpretieren, bietet sich als geeignete Methode eine qualitative Inhaltsanalyse an (Bortz & Döring 2003: 329). In Anlehnung an Lamnek (2005: 404) wurde zunächst eine Einzelanalyse durchgeführt. Dazu wurden die einzelnen Abschriften wiederholt gelesen und relevante Aussagen, die mit einem Einflussfaktor in Verbindung gebracht werden konnten, farblich markiert. Die entsprechenden Faktoren wurden am Rande des Absatzes in durchnummerierten Notizen festgehalten. Beim Lesen wurde auch auf besonders aussagekräftige Zitate geachtet, diese wurden gekennzeichnet. In einem nächsten Schritt wurde für jedes Interview ein Auswertungsbogen angelegt, wo die im ersten Schritt markierten Aussagen mit den entsprechenden Notiznummern einem Categoriesystem zugeordnet wurden. Die Nummern erleichterten beim Bedarf das Finden der gewünschten Stelle im Originaltext. Das Categoriesystem basiert auf den Vorüberlegungen aus dem theoretischen Teil dieser Arbeit, die in dem entwickelten Modell zusammengefasst wurden. Jeder Faktor, der im Modell aufgeführt ist, bildete eine eigene Kategorie. Die Aussagen wurden kommentierend und erklärend paraphrasiert und in eigenen Worten zusammengefasst, so dass an dieser Stelle bereits Interpretationen und Deutungen vorgenommen werden konnten. Bei der Umformulierung wurde darauf geachtet, dass wichtige Kontextinformationen nicht verloren gingen. Zitierfähige Aussagen wurden wortwörtlich übernommen. Diese Vorgehensweise bezeichnet Mayring als „strukturierende Inhaltsanalyse“ (2002: 115). Dadurch sollte das vorhandene Datenmaterial in einem auf ein bis zwei Seiten reduzierten Kurzporträt<sup>29</sup> zusammengefasst werden. So entstanden 14 Kurzporträts von DW-Redakteuren, die einen guten Überblick über die untersuchte Gruppe verschafften und für die Typologisierung als Grundlage dienten. In einem letzten Schritt, in der „generalisierenden Inhaltsanalyse“ (Lamnek 2005: 404)

---

<sup>28</sup> Alle Interviewabschriften sind im Anhangsband zu finden.

<sup>29</sup> Beispiel für so ein Kurzporträt ist im Anhangsband zu finden.

wurden die zusammengefassten Aussagen der Befragten auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede untersucht, was letztendlich zur Bildung verschiedener Selbstverständnistypen führen sollte.

Bei der Auswertung wurde auf eine rein deskriptive Darstellung der Arbeitsmotive, -ziele und -bedingungen verzichtet, weil dadurch kaum plausible Antworten auf die Forschungsfragen ermittelt werden könnten. Es erwies sich eher als angebracht, die Aussagen auf Relationen mit den Einflussfaktoren zu überprüfen und aus diesen Beziehungen weitere Erklärungen abzuleiten. Der nachfolgende Ergebnisteil gliedert sich deshalb in drei Kapiteln. Im ersten Kapitel wird der Versuch unternommen, ein Porträt der Untersuchungsgruppe aufzuzeichnen. Wissenswertes über DW-Redakteure, Besonderheiten und Kennzeichen ihrer Arbeit und Alltagsstruktur rücken in den Mittelpunkt der Darstellung. Dieses Gesamtporträt hat einen eher deskriptiven Charakter, wenn aber erforderlich, werden Erläuterungen vorgenommen. Im zweiten Kapitel soll die Typenbildung erfolgen. Die Typologie soll eine vereinfachte Übersicht über die vielfältigen Ausprägungen des Selbstverständnisses der DW-Redakteure bieten und es ermöglichen, Erklärungen für die verschiedenen Selbstverständnisse zu finden. Dafür soll zunächst Kriterien gefunden werden, anhand deren sich die Befragten möglichst differenzieren lassen. Der Auswertungsbogen jedes Interviews wird nach Aussagen zu gewählten Kriterien untersucht. Die DW-Redakteure werden den entsprechenden Ausprägungen dieser Kriterien zugeordnet. Wie das konkret in der Praxis erfolgte, wird im folgenden Ergebnisteil näher erläutert. Ein Selbstverständnistypus umfasst dabei jeweils diejenigen DW-Redakteure, die gleiche oder sehr ähnliche Ausprägungen aufweisen und sich im Vergleich zu anderen Journalisten in gewissen Merkmalsausprägungen unterscheiden. Zu diesen Unterschieden sollen Gründe und Einflussfaktoren herausgestellt werden, die die Bildung eines Selbstverständnistypus maßgeblich bestimmten. Das dritte Kapitel hat deshalb als Ziel, die Besonderheiten und die Unterschiede zwischen den einzelnen Typen zu erklären, indem kausale Beziehungen zwischen ihnen und den entsprechenden Einflussfaktoren gefunden werden. Diese Analyse erfolgt anhand des bereits im Theorieteil, Abschnitt **2.3.2** vorgestellten Modells.



## IV. Ergebnisse

In diesem Teil der Arbeit werden die Ergebnisse und die Befunde der Studie in den Mittelpunkt gestellt. Wer die DW-Redakteure sind, was sie tagtäglich machen, welche Typen von journalistischem Selbstverständnis sie aufweisen, welche Einflussfaktoren ihr Aufgabenverständnis und ihre Arbeitsziele maßgeblich bestimmen und welche sie nur marginal erklären, das alles soll in den folgenden drei Kapiteln geklärt werden. Alle Ergebnisse beruhen auf den im Rahmen dieser Studie durchgeführten Interviews. Um die Befunde zu veranschaulichen und prägnanter darzustellen, werden in den folgenden Ausführungen immer wieder „Ankerbeispiele“ (Mayring 2002, S. 118) in Form von Zitaten eingebaut. In Klammern hinter den entsprechenden Zitaten wird darauf verwiesen, in welchem Interview und auf welcher Seite die Textstelle zu finden ist.<sup>30</sup> Für die Erklärung der Ergebnisse werden sowohl Überlegungen aus dem Theorieteil und Faktoren des entwickelten Modells als auch eigene Interpretationen, die der Verfasserin dieser Arbeit im Laufe des Auswertungsprozesses als sinnvoll erschienen sind, herangezogen.

### 1. Der DW-Journalist – ein Porträt

„Die Deutsche Welle, war das eine Zeitschrift?“, „Diesen Name habe ich schon einmal gehört, aber was genau ist das, kann ich jetzt spontan nicht sagen“, „Die Deutsche Welle kenne ich nicht“ - solche Antworten bekommt man, wenn man nach der DW in Deutschland fragt. So unbekannt der Name des Auslandssenders sein mag, es ist noch weniger über seine Macher und ihre Arbeit bekannt. Über DW-Redakteure ist bisher nicht geforscht, man weiß kaum Genaues. Geschätzt und namhaft im Ausland, von der deutschen Öffentlichkeit und Forschung aber völlig vergessen – so lässt sich das Schicksal der DW-Macher beschreiben. Folgendes Porträt soll deshalb die Macher der „Visitenkarte Deutschlands“ endlich mal ins Rampenlicht stellen.

#### 1.1 Allgemeines, berufliche Sozialisation und Berufsmotivation der Befragten

An dieser Stelle soll noch einmal die Struktur der befragten Gruppe beschrieben werden, die als Basis dieser Studie dient. Unter den Befragten sind fünf Männer und neun Frauen im Alter zwischen 33-55 Jahren, die Hälfte davon ist deutscher Herkunft, die andere Hälfte mit ausländischer Staatsangehörigkeit. Sie arbeiten in unterschiedlichen Hierarchieebenen (fünf sind Redakteure und neun sind Journalisten in leitenden Positionen) in DW-Radioredaktionen (in der deutschen, englischen, serbischen, bosnischen, russischen, französischen, arabischen, afrikanischen, chinesischen), in der deutschen DW-Fernsehredaktion und in DW-Onlineredaktionen (in der deutschen, englischen, russischen, chinesischen).

---

<sup>30</sup> Der Zitatnachweis (13/5) bedeutet, dass die jeweilige Textstelle im Interview 13 auf Seite 5 wieder zu finden ist.

Was hat diese Redakteure dazu gebracht, den Weg des Journalismus einzuschlagen. Betrachtet man die untersuchte Gruppe, so können einige Motivationsmuster erkannt werden. Ein großer Teil war schon immer, seit Kindheit und Schülerzeiten für den Beruf, für „Beschreiben von Vorgängen, von Personen, von Ereignissen“ (11/2) begeistert. Journalist zu werden war für sie „immer ein Traum“ (7/1; 3/1; 4/1). „[...] es war nur die Frage, wie komme ich dahin“ (3/2), kommentierte eine Redakteurin. Andere gaben an, sich für bestimmte Themen zu interessieren, und im Journalismus gute Möglichkeit für das Pflegen dieses Interesses gesehen zu haben. Kein kleiner Teil ist „per Zufall“ (9/1) zum Journalismus gekommen, wie die „Jungfrau zum Kind“ (14/1). Zum Teil haben diese Befragten keine bestimmte oder eine andere berufliche Laufbahn angestrebt oder waren in einem ganz anderen Feld tätig und sind später zum Journalismus gewechselt. Dieser Befund widerspricht mehr oder weniger der Feststellung von Weischenberg, Malik und Scholl (2006a, S. 353), dass es immer weniger Quereinsteiger im Journalismus gibt.

Was den eigentlichen Weg der Befragten in den Journalismus anbelangt, sticht ins Auge, dass alle Interviewpartner einen Hochschulabschluss haben, was mit den Ergebnissen der aktuellen Studie zum Journalismus in Deutschland übereinstimmt, dass der Journalismus immer mehr zum Beruf von Akademikern wird (Weischenberg, Malik & Scholl 2006a, S. 353). Als interessant erweist sich die Tatsache, dass die befragten DW-Redakteure zum größten Teil ein Fachstudium absolviert und nicht gezielt Journalistik oder Publizistik studiert haben. Geschichte, Politikwissenschaften, Sprachwissenschaften (Spanisch, Slawistik, Germanistik, Linguistik, Anglistik, Sinologie) sowie Fächer wie Islamkunde oder Philosophie sind die Studiengänge, die immer wieder in den Lebensläufen der DW-Journalisten vorkommen. Nur zwei Interviewpartner (4, 12) haben Journalistik bzw. Kommunikationswissenschaft studiert. Diese Tatsache ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass die Mehrheit der Befragten von Studiengängen wie Publizistik, Journalistik oder Kommunikationswissenschaft wenig halten. Die meisten nennen das Fachstudium als wichtige Voraussetzung für den Beruf. Um „ihren Job wirklich gut zu machen“ (5/2), brauchen die DW-Journalisten vor allem fundiertes Fachwissen, was hauptsächlich von den Themen, mit denen sie sich auseinandersetzen, verlangt sei. Diese universitäre Ausbildung sollte aber mit praktischen journalistischen Erfahrungen durch zahlreiche Praktika und Volontariate kombiniert sein, denn, ob man ein guter Journalist wird oder nicht, entscheide sich „an keiner Uni in der Welt, sondern in der Praxis“ (2/1). Alle Journalisten sind jedoch der Meinung, es gebe keinen Königsweg zum Journalismus. Alles sei „mit Glück verbunden, mit Zufall, zu richtiger Zeit, am richtigen Ort die richtigen Menschen zu treffen, dann Chancen zu bekommen, Chancen zu nutzen“ (3/1). Für die befragten Journalisten gibt es „viele Wege, die zum Rom Journalismus führen“ (1/1). Dass Menschen mit unterschiedlichen Erfahrungen, mit unterschiedlichem Wissensstand, mit einem unterschiedlichen Lebensweg in den Beruf kommen können, sehen die meisten Interviewpartner äußerst positiv. Somit sei der Journalismus viel lebendiger, spannender und vielfältiger und keine Gefahr bestehe, dass „stromlinienförmige“ (14/2) Menschen als Journalisten tätig sind.

Im Hinblick auf diese Auffassung ist es nicht verwunderlich, dass ein typischer Berufsweg zum DW-Haus in Bonn nicht festgestellt werden konnte. Viele Journalisten waren schon zu Schüler- oder Studienzeiten als freie Mitarbeiter bei Uni-Zeitungen, bei Lokalzeitung oder bei lokalen Rundfunksendern in ihrem Wohn- oder Studienort tätig. Andere haben hingegen „den klassischen Weg“ (4/1) gemacht: Praktikum während des Studiums und/oder Volontariat bei der DW. Einige haben zunächst als Freie für die DW gearbeitet und im Anschluss daran das Volontariat absolviert. Manche haben ihr Redakteurvolontariat bei anderen Rundfunksendern, Zeitungen oder Verlagen gemacht, anschließend als Freie für andere Medien gearbeitet und sind später bei der DW eingestiegen. Unter den Befragten gibt es auch viele, die als Quereinsteiger zum DW-Haus gekommen sind. Kennzeichnend für die berufliche Vergangenheit eines überwiegenden Teils der Befragten sind zahlreiche Auslandserfahrungen. Die Interviewpartner ausländischer Herkunft haben zum großen Teil in ihrer Heimat studiert, aber auch in Deutschland oder zumindest in der Bundesrepublik Praktika oder Volontariate absolviert. Die Journalisten mit deutscher Staatsangehörigkeit waren oftmals für längere Zeiträume im Ausland für einen Teil ihres Studiums oder beim Einsatz als freie Journalisten. Offenbar erweisen sich Auslandsaufenthalte hinsichtlich beruflicher Qualifikation für die DW-Redakteure als äußerst wichtig, denn einige von den Befragten nennen dies als Hauptgrund, warum sie überhaupt in die DW genommen worden sind. „Viele Reisen schon während des Studiums, nach Afghanistan, Angola, in den Kongo. Das hat ihnen gut gefallen“ (3/2), erzählt eine Journalistin von der deutschen Radioredaktion über die Entscheidung ihrer damaligen Chefs, sie anzustellen. Ferner wünschen sich jene, die nicht so oft im Ausland waren, rückblickend mehr solche Erfahrungen. Ansonsten sind die meisten DW-Journalisten mit ihrem Werdegang sehr zufrieden und würden wenig oder gar nichts daran ändern.

Auslandsaufenthalte zählen auch zu den Erfahrungen, welche die Interviewpartner und ihr Aufgabenverständnis im Laufe ihrer journalistischen Karriere maßgeblich geprägt haben. So berichtet der Redaktionsleiter des chinesischen Radioprogramms über seine dreijährige Tätigkeit beim chinesischen Auslandssender in Peking im Rahmen eines Austauschprogramms. „Das war insofern prägend, weil ich tiefe Eindrücke bekommen hab in die Arbeitsweise einer chinesischen Medienorganisation, überhaupt wie Leben in China funktioniert, wie der Alltag organisiert ist [...] in die Denkweise und darin was die chinesischen Journalisten mitbringen“ (14/1). Diese Äußerung bestätigt die Annahmen, die bei der Entwicklung des eigenen Modells gemacht wurden (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.3.2). Die Auslandsaufenthalte werden deshalb so sehr geschätzt, weil sie genauere Einblicke in das Leben des Sendegebiets erlauben, was offenbar für die journalistische Arbeit der DW-Redakteure erforderlich ist. Als weitere prägende Erfahrungen werden des Öfteren „journalistisch aufregendste und historisch bedeutendste“ (1/1) Momente wie die Deutsche Wiedervereinigung und der Zusammenbruch des Kommunismus, der Krieg in Afghanistan, der Golfkrieg, der 11. September, „vor allem weil das Ereignis dem Internetjournalismus einen wahnsinnigen Schub gegeben hat“ (13/1), betont der stellvertretende Chefredakteur der DW-

Onlineredaktion. Die Aufenthalte vor Ort, der Kontakt mit den Menschen „in diesen historischen Umbrüchen“ (6/1) waren für sie so stark prägend, dass man „A sofort ein anderes Weltbild [...] und B eine andere journalistische Zielsetzung“ (3/1) danach hatte. So berichtet eine Redakteurin darüber, die während des Bürgerkriegs in Afghanistan als Reporterin vor Ort war. Das ist der Grund, warum sie sich gegenwärtig in ihrem journalistischen Alltag überwiegend mit Themen über Menschen in Krisengebieten beschäftigt. Der unmittelbare Kontakt mit den Menschen taucht häufig als prägendes Erlebnis im beruflichen Werdegang der DW-Journalisten auf. Diese persönlichen Begegnungen bringen sie immer wieder in die Realität zurück und zeigen ihnen, dass das wirkliche Leben ganz anders ist, „als man in seiner schwarz-weißen Schiene denkt“ (1/1). Hauptsächlich darin sehen sie die prägende Wirkung des persönlichen Kontakts mit den Menschen. Viele fühlen sich ferner vor allem durch ihre Tätigkeit in der DW und die Zusammenarbeit mit ihren Kollegen geprägt. Einige erwähnen einen „Mentor“ (6/2), der sie auf ihrem Weg unterstützt hat. Das kann ein ehemaliger Chef oder Kollege gewesen sein oder ein Journalist, dessen journalistische Tätigkeit als Inspiration für die eigene Arbeit in Anspruch genommen wurde. „Jetzt mache ich in einer meiner Sendungen so was Ähnliches.“ (12/2), erzählt eine Redakteurin von ihrem journalistischen Vorbild.

Kennzeichnend für die untersuchte Gruppe ist die relativ große Treue zu dem Auslandsrundfunk. Einmal in das DW-Haus hineingegangen, bleiben die Journalisten dort. Ein großer Teil der älteren Journalisten unter den Befragten ist schon mehr als 15 Jahre bei der DW tätig, die jüngeren Interviewpartner zwischen 33-40 Jahren, haben meist knapp zehnjährige Tätigkeit im Auslandsrundfunk. Interessant ist auch die Tatsache, dass eine hohe berufliche Mobilität innerhalb des Senders besteht. Die meisten von den Redakteuren haben im Laufe ihres Karriereweges viele verschiedene Stationen durchlaufen, angefangen vom Nachrichtenredakteur und Moderator über Korrespondent bis hin zu leitenden Positionen wie Chef vom Dienst, stellvertretende Redaktionsleiter, Redaktionsleiter etc. Dabei haben sie zwischen verschiedenen Medienarten und zwischen verschiedenen Sprachredaktionen gewechselt, je nachdem welcher Fremdsprache sie mächtig sind.

Die ausgesprochene Treue zum Auslandssender ist kein überraschender Befund, wenn man berücksichtigt, wie sehr sich die Interviewpartner vom Auslandsrundfunk angezogen fühlen. Für die Mehrheit ist die DW „eine tolle Wirkungsstätte“ (5/2). Als entscheidenden Aspekt führen sie das „höchste Privileg mit 70 Nationen unter einem Dach zu arbeiten“ (3/2), an. Äußerst reizvoll finden sie dabei den „ungeheuren Fundus an Kompetenzen“ (6/2), denn unter ihren Kollegen können sie immer den passenden Ansprechpartner, z. B. die „Experten für Afghanistan oder Pakistan“ (6/2) finden. Somit lässt sich feststellen, dass die vorteilhaften Aspekte der Internationalität des Auslandssenders, die im theoretischen Teil, Abschnitt 1.5.2 diskutiert wurden, als solche auch von den Befragten wahrgenommen werden. Viele Journalisten sind vor allem von dem Konzept beeindruckt, welches die DW als Auslandsrundfunk verkörpert - „einen Beitrag zum Dialog der Kulturen“ (3/1) zu leisten, „freiheitliche Werte durch die Welt“ (5/2) zu transportieren, sich für die Meinungsfreiheit einzusetzen. Das sind vor allem Ideale, an welche die Journalisten selbst glauben und deshalb fühlen sie sich

motiviert, „ein Teil davon zu sein“ (10/2). Alle ausländischen Mitarbeiter äußern sich darüber hinaus fasziniert über die einmalige Möglichkeit, hauptsächlich in seiner Muttersprache zu arbeiten. Ausschließlich „in der Muttersprache kann man richtig frei denken, und diese Gedanken vernünftig in eine gute Struktur bringen“ (7/2), bemerkt eine Redakteurin chinesischer Herkunft. Auf Deutsch können sie zwar auch sehr gut schreiben, dennoch sei für sie immer eine Grenze da. Andere fühlen sich gut in der DW aufgehoben, weil dadurch ihre speziellen Kenntnisse und ihr Fachwissen zum Tragen kommen. „[...] von daher ist für mich die DW ein sehr guter Arbeitgeber, ich weiß nicht, ob ein anderer Sender für mich in dem Maße interessiert wäre“ (14/2), betont ein Redaktionsleiter, der Chinesisch studiert und chinesische Kultur als Fachgebiet hat.

Nicht nur der Sender mit seiner Vielfalt, sondern auch der journalistische Beruf im Allgemeinen wirkt anziehend für alle Befragten. Wie bereits mehrmals in der Journalismusforschung (Haller 2004, S. 92; Schneider, Schönbach & Stürzebecher 1993) attestiert wurde, schätzen auch die befragten DW-Journalisten in erster Linie die thematische Vielfalt und den Abwechslungsreichtum am journalistischen Beruf. Als DW-Journalist kann „man eigentlich fast jeden Tag was Neues erleben“ (1/2). Die berufsbedingte Nähe und der Kontakt zu Menschen, „auch mit Journalisten aus anderen Medien und sogar aus anderen Ländern“ (11/2) wurden des Öfteren als gewichtiger Anziehungspunkt genannt. Neugierde, Interesse an der Welt und am Schreiben verwandeln den Beruf der DW-Redakteure in einen Traumjob. Von enormer Wichtigkeit für viele ist es, dass der Journalismus „ein Gefühl von Freiheit viel mehr als andere Berufe“ (11/2) gibt, dass man vieles relativ unabhgänglich zustande bringen kann. Einige reizt insbesondere die Chance, kreativ und originell zu sein und für viele ist der Journalismus „Leidenschaft, Neugier, Menschen kennen lernen, von Menschen berichten, Geschichten erzählen“ (3/1). Das alles macht für sie diesen Beruf so begehrenswert. Einige sehen im Journalismus gerade die Möglichkeit, sich zu entwickeln, ihren Erfahrungshorizont unglaublich zu erweitern, als besonders anziehend an. Für diese ist der Journalismus „Vulkan“ (9/2) von Informationen. Andere bezeichnen das Recht, immer nachfragen und den Leuten auf die Finger gucken zu dürfen als äußerst reizvoll in ihrem Beruf. „James Bond hat die Lizenz zum Töten, wir haben die Lizenz zum Fragen“ (14/2), betont ein Redaktionsleiter. Den „Drang nach Kommunikation“ (12/2), den Wunsch sich zu artikulieren und einzubringen, Meinungen gestalten zu dürfen, betrachten viele Interviewpartner als entscheidende Anziehungspunkte des Journalismus. Als besonders faszinierend wird die Möglichkeit hervorgehoben, dass man „was bewegen, die Welt verbessern, was ändern“ (4/1) kann. Finanzielle Aspekte nennt keiner der Befragten in diesem Zusammenhang. „Wenn Geld das absolut Wichtigste für mich wäre, dann würde ich [...] nicht im Journalismus und erst recht nicht bei einer öffentlich-rechtlichen Anstalt arbeiten.“ (10/3), pointiert eine Redaktionsleiterin. „[...] das ist Job für Idealisten“ (2/3), ergänzt eine andere. Offenbar treiben ausschließlich ideelle Werte die DW-Redakteure in seiner Arbeit an. Führt man sich die bisherigen Erkenntnisse der Kommunikatorforschung über Berufsmotivation im Journalismus noch einmal vor Augen (vgl. im

Theorieteil Abschnitt 2.3.2), lässt sich feststellen, dass sich die DW-Redakteure diesbezüglich kaum von den anderen Journalisten in Deutschland unterscheiden.

### 1.2 Der redaktionelle Alltag im DW-Haus

Die folgenden Ausführungen veranschaulichen wie der redaktionelle Alltag im DW-Haus aufgebaut ist. Unter welchen Arbeitsbedingungen die DW-Redakteure ihre journalistische Arbeit verrichten und wie sie diese bewerten und wahrnehmen, wird im Folgenden dargestellt. Abschließend wird darauf eingegangen, wie sie ihre Aufgaben und Ziele in ihrem Alltag als Macher der „Visitenkarte Deutschlands“ definieren.

#### 1.2.1 Arbeitsbedingungen und journalistische Tätigkeiten in den DW-Redaktionen

„Die Tage sind sehr lang in der DW, es ist ziemlich dicht.“ (14/4). Die DW-Redakteure arbeiten nicht selten bis zu 12 Stunden am Tag, „das ist kein [...] nine to five Job“ (4/4). „Ich lache immer über diese Diskussion über 40-Stunden-Arbeitswoche.“ (12/4), äußert sich darüber eine Redakteurin. Die Beschreibungen der Arbeitsbelastung reichen von „durchaus extrem“ (3/3) bis „problematisch“ (4/4), der Alltag sei ferner „stressig“ (4/1), „man hat enormen Zeitdruck“ (7/3). Manchmal „[...] kennt der Tag kein Ende“ (3/3), dennoch gibt es in den DW-Redaktionen auch ruhige Tage, „aber das ist eher die Ausnahme“ (9/2). Die Extreme stellen die Onlineredaktionen dar. „Wenn Journalisten früh sterben, dann sterben Onlinejournalisten noch früher als alle anderen“ (13/4), äußert sich der Leiter einer Onlineredaktion zu Statistiken von Versicherungsunternehmen, nach denen die Lebenserwartung der Journalisten nicht sehr hoch sei. Die enorme Arbeitsbelastung sei durch die „Grenzenlosigkeit des Onlinejournalismus“ (13/4) vorgegeben, so die Onlineredakteure unter den Befragten. Sie haben keine Seitenbegrenzung, keine Deadlines, keine Sendezeit, „es ist viel schlimmer, wir haben dauernd Sendezeit“ (13/4). Bei Online könne man ständig arbeiten, 24 Stunden am Tag und jedes Thema noch intensiver aufbereiten. Für viele der Interviewpartner ist ihr Job darüber hinaus mit „gewisser, geistiger Anstrengung“ verbunden, „man kann ja nie abschalten“ (11/3). Viele der Interviewpartner zeichnen sich durch hohes berufliches Engagement aus, sie gehen erst dann heim, wenn die Arbeit zufriedenstellend erledigt ist. Was die finanzielle Entlohnung der DW-Redakteure angeht, sind sich die Befragten darüber nicht einig. Einige äußern sich mit Augenzwinkern dazu: „Oh, Geld hätte man gern immer mehr“ (3/3), und fühlen sich unterbezahlt für das, was sie leisten. Andere haben „mit dem Gehalt kein Problem“ (14/4) und wollen nicht klagen. An der Stelle soll aber erwähnt werden, dass es sich bei der zweiten Gruppe um Redakteure aus den höheren Hierarchieebenen handelt, die zu höheren Vergütungsstufen gehören. Ein dritter Teil macht sich wenig oder keine Gedanken über Geld und Gehalt und verweist darauf, dass es „eine Frage der Relativität ist“ (13/4). Trotz dieser Arbeitsbedingungen und Alltagshektik herrscht unter den befragten DW-Mitarbeitern sehr hohe Arbeitszufriedenheit – ein Sachverhalt, den auch bisherige Journalismusstudien (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.3.2) immer wieder bestätigt haben. Obwohl sie sich oftmals



ungenügend bezahlt fühlen, bezeichnen sie ihren Job als „eine tolle Sache“ (9/7) und lieben ihren Beruf. Sie bezeichnen die DW als ihr „journalistisches Zuhause“ (3/2) und fühlen sich dort gut aufgehoben. Das ist in erster Linie auf die Tatsache zurückzuführen, dass sie als Mitarbeiter eines öffentlich-rechtlichen Senders einen „bestimmten Luxus, was die Sicherheit betrifft“ (8/2) genießen können und keine Angst haben, ihren Job von heute auf morgen zu verlieren. Darüber hinaus fühlen sich alle Redakteurinnen mit Kindern „als Mütter [...] auch anerkannt“ (7/3). Sie schätzen sehr hoch die Tatsache, dass die DW ihnen erlaubt, den von ihnen geliebten Beruf mit ihrer Familie gut verbinden zu können. Deshalb würden die meisten der Interviewpartner ihren Arbeitsort nicht wechseln. Dieser Befund bestätigt die Überlegung aus dem theoretischen Teil (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.3.2), dass die Arbeitszufriedenheit der Journalisten differenziert analysiert werden soll. Die allgemeine Berufszufriedenheit der DW-Redakteure kann offenbar nicht von der materiellen und finanziellen Zufriedenheit abgeleitet werden. Sie ist vielmehr auf die eben genannten Aspekte zurückzuführen.

Die hohe Arbeitszufriedenheit ist mit Sicherheit auch auf das „sehr gute, sehr angenehme und kreative Klima“ (6/3) in der Mehrheit der Redaktionen zurückzuführen. „[...] das sind die tollsten Kollegen auf der ganzen Welt“ (3/3), solche Äußerungen kann man bei vielen der befragten Redakteure finden. Die Onlineredaktionen seien auch durch einen großen Teamgeist geprägt. „Ich glaube, deshalb ist das Arbeitsklima bei uns sehr gut, weil wir alle die Überzeugung haben, wir arbeiten für ein Medium der Zukunft. Deshalb entsteht auch ein sehr großes Team-/Wir-Gefühl.“ (13/4), erläutert der Leiter der russischen Onlineredaktion. Nur einzelne glauben, dass „die Stimmung unter den Mitarbeitern [...] nicht gut“ (5/3) sei und erklären diese Tatsache dadurch, dass sie aufgrund des Personalabbaus und der finanziellen Kürzungen im DW-Budget „[...] mehr machen müssen für weniger Geld“ (5/3). Das schafft angeblich eine angespannte Atmosphäre in den Redaktionen.

Ein großer Teil der Interviewpartner führt die kollegiale und sehr professionelle Arbeitsatmosphäre auf die kulturelle Heterogenität ihrer Redaktionen zurück. „Liegt sicherlich auch daran, dass wir so einen weiten Strauß von unterschiedlichen Mentalitäten haben [...] unterschiedliche Wahrnehmung, unterschiedliche Perspektiven. Das ist die Stärke dieser Abteilung.“ (6/3), pointiert die Redaktionsleiterin eines Fremdsprachenprogramms. Alle befragten DW-Redakteure empfinden es „als angenehm, in diesem internationalen Umfeld zu arbeiten.“ (9/3). Die Interkulturalität des Senders „[...] gehört zu den schönsten Dingen bei der Arbeit bei der DW“ (14/4) und für manche ist mittlerweile „komplett unvorstellbar“ (12/2), in einem rein deutschen Unternehmen zu arbeiten. Besonders schätzen sie die Ballung von Expertenwissen innerhalb der Redaktionen. „Wenn ich etwas wissen will über Tadschikistan, da sind Kollegen im Haus“ (3/2) äußert sich enthusiastisch eine Redakteurin. Die Interkulturalität als Besonderheit des Auslandsrundfunks sehen alle Interviewpartner als keine Hemmung oder Schwierigkeit, sondern als Herausforderung, die Mentalitätsunterschiede „in der täglichen Arbeit aufzufangen und trotzdem die Arbeit [...] zu leisten.“ (4/2).

Die hohe Berufszufriedenheit kann mit Sicherheit auch auf die relativ hohe Autonomie zurückgeführt werden, welche die untersuchte Gruppe in ihrem Arbeitsalltag genießt. „[...] es gibt keine Pflichtkommentare, keine Tabuthemen [...] also Zensur ist wirklich etwas, was der DW unbekannt ist“ (4/4), so der Tenor unter allen Interviewpartnern. Ihre journalistische Tätigkeit sehen sie von keiner Seite gefährdet. „[...] ich bin schon seit 23 Jahren bei der DW und ich hab das noch nie erlebt, [...] dass irgendjemand versucht hätte, meine Meinung, Kommentare oder sonst was zu beeinflussen“ (6/4), betont ausdrücklich eine Redaktionsleiterin. Bei ihrer Arbeit fühlen sie sich ausschließlich an journalistische und ethische Kriterien gebunden. Den vorgeschriebenen DW-Programmauftrag empfinden sie nur als Rahmenbedingung, innerhalb deren sie eine hohe journalistische Freiheit genießen (7/6). Keiner fühlt sich Einflussversuchen ausgesetzt oder gar instrumentalisiert. Dem Prinzip ihrer journalistischen Unabhängigkeit schreiben alle Befragten einen sehr hohen Stellenwert zu. Angesprochen auf Vorwürfe, dass die DW Öffentlichkeitsarbeit für die deutsche Regierung mache, pointieren sie ausdrücklich: „[...] diese Art von Propaganda oder das Weitergeben von gefilterten Informationen von der Regierung oder zugunsten der Regierung, das gibt es nicht“ (11/5) und verweisen auf ihren Auftrag, deutsche und europäischen Perspektiven zu transportieren, „das bedeutet viele unterschiedliche Meinungen“ (6/6), so eine Redakteurin in leitender Position. Offenbar wird das im theoretischen Teil angenommene Spannungsverhältnis journalistische Unabhängigkeit versus Diplomatie, wofür der DW-Programmauftrag, die Programmgrundsätze und Finanzierungsregelungen im DWG Voraussetzungen schaffen, von den befragten Redakteuren gar nicht wahrgenommen.

Der Alltag und die Arbeit in den DW-Redaktionen sind ferner durch das Image des Auslandssenders sowohl in der Bundesrepublik als auch in den Sendegebieten geprägt. Alle Interviewpartner sind sich einig, dass die DW in der deutschen Öffentlichkeit sehr unbekannt ist und führen es in erster Linie auf ihren Auftrag zurück, im Ausland zu senden. Diese Unbekanntheit ärgert die meisten Interviewpartner, „[...] weil wir schon gute Arbeit leisten, und die Republik kann ja darauf wirklich stolz sein, so einen Sender zu haben“ (12/4), bedauert eine Redakteurin. Der niedrige Bekanntheitsgrad wirkt sich insofern negativ auf ihre Arbeit aus, dass die Leistung der DW „bei den Verantwortlichen nicht immer gesehen wird“ (1/2). „Das bedeutet, wir haben keine große Lobby, [...] DW wird immer wieder in Frage gestellt, indem man uns Geld wegnimmt, weil man uns gewissermaßen da nicht für wichtig erachtet“ (5/4), erklärt ein Redaktionsleiter. Immerhin glauben einige der Interviewten, dass der Sender vor allem aufgrund seines Internetauftritts in den letzten Jahren auch in Deutschland bekannter geworden ist und dass die DW vor allem im Bereich der internationalen Berichterstattung als sehr kompetent gilt. Was das Image des Senders im Ausland angeht, wird von den Befragten in Abhängigkeit vom Sendegebiet unterschiedlich wahrgenommen. Es gibt Regionen wie Südosteuropa, China, Russland oder Afrika, wo die Lebensbedingungen hinsichtlich demokratischer Strukturen und Pressefreiheit eher problematisch sind, dort sei der Name Deutsche Welle ein Begriff für die Leute, der für „Glaubwürdigkeit, Professionalität, Seriosität,

Zuverlässigkeit“ (11/4), für gründliche und relativ unparteiische Berichterstattung steht und ein „Sesam-öffne-dich-Schlüssel“ (1/4) sei. In anderen Ländern wie den USA, die liberale Industriestaaten mit pluralistischen Mediensystemen sind, „hat sie überhaupt kein Image, nicht schlecht, nicht gut, einfach kein Image, die Leute kennen sie nicht“ (10/4), ihre Angebote werden nicht genutzt. Diese Befunde bestätigen die theoretischen Überlegungen diesbezüglich bei der Entwicklung des Modells (vgl. im Theorieteil Abschnitt **2.3.2**). Über eins sind sich aber alle einig, dass die DW „international [...] gutes Standing“ (3/5) habe und guten Ruf genieße.

Die bisher geschilderten Besonderheiten des Arbeitstages im DW-Haus geben die Rahmenbedingungen wieder, unter denen die DW-Journalisten tagtäglich ihre journalistischen Tätigkeiten vollziehen, so, wie sie diese wahrnehmen und bewerten. Wie sieht aber der typische Redaktionsalltag in den DW-Redaktionen aus?

Den typische Tag, „den gibt es einfach nicht“ (2/2), das behaupten alle Journalisten unabhängig davon, auf welcher Hierarchieebene oder in welcher Redaktion sie arbeiten. Insofern ist es auch nicht verwunderlich, dass sie gerade die Vielfältigkeit und den Abwechslungsreichtum ihres Alltags als entscheidenden Anziehungspunkt ihres Berufs definieren. Der Tag beginnt für alle Redakteure, unabhängig in welcher Position, sehr früh mit dem Verschaffen eines Überblicks über die aktuelle Nachrichtenlage durch Zeitungs- und Agenturlesen, Radiohören, Anschauen von für das entsprechende Sendegebiet relevanten Internetportalen. Das beginnt bereits beim Frühstück zu Hause und geht weiter als erste Tätigkeit im Büro. Dadurch wollen sich die Redakteure ein Bild von den wichtigsten Themen des Tages machen und überlegen, ob und wie diese in ihren Programmen aufgegriffen werden sollen. Der Rest des Tages, vor allem für die Redakteure auf höheren Hierarchieebenen, wird durch Redaktionskonferenzen bestimmt, die täglich durchaus mehrmals stattfinden. Die erste Konferenz ist redaktionsintern, bei der sich alle Mitarbeiter einer Redaktion mit ihrem Leiter zusammensetzen und besprechen, welche Schwerpunkte sie in ihre Programme setzen. Dabei wird auch geklärt, wer welche Beiträge macht und welche Aufgaben (Moderieren, Planen oder Machen von Reportagen) übernimmt. Anschließend setzt sich der Konferenzmarathon für die leitenden Redakteure mit Abstimmungskonferenzen mit anderen Abteilungen und Bereichen der DW fort, wo sie sich gegenseitig beraten, ob die richtigen Akzente in den einzelnen Programmen gesetzt worden sind, wie sie gemeinsam arbeiten und Beiträge austauschen können. Einmal in der Woche finden in den meisten Redaktionen Feedbackkonferenzen statt, bei denen die Programme und die Sendungen der vergangenen Woche analysiert und bewertet werden und Sendungskritik, wenn nötig, ausgeübt wird.

Der Arbeitsalltag der Redakteure in leitenden Positionen lässt sich vor allem als „eine Mischung aus Verwaltung aber auch klassischer journalistischer Arbeit“ (4/3) beschreiben. Die eigentliche Schreibarbeit macht einen äußerst geringen Anteil des Tätigkeitsprofils aus. Der größere Teil der Arbeit entfällt auf administrative Aufgaben. „Ich schreibe natürlich gerne noch selbst, wenn

ich jetzt weniger schreibe, einfach durch die vielen Aufgaben, die hier sind“ (11/2), das bedauern alle Journalisten in leitenden Positionen unter den Befragten. Gelegentlich schreiben sie Kommentare, treten als Gesprächspartner in Sendungen anderer Redaktionen auf, moderieren Interviews, redigieren Texte. Überwiegend ist ihr Alltag dennoch von koordinierenden und organisatorischen Tätigkeiten wie Personalmanagement, Organisation von freien Mitarbeitern, Projektbetreuung, Konzeptverfassung und weiteren verwalterischen Aufgaben geprägt.

Von der Palette an Tätigkeiten, die der Alltag im DW-Haus anbietet, werden manche Aufgaben von den Redakteuren sehr favorisiert, andere eher zurückgewiesen. Besonders gerne fungieren einige von ihnen als Themengeber: „Mir macht am meistens Spaß, wenn ich ein Thema vor den anderen entdecke“ (1/3), betont ein Redaktionsleiter. Viele Radioredakteure favorisieren vor allem interaktive und Live-Formate, bei denen sie sich mit interessanten Interviewpartnern unterhalten. Für einen großen Teil ist die Reportage „die Königsdisziplin im Journalismus“ (3/1), denn dabei haben sie die Möglichkeit, eine durchaus komplexe Problematik anhand menschlicher Beispiele aufzuzeichnen und ihre Bedeutung für die einfachen Menschen zu schildern. Darüber hinaus fühlen sie sich dabei als Journalisten herausgefordert, denn wenn die Reportagen gut gemacht sind, „dann hat man wirklich Kino im Kopf, und das ist sehr, sehr spannend“, äußert sich fasziniert eine Redaktionsleiterin (6/3). Gerne treten andere von ihnen als Gesprächspartner in Sendungen auf, um komplexe Vorgänge in ihrem Sendegebiet zu erläutern. Einige leitende Redakteure finden die Mischung aus journalistischen und administrativen Aufgaben faszinierend, „[...] wenn es darum geht, durch die richtigen Personalentscheidungen ein starkes Team zu bilden (13/3). Dennoch bezeichnen die meisten dieses Managergeschäft als lästig. „Das nimmt leider sehr viel Zeit in Anspruch“ (7/2), bemängelt eine Redaktionsleiterin. Die zahlreichen „langatmigen Sitzungen“ (13/3) und Konferenzen empfinden alle befragten Redakteure als mühsam und oftmals im Hinblick auf den Zeitdruck, unter dem sie arbeiten, überflüssig.

Angesichts der Spezifika der Arbeitsbedingungen in der DW und der Vielfalt an Tätigkeiten innerhalb der DW-Redaktionen glauben die Interviewpartner, dass man als DW-Journalist bestimmte Kompetenzen und Fähigkeiten aufweisen soll. In erster Linie soll man Flexibilität, Neugier, Lust auf Sprache haben und unter Druck arbeiten können, Interesse an Menschen mitbringen, „denn ohne echtes Interesse an den Menschen kann man keine Geschichten erzählen“ (6/1). Die Mehrheit der Interviewpartner betonen ausdrücklich, dass es sehr wichtig sei, „Fachmann für etwas zu sein, [...] und nicht nur an der Oberfläche zu kratzen“ (6/2). Kenntnisse von kulturellen, sozialen, politischen Besonderheiten in dem jeweiligen Sendegebiet gehören auch zu den „Grundbausteinen“ (10/3) für die DW-Journalisten. Im DW-Haus „sollte man engagiert sein bis zum Übermut“ (1/3), so ein Redaktionsleiter. Die Fähigkeit, offen für Kritik und Vorschläge zu sein, gehört auch zu den Basis-Anforderungen an einen DW-Redakteur, ferner muss er sprachgewandt sein und viele Sprachen sprechen können.

Was die rein journalistischen Fähigkeiten angeht, zählt in erster Linie die „absolut souveräne Beherrschung des Handwerkzeugs“ (11/3). Die DW-Redakteure müssen in der Lage sein, zu überlegen, was ein DW-Thema ist und was nicht, mediengerecht ihre Themen gut darzustellen, möglichst objektiv, sachlich, richtig, fundiert, „auf gar keinen Fall sensationistisch“ (5/3) zu berichten. Da die DW „nicht so viel investigativen Journalismus“ und „breaking story“ macht, sollen die DW-Redakteure „mehr erklärend und analytisch tätig“ sein (8/1). Sie sollen folglich Themen kompakt, aber in bestmöglicher Vielfalt darstellen und analysieren, die Zusammenhänge zwischen einzelnen Geschehnissen so zusammenfügen, dass sich ein ausgewogenes und damit auch objektives Bild ergibt. Als DW-Journalist darf man nicht „geistreich“ (14/4) schreiben und sollte sich eher zurücknehmen. Das sei eine „besondere Schwierigkeit“ bei der DW, denn „Geistreichereien“ (14/4) lassen sich nicht unbedingt übersetzen. Das ist insofern wichtig, weil viele der deutschen und englischen Originellbeiträge in der Regel auch in andere Sprachen übersetzt werden. „Der DW-Journalist soll nicht auf mehr Ebenen spielen, Einfachheit, Klarheit sollen im Vordergrund sein.“ (14/4), hebt in diesem Zusammenhang ein Redaktionsleiter hervor. Darüber hinaus sollen die DW-Redakteure „extrem akkurat“ (3/4) sein, denn im Fall einer ungenaueren Meldung könnte aufgrund des schlechten Empfangs in manchen Sendegebieten keine zweite Chance für Verbesserung bestehen, erklärt eine Redakteurin.

Als DW-Mitarbeiter sind die befragten Redakteure tagtäglich mit der Schwierigkeit konfrontiert, dass ihr Publikum weit weg, ziemlich komplex und heterogen ist. Wie im theoretischen Teil angenommen (vgl. im Theorieteil Abschnitt **1.5.1**), beeinflusst dieser „luftleere Raum“ (8/4) ihre Arbeit „gewaltig“ (14/5). Als DW-Journalist soll man ständig das Bewusstsein haben, dass „seine Zielgruppe durchaus in anderen Lebensumständen steckt“ (13/3) als man selber. In dieser Hinsicht sei immer eine „Gratwanderung“ (6/5) erforderlich, zwischen dem, was in Deutschland und Europa politisch, wirtschaftlich, gesellschaftlich geschieht, und der Überlegung - „was könnte unsere Hörer interessieren und wie können wir es vermitteln, dass sie es verstehen“ (14/5), kommentiert der Redaktionsleiter eines Fremdsprachenprogramms. Entscheidend sei dabei ein journalistisches Fingerspitzengefühl dafür zu haben, wie viele westliche, europäische Werte, Hintergrundinformationen allgemein man voraussetzen kann. Da meistens das Publikum nicht genügend Vorinformationen hat, betont die Mehrheit der Befragten, dass man viele Grundinformationen liefern und gelegentlich wiederholen sollte und alles an Fallbeispielen und nicht „auf einer ganz hohen politischen abgehobenen Ebene“ (11/4) erklären sollte. Unter diesen Umständen soll der DW-Journalist auch sehr vorsichtig mit der Wortwahl sein. „Ja wer für die USA Terrorist ist, soll für jemanden in der arabischen Welt [...] längst nicht Terrorist sein“ (3/4), meint eine Redakteurin vom deutschen Radioprogramm. Einige sehen diese geographische und soziale Distanz aber auch vor allem dann als vorteilhaft, wenn über Geschehnisse im Sendegebiet selbst berichtet werden soll. Da sie „nicht mitten drin“ seien, können sie sich die Geschehnisse „richtig“ angucken und das sei besonders wichtig für „eine vernünftige journalistische Arbeit“ (7/4).

Alle Interviewpartner sind sich einig, dass die Arbeit in der DW eine besondere Kompetenz von den Journalisten verlangt, sie nennen es „interkulturelle Sensibilität“ (14/4). Der DW-Redakteur soll ein großes Maß an Offenheit und Interesse für andere Kulturen mitbringen, fähig sein, Mentalitätsunterschiede wahrzunehmen, mit Menschen aus verschiedenen Kulturen, ethnischen Gruppen und mit verschiedenen Religionen sachbezogen umzugehen. Man soll viel intensiver kommunizieren und Vorgänge erklären, „warum, wieso immer wieder, bis es verstanden ist“ (2/3), denn tagtäglich hat der DW-Mitarbeiter mit verschiedenen journalistischen Verständnissen und unterschiedlichen Kommunikationsstilen zu tun. „[...] die Afrikaner, für sie ist der Brief sehr wenig verbindlich, es ist viel verbindlicher, zu jemandem hinzugehen und Einverständnis herzustellen“ (2/4), bringt als Beispiel die Leiterin der Afrika-Nahost-Programme an. Das verlangt von den Journalisten auch mehr Selbstkritik und Reflexion über ihr Verhalten und mögliche Folgen. Mit dem „einfachen Schwarz-Weiß-Denken“ (2/3) komme man nicht wirklich weiter, heben alle Interviewpartner hervor. Man muss hingegen „mit Gespür und Empfindlichkeit umgehen“ (6/3). Von großer Bedeutung sei, „Empathie, dieses Gefühl für die Sichtweisen der anderen“ (13/4) mitzubringen und immer unterschiedliche Perspektiven im Kopf zu haben. In den Fremdsprachprogrammen, wo deutsche mit ausländischen Redakteuren zusammenarbeiten, kommt die Notwendigkeit dieser interkulturellen Kompetenz besonders deutlich zum Vorschein. „[...] der Wechsel in einer fremdsprachigen Redaktion ist so was wie ein Kulturschock und das für die beiden Seiten.“ (11/3), erzählt die Redaktionsleiterin eines Fremdsprachenprogramms, die Deutsche ist, über die Übernahme der Redaktionsleitung. Um die Auswirkungen dieses Kulturschocks zu mindern, sollte man sich auf die Besonderheiten des kulturellen Hintergrunds der anderen Mitarbeiter vorbereiten. Somit lässt sich festhalten, dass wie im theoretischen Teil angenommen, die Interkulturalität in dem Auslandssender in der Tat den Redaktionsalltag im DW-Haus in zahlreicher Hinsicht maßgeblich prägt. Ihre Wirkungen, deren Chance und Gefahren werden von den befragten DW-Redakteuren wahrgenommen und bei ihrer Arbeit äußerst vorsichtig beachtet.

Bei dem gerade geschilderten Idealbild des DW-Redakteurs ist es auffällig, dass die primäre Anforderung für einen Journalisten - das Schreibtalent - etwas in den Hintergrund gerät und überhaupt nicht so entscheidend ist. Andere Fähigkeiten, wie interkulturelles Bewusstsein und interkulturelle Kompetenz und ein journalistisches Fingerspitzengefühl für die Besonderheiten des Publikums rücken eher in den Vordergrund. Bezüglich beruflicher Kompetenzen ist offenbar das der entscheidende Punkt, in dem sich die Macher der DW von den anderen Journalisten unterscheiden.

Als grundsätzliche Anforderung an ihre Arbeit sehen alle Befragten darüber hinaus die Beachtung der Grundsätze journalistischer Ethik. Ausgewogenheit der Berichterstattung, Wahrhaftigkeit, Respekt vor der Menschenwürde, der Privatsphäre und vor der religiösen Überzeugung, umfassende Recherche, klare Trennung von Nachricht und Meinung werden überwiegend als zentrale ethische Maximen von den Interviewpartnern gesehen. Die meisten geben an, „die ganze Brandbreite an Maßstäben“ (13/7) bei ihrer Arbeit zu berücksichtigen. Sowohl das



Informieren als auch das Kommentieren findet die Mehrheit der Befragten als wichtig, „[...] es ist immer von allem bisschen, aber immer zur rechten Zeit.“ (3/7), hebt eine Redakteurin hervor und verweist darauf, dass man zwischen einem rein informativen Beitrag und einem Kommentar immer unterscheiden sollte. „Eine bestimmte Meinung, das interessiert niemand“ (9/5), viel wichtiger sei, „ein Maximum an Informationen“ (13/7) anzubieten und so dem Publikum die Möglichkeit zu geben, seine eigene Meinung fundiert zu bilden. Diese Auffassung vertritt die Mehrheit der Befragten. Obwohl alle Interviewpartner eine klare politische Meinung haben, bleibt sie folglich für die meisten Befragten „Privatding“ (2/8) und nimmt keinen Einfluss auf ihre Arbeit. Einige verweisen darauf, dass jeder gute Journalist seine Überzeugung und Meinung haben sollte, die ihm als „Kriterienkatalog“ (1/7) dabei helfen, die Geschehnisse überhaupt einzuordnen. Dennoch unterscheiden auch diese Journalisten strikt zwischen ihrer persönlichen Sichtweise und dem Auftrag, „vielfältig, d.h. ausbalanciert Informationen darzustellen“ (13/8). Die Objektivität hat für die Mehrheit einen deutlichen Vorrang. Das hat auch seinen guten Grund: „die DW baut ihr Image auf dieser Objektivität [...] im Ausland auf, das ist nicht die BBC oder CNN mit ihrer amerikanischen Ideologie.“ (10/6), verdeutlicht die Leiterin der englischen Onlineredaktion. Nichtsdestotrotz sind einige bei dem Begriff Objektivität eher skeptisch. „Ich bin sehr vorsichtig, wenn es um diese totale Objektivität geht, die gar nicht zu erreichen ist.“ (14/6), erklärt ein Redaktionsleiter und verweist darauf, dass bereits die Themensetzung und -gewichtung eine Art Meinungsäußerung sind. Äußerst wichtig für einige der Befragten ist es, differenziert zu berichten und nicht zu pauschalisieren. Vor allem die Onlinejournalisten legen großen Wert auf die korrekte Quellenangabe und die Herkunftsüberprüfung der Information, denn „Internetjournalismus hat diesen Ruf, schlampig zu sein, nicht sorgfältig genug mit den Fakten umzugehen.“ (10/6), so die Leiterin einer Onlineredaktion. Diesem negativen Image wollen sie dadurch entgegenwirken. Somit lässt es sich resümieren, dass die journalistischen professionellen und ethischen Normen die redaktionelle Arbeit der DW-Redakteure gewichtig prägen.

Die strikte Beachtung der ethischen Grundsätze mag darauf zurückgeführt werden, dass viele der Interviewpartner der Meinung sind, ihre Arbeit ziehe mit sich bestimmte Wirkungen auf die Öffentlichkeit. Angesichts dieses Einflusspotentials weisen sie gewisses Verantwortungsbewusstsein auf. Ein großer Teil von ihnen glaubt, durch die Auswahl bestimmter Themen und die Art und Weise, wie diese behandelt werden, Einfluss auf die öffentliche Meinung zu nehmen. Sie schreiben der DW als Meinungsmacher eine wichtige Rolle zu. „Das lässt sich insofern sehen, dass die DW sehr oft zitiert wird“ (7/5) von anderen Medien im Zielgebiet, verdeutlicht eine Redaktionsleiterin. Manche sehen ihr Einflusspotential darin, dass sie eine wichtige Informationsquelle für viele Politiker aus Deutschland und im Ausland sind, was vor allem ihre internationale Berichterstattung angeht, „genau an diesem Fachwissen kann die DW sehr viel machen“ (10/8). Dennoch sehen sie sich nicht als mächtige Medienvertreter. Einige unter den Befragten stellen als wichtige Voraussetzung für das Wirkungspotential ihrer Arbeit den Bekanntheitsgrad des Senders heraus und fragen sich, ob ihre Programme überhaupt rezipiert werden. Insofern stufen sie ihr Einflusspotential als marginal ein. Sie

glauben, man sollte die Wirkung des Auslandsrundfunks in den Zielgebieten „nicht so hoch einschätzen“ (11/6). Einige wenige pointieren einen Kausalzusammenhang in der anderen Richtung, dass eher die öffentliche Meinung die Medien und die Journalisten bei ihrer Themenwahl und Berichterstattung beeinflusse, „als umgekehrt“ (13/7). Höchstens können die Medien und die Journalisten bestehende Tendenzen befördern, jedoch nicht „auf Dauer und durchgehend“ (13/7).

Im Arbeitsalltag der Journalisten spielen die Reaktionen von Redaktionskollegen und Vorgesetzten eine bedeutende Rolle, das stellen Weischenberg, Malik und Scholl (2006, S. 358) in ihrer aktuellen Studie fest. Dieser Befund gilt vollinhaltlich auch für die vorliegende Untersuchung. Alle Befragten schreiben der Meinung ihrer Kollegen eine gewichtige Bedeutung zu, denn das sei „einfach die unmittelbarste Reaktion, die man hat“ (1/4). Die Praxis des Gegenlesens ist in allen Redaktionen geläufig, damit sollten sachliche „Flüchtigkeitsfehler“ (12/4) vermieden werden. In den Fremdsprachenprogrammen werden dabei häufig Muttersprachler, die aus der Region kommen, um „professionellen Ratschlag“ (2/5) gebeten, weil sie die Vorgänge und Geschehnisse im Sendegebiet „immer besser beurteilen können“ (11/4). Darüber hinaus wird immer „heiß“ (5/4) diskutiert, denn „wo Diskussionen entstehen, da entsteht was Kreatives und Neues“ (6/4), betont eine Redaktionsleiterin. Die Kollegenmeinung wird von vielen deshalb so hoch geschätzt, weil sie nur begrenzten Kontakt zu ihrem Publikum haben und daher die Kollegenreaktionen als die wichtigsten Orientierungsmaßstäbe bei ihrer Arbeit gelten. Diese Feststellung bestätigt einen Sachverhalt, der in Studien der Journalismusforschung (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.3.2) immer wieder attestiert wird – im Fall großer Unbekanntheit des Publikums treten an dessen Stelle die Reaktionen der Kollegen als Orientierungsgröße.

Die befragten DW-Redakteure orientieren sich auch an Journalisten anderer Medien. Wie die Ergebnisse zu Mediennutzung deutlich zeigen, bleibt man als DW-Journalist immer „news junkie“ (3/4). Eine Redakteurin bringt den Grund dafür auf den Punkt. Es sei wichtig zu wissen, „[...] was machen die anderen. Das ist auch Korrektiv [...] um zu gucken, liege ich jetzt mit meiner Planung völlig daneben oder es ist OK.“ (3/7). Die Mediennutzung dient somit für die DW-Redakteure auch zur Validierung der eigenen Nachrichtenentscheidungen (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.3.2). Als Leitmedien werden in den Interviews immer wieder genannt: *Süddeutsche Zeitung*, *Neue Züricher Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vor allem wegen ihrer guten internationalen Berichterstattung, *Zeit*, weil sie „den anderen Blick auf Themen und Ereignisse“ (11/7) vermittelt. Für viele sei Montag „Spiegeltag“ (3/6), hauptsächlich wird der Auslandsteil gelesen und die *Bildzeitung* ist für manche „das absolute Muss“ (3/6), denn wenn es um nationale Themen geht, setze *Bild* Themen, erklärt die Redakteurin vom deutschen Radioprogramm. Ansonsten wird „querbeet“ gelesen, „das gehört zu der journalistischen Arbeit einfach dazu“ (6/5). Auffallend ist es, dass vor allem ein Interesse für die internationale Berichterstattung der anderen Medien besteht, was mit dem Aufgabengebiet der DW-Journalisten korrespondiert. Die Nachrichtenformate des öffentlich-

rechtlichen Fernsehens und Informationsprogramme von *Deutschlandfunk* und *WDR 5*<sup>31</sup> gehören auch „zum Pflichtprogramm“ (4/5). In allen Redaktionen werden zudem internationale Medien in Anspruch genommen: *BBC-World-Service*, *CNN International*, französisch- und englischsprachige Printmedien wie *International Harald Tribune* und *The Economist*. Die DW-Redakteure aus den Fremdsprachenprogrammen ergänzen ihre tägliche Lektüre durch Fachliteratur und -zeitschriften, die für ihre Sendegebiete spezifische Themen behandeln. In ihrem Alltag ist auch das Internet besonders stark verankert, weil sie dadurch Zugang zu Onlineauftritten von Medien in den jeweiligen Sendegebietern haben. Alle Befragten betonen ausdrücklich, dass alles was gebraucht, auch konsumiert werde, denn „letztendlich lebt ja der Beruf davon, dass man möglichst viele dieser Quellen, berücksichtigt.“ (2/6). Wie angenommen (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.3.2), werden auch die Medien in den jeweiligen Sendegebietern intensiv berücksichtigt. Für die meisten Interviewpartner ist es wichtig zu wissen, in welchem Medien- und Informationsumfeld sie sich bewegen, worüber die Medien vor Ort berichten, um ihre Themen zwar aufzugreifen, aber eine andere Perspektive „von außen [...] hineinzubringen“ (4/5), die „dort aus verschiedenen Gründen nicht aufgegriffen werden“ (6/4) könne, berichtet eine Redaktionsleiterin. Die Nutzung dieser Medien begründen sie auch damit, dass man dadurch ein Gefühl bekomme, was der dortige Nutzer tagtäglich geboten bekommt. An dieser Stelle soll aber erwähnt werden, dass diese Orientierung nur für solche Sendegebiete gilt, in denen die journalistischen Angebote ein bestimmtes Niveau aufweisen. Dort wo der Zustand des Journalismus „beklagenswert“ (11/4) sei, werden die lokalen Medienangebote kaum berücksichtigt.

Mit dem einen Auge wird auch auf die Konkurrenz geguckt, was andere Auslandssender bringen. Dabei geben fast alle der befragten DW-Redakteure an, nicht „unter übermächtiger Konkurrenz“ (1/5) zu leiden und mit den Konkurrenten „gut leben“ (2/6) zu können. Sie fühlen sich nur insofern bei ihrer Arbeit dadurch beeinflusst, weil „die Konkurrenz das Geschäft belebt“ (4/5), erläutert ein Redaktionsleiter mit Augenzwinkern. Sender wie *BBC-World-Service* oder *Radio France Internationale* seien finanziell viel besser ausgestattet und haben einen besseren Stand in den Sendegebietern, die ehemalige britische oder französische Kolonien sind. Deshalb sei es für die meisten Befragten sinnlos, mit ihnen zu konkurrieren. Das wäre „der Kampf gegen die Windmühlen“ (11/5), pointiert eine Redaktionsleiterin. Darüber hinaus sehen alle Befragten, bis auf einen, sie nicht so sehr als direkte Konkurrenten an, weil diese Sender andere Themenschwerpunkte haben. In den DW-Programmen seien viel mehr Hintergrundberichterstattung und Analysen untergebracht und werden vor allem deutsche und europäische Themen intensiv behandelt, was bei den Konkurrenzsendern weitgehend fehlt. Der stellvertretende Leiter des englischen Radioprogramms erklärt in diesem Zusammenhang, dass *BBC-World-Service* ganz klar britische Standpunkte projiziere und bei ihm die europäische Berichterstattung eher marginal sei. Demzufolge vertritt die Mehrheit der

---

<sup>31</sup> Die Nutzung der *WDR 5*-Angebote ist vor allem dadurch zu erklären, dass das DW-Haus in Bonn ist, d.h. in Nordrhein-Westfalen liegt, wo *WDR 5* als Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks empfangen wird.

Interviewpartner die Meinung, dass sie eine freie Nische auf dem Markt besetzen, wo sie sich mit ihrer Berichterstattung „gut [...] bewähren können“ (7/5).

Neben der Selbstreferenz ist bei den DW-Redakteuren auch eine gewisse Fremdreferenz zu beobachten, was sich vor allem in der Orientierung an ihrem Publikum widerspiegelt. Ein großer Teil der Befragten sieht seine Hörer, User, Zuschauer als wichtige Referenzgruppe. „Denn wir können nur besser werden, wenn unser Publikum uns sagt, was es von uns hält.“ (3/6), meint eine Redakteurin. Darüber hinaus sei das für die DW-Redakteure eine Art Rückmeldung, dass es dieses Publikum überhaupt gibt. Weiterhin richte man seine Arbeit allein deshalb am Publikum, weil das „überlebenswichtig“ (2/5) sei, sonst überleben sie nicht als Auslandssender, bestätigt die Redaktionsleiterin eines Fremdsprachenprogramms. Insofern wirkt es nicht überraschend, dass manche Redakteure ihr Publikum als „Angelpunkt“ (13/5) ihrer Tätigkeit bezeichnen. Ihnen sei sehr wichtig zu erfahren, was ihr Publikum denkt, wie es die DW-Programme wahrnimmt. Im Hinblick auf die Überlegungen aus dem theoretischen Teil (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.3.2) ist dieser Befund eher überraschend. Trotz des hohen Unbekanntheitsgrades gilt das Publikum für viele Redakteure als wichtige Orientierungsgröße. Einigen Interviewpartnern ist hingegen bewusst, dass die Publikumsreaktionen sehr begrenzt die Realität widerspiegeln. „99% unserer Hörer [...] schreiben uns nicht [...] und die, die schreiben, sind eigentlich nicht repräsentativ für alle Hörer“ (14/6), meint ein Redaktionsleiter. Deshalb seien dem überwiegenden Teil der Interviewpartner Einschätzungen und Reaktionen von Kollegen eher wichtiger. Einige berufen sich aus diesem Grund sogar ausschließlich auf ihre Kollegen und journalistische Standards.

Wenn sie ihre Beiträge verfassen, hat ein großer Teil der befragten DW-Redakteure ein durchaus klares Bild von seinem potenziellen Publikum. Des Öfteren wird in den Interviews von „Multiplikatoren“ (4/7) gesprochen, von Entscheidungsträgern, die in Ministerien, an Schulen und Universitäten seien und die bei der politischen Meinungsbildung in ihrer Gesellschaft eine Rolle spielen. Das sei ein sehr geringer Anteil an der Bevölkerung, der an internationaler Politik und an Perspektiven aus Deutschland und Europa auf der Suche nach einer alternativen Meinung interessiert sei, „sonst würden sie nicht bei uns landen, sonst bleiben sie bei eigenen Medien“ (10/5), meint eine Redaktionsleiterin. Generell gehen sie von einem gut gebildeten Publikum eher im mittleren Alter aus, das bildungs- und informationshungrig ist. Einige Redakteure bezeichnen ihr Publikum als „Fricks“ (8/3), denn die Nutzung von einem Auslandssender sei „ein so unglaublicher Schritt aus dem normalen Leben heraus“ (1/4), der normalerweise nicht gemacht werde. Ein kleiner Teil der Befragten hat ein sehr heterogenes Bild von seinem Publikum und kann den typischen Hörer nicht beschreiben. An dieser Stelle ist zu vermerken, dass eine starke Übereinstimmung zwischen dem vorherrschenden Publikumsbild unter den befragten DW-Redakteuren und den im DWG vorgegebenen Zielgruppen erkennbar ist. Das kann vor allem darauf zurückgeführt werden, dass, wie im theoretischen Teil deutlich wurde, ausreichende Informationen darüber fehlen, wer genau die DW-Angebote in Anspruch nimmt. Die Redakteure übernehmen angeblich das Bild, das im Gesetz verankert ist, um überhaupt

einen Orientierungsmaßstab zu haben. In diesem Zusammenhang wird in den Interviews häufig darauf hingewiesen, dass sie als Journalisten in einem internationalen Rundfunk ständig mit der Situation kämpfen sollen, dass sie ihr Publikum „nicht richtig kennen“ (14/2). Oftmals wird folglich gezweifelt, ob überhaupt „Vorstellung und Realität dann irgendwo zusammentreffen“ (11/4).

Im Unterschied zu ihren Kollegen von den deutschen Inlandsmedien haben die DW-Redakteure nicht die Möglichkeit, die Leute, die ihre Programme nutzen, einfach auf der Straße zu treffen und sich mit ihnen zu unterhalten. Dennoch haben sie, wenn auch in begrenztem Maße, einige Mittel in der Hand, um sich Informationen über ihr Publikum zu holen. Hauptinformationsquellen sind Hörerpost und Umfragen, die von der Abteilung Distribution im DW-Haus oder in Zusammenarbeit mit Rebroadcastern<sup>32</sup>, den Partnerradios von der DW in den Sendegebiet, durchgeführt werden. Dabei genießen sie die Ergebnisse aufgrund der Besonderheiten der Publikumsforschung (vgl. im Theorieteil Abschnitt 1.5.1) mit Vorbehalt. Darüber hinaus bemühen sie sich auf verschiedene Wege möglichst nah an den Hörern zu sein. Sehr großen Wert legen viele Interviewpartner auf interaktive dialogische Formen per Internet wie Blogs, Foren, wo die Nutzer gleich Kommentare abgeben können und dadurch die Journalisten unmittelbar „viel mehr Echo“ (9/5) bekommen. Als wichtig erachtet die Mehrheit der Redaktionsleiter auch die Reisen in den Sendegebiet, wo sie ihre Hörer treffen und mit ihnen diskutieren können, „was gefällt, was gefällt nicht“ (11/5). Offenbar ist aber die Effektivität dieser Mittel und Methoden mäßig, wenn die DW-Redakteure trotzdem von hoher Unbekanntheit des Publikums sprechen.

Für die meisten Interviewpartner bildet das persönliche Umfeld - Familie, Freunde, Bekannte - keinen Referenzrahmen für die eigene Arbeit. Die Mehrheit trennt zwischen dem Privatleben und dem Beruf. „Ich möchte mich nicht von der Arbeit auffressen lassen, die sicher sehr zeitintensiv ist.“ (11/7), betont eine Redaktionsleiterin. Im Privatleben ist für einen großen Teil der Befragten die Familie „das Allerwichtigste“ (11/7), „man lebt ja nicht um zu arbeiten“ (8/5), bestätigt eine Redakteurin. Viele nehmen sich deshalb die Zeit für Hobbys oder soziale Aktivitäten. Eine Redakteurin (10) engagiert sich bei „Reporter ohne Grenzen“. Vor allem für die Redakteurinnen mit Kindern unter den Befragten steht die Vereinbarkeit des Berufs mit der Familie auf der Agenda. Sie fühlen sich manchmal schon herausgefordert, „diesen Work-Life-Balance hinzubekommen“ (6/7). Der Beruf sei für sie nur „grenzwertig“ (2/6) mit der Familie vereinbar, dennoch können sie sich nicht vorstellen, nicht berufstätig zu sein. „Praktisch im Beruf lade ich manchmal meine Batterien auf, weil die Kinder sehr fordern und umgekehrt genau so.“ (6/7), erklärt eine Redaktionsleiterin. Für manche spielt das Private hingegen überhaupt keine Rolle: „[...] mein Job bestimmt mein Leben“ (3/8), unterstreicht eindeutig eine Redakteurin. Generell finden alle Interviewpartner Zuspruch in ihrem privaten Umfeld, was ihre Arbeit angeht. Ihre Freunde, Bekannten haben manchmal Angst um sie,

---

<sup>32</sup> Das sind ausländische Rundfunkanstalten im Sendegebiet, die DW-Programme oder Programmteile übernehmen und über eigene Frequenzen lokal wiederausstrahlen. Die Deutsche Welle spricht von rund 600 ausländischen Hörfunksendern, die ihre Programme verbreiten. (Verheugen 1997: 32)

wenn sie in Krisenregionen als Journalisten unterwegs sind und seien nicht sehr glücklich mit der Tatsache, dass sie sie zu selten sehen. Die Interviewpartner werden von ihrem persönlichen Umfeld oft als kompetente Diskussionspartner sehr geschätzt. „[...] viele haben sehr viel Achtung [...], wenn wir diskutieren über politische Themen, sind erstaunt zu sehen, wie viel man weiß.“ (9/5), berichtet eine Redakteurin. Viele der Befragten richten ihr Leben nach dem Motto „Leben und leben lassen“ (4/8; 5/7; 14/8) und legen großen Wert darauf mit den Menschen fair umzugehen. Sie versuchen „den Blick für das Schöne, für das Menschliche nicht zu verlieren“ (3/8), immer „wach [...] und neugierig zu bleiben“ (12/6) und weiterhin zu lernen und zu erfahren.

### 1.2.2 Arbeitsziele der DW-Journalisten

Bedeutender Bestandteil des Arbeitsalltags der DW-Redakteure sind die Arbeitsziele, die sie mit ihren journalistischen Tätigkeiten unter den Rahmenbedingungen des deutschen Auslandssenders verfolgen, was eigentlich im Zentrum des Forschungsinteresses dieser Arbeit steht. Hinweise darauf, wie die DW-Redakteure ihre journalistische Rolle verstehen, lassen sich daraus ablesen, wie sie ihre Hauptaufgabe definieren. In der vorliegenden Studie können einige Kernaufgaben ermittelt werden, die immer wieder in den Antworten der Befragten vorkommen. An dieser Stelle soll erwähnt werden, dass die einzelnen Journalisten sie unterschiedlich gewichten und einen bestimmten Schwerpunkt in ihrem Aufgabenverständnis setzen, was sich letztlich in den verschiedenen Selbstverständnistypen der DW-Redakteure widerspiegelt. Im nächsten Kapitel wird ausführlicher darauf eingegangen. Durch die folgende Beschreibung soll eher eine zusammenfassende Charakterisierung des Aufgabenverständnisses der DW-Journalisten erfolgen.

Die Mehrheit der Interviewpartner sieht eine ihrer Kernaufgaben darin, deutsche und europäische Sichtweisen zu verschiedenen Situationen in der Welt darzustellen und zu erklären und somit für „ein ausgeglichenes, fundiertes, balanciertes Deutschlandbild“ (13/3) in der Welt zu sorgen. Ein nicht kleiner Teil setzt sich zusätzlich als Ziel, ihr Publikum mit Informationen zu versorgen, die es sonst nicht bekommen würde, und Sachverhalte „aus einem anderen Blickwinkel zu schildern“ (14/7). Das bezieht sich vor allem auf solche Journalisten, deren Sendegebiet Regionen in der Welt sind, wo die Menschen aus diversen Gründen keinen Zugang zu freien Informationen haben. Sie wollen dazu beitragen, dass dort ein soweit wie möglich freier Informationsfluss stattfindet und wichtige Themen nicht untergehen. Andere sehen ihre journalistische Rolle auch darin, europäische oder allgemein demokratische, zivilgesellschaftliche Werte zu vermitteln und ihrem Publikum nahe zubringen. Einen Dialog zwischen Deutschland und der Welt, auch zwischen verschiedenen Kulturen zu arrangieren, sehen die meisten auch als Kernaufgabe in ihrem journalistischen Alltag. Durch Informations- und Wissensvermittlung wollen sie Brücken schlagen und Diskussionen anstoßen und dadurch „das Konzept "Dialog der Kulturen" im wahrsten Sinne des Wortes“ (2/4) verwirklichen. Unter den DW-Redakteuren gibt es auch Skeptiker, für die die Möglichkeiten des Auslandsrundfunks diesbezüglich „nicht überschätzt werden“ (11/6) sollen. Im Zusammenhang mit dieser Aufgabe wird



der Begriff *public diplomacy* mehrheitlich als „problematisch“ (13/7) bezeichnet. Die Befragten, die etwas mit dem Begriff anfangen konnten, weil er vielen nicht sehr bekannt war, sind sich einig, dass die DW keine *public diplomacy* betreibt, zumindest nicht im engen Sinne des Begriffs (vgl. im Theorieteil Abschnitt 1.5.3). Sie würden ihre Aufgabe, einen Dialog zwischen den Kulturen zu ermöglichen, eher einer „informellen public diplomacy“ (5/6) einordnen, wie ein Redaktionsleiter es herausstellt. Sie versuchen durch ausgeglichene aber auch kritische Berichterstattung gegenseitigen Respekt und Verständnis mit anderen Völkern und Nationen zu fördern, was der Definition von *public diplomacy* im breiten Sinne in gewissem Maße entspricht (vgl. im Theorieteil Abschnitt 1.5.3) und ein gewisses diplomatisches Bewusstsein impliziert. Für alle Interviewpartner „liegt aber ganz klar der Schwerpunkt beim Journalistischen.“ (11/6). An dieser Stelle ist anzumerken, dass sich zwischen der Aufgabendefinition der DW-Redakteure und den im gesetzlichen Programmauftrag vorgegebenen Funktionen des Auslandssenders (vgl. im Theorieteil Abschnitt 1.1) eine große Übereinstimmung feststellen lässt. Offenbar wirken sie sich maßgeblich auf ihren redaktionellen Alltag aus.

Die DW-Redakteure verstehen sich aber auf keinen Fall als Regierungssprecher oder „verlängerten Arm des Auswärtigen Amts“ (14/6). „[...] ich bin nicht eingestellt, um die Politik der Kanzlerin gewinnbringend im Ausland darzustellen, das ist nicht mein Job“ (3/7) betont ausdrücklich eine Redakteurin vom deutschen Radioprogramm. Keiner fühlt sich Einflussversuchen seitens der Politiker ausgesetzt, „sonst wäre ich nicht hier“ (5/5), kommentiert ein Redaktionsleiter. Im Gegensatz zu den Erwartungen, dass aufgrund der DW-Programmgrundsätze die DW-Berichterstattung eine bestimmte Regierungsnähe und diplomatische Rücksichtnahme aufweisen würde, legen alle Interviewpartner großen Wert auf kritische Beiträge, was die Politik der Bundesregierung aber auch die Politiker im jeweiligen Sendegebiet angeht. „[...] wir begleiten die deutsche Politik kritisch“ (14/6), erzählt ein Redaktionsleiter und verweist wie viele unter den Befragten darauf, dass dadurch die Glaubwürdigkeit des Senders erhöht werde. Es sei wichtig, dass das Publikum zu Kenntnis nimmt, dass sie „als öffentlich finanzierter Sender die Koalition kritisieren können“ (14/6). Großer Teil der Befragten zählt zu ihren Aufgaben darüber hinaus eine gewisse Kontrollfunktion. „Überhaupt der demokratische Journalismus in einem demokratischen Land hat auf jeden Fall eine Kontrollfunktion.“ (12/5), begründen sie ihre Auffassung. Andere setzen den Schwerpunkt bei der Aufklärung: „Manchmal entsteht der Eindruck, wir seien Kontrolleure, nein wir geben die Information dem Publikum weiter und sie sollen dann ihre Schlüsse ziehen“ (1/5). Einige wenige stellen in den Vordergrund eher die Tatsache, dass für sie die Politiker wichtige „Gesprächspartner und Informationsgeber“ (11/5) seien. „Es gibt kritische Worte, aber auf jeden Fall auch eine enge Zusammenarbeit.“ (2/5), bestätigt eine Redaktionsleiterin. Ein weiteres Mal lässt sich somit feststellen, dass die DW-Redakteure kaum das Spannungsverhältnis zwischen journalistischer Unabhängigkeit und Diplomatie, das die DW-Programmgrundsätze bedingen, wahrnehmen. Die journalistischen Grundsätze und Normen, das Postulat der Objektivität und Neutralität sind eindeutig der richtungweisende Maßstab bei ihrer journalistischen Tätigkeit.

Bei alledem gilt, „ganz schnell, richtig, genau (zu) informieren“ (5/2) und die Themen interessant für das Publikum aufzubereiten, so der durchgängige Tenor in den Interviews. Neben der reinen Faktenvermittlung kommen bei fast allen Interviewpartnern auch kommentierende Leistungen in den Vordergrund. „[...] es geht darum Meinungen zu verbreiten“, wobei nicht eine bestimmte Meinung, die Meinung des Journalisten etwa gemeint ist, sondern „die Vielzahl an Sichtweisen“ (13/7). Sie sehen ihre Aufgabe in erster Linie darin, ein Maximum an Informationen dem Publikum anzubieten, damit es seine Meinung fundiert bilden kann. Einordnende und interpretierende Leistungen erweisen sich auch als Aufgabenschwerpunkt bei manchen der befragten DW-Redakteure. Die zunehmende Unmenge an Informationen erfordere die Analyse, das Erklären und Deutlichmachen von Zusammenhängen und auch Komplexitätsreduktion. „[...] was gefragt und gebraucht wird, ist der leitende Kompass, der Leuchtturm, der durch diese Informationsflut jemanden führt“ (13/3), so formuliert es der Leiter einer Onlineredaktion. Für die Mehrheit der Interviewpartner ist es darüber hinaus sehr wichtig, durch ihre Arbeit solchen Menschen Stimme zu geben, die „im Lärm der Großmächtigen in dieser Welt keine Stimme haben“ (3/3), anwaltschaftliche Leistungen werden folglich auch als wichtig erachtet.

Aus den Interviews geht hervor, dass die befragten DW-Redakteure glauben, sie können ihre Aufgabenziele in der Realität tatsächlich umsetzen und streben „jeden Tag aufs Neue“ (14/7), „nach besten Wissen und Gewissen und mit viel Kraft“ (6/6) danach. Somit lässt sich festhalten, dass die empfundene Handlungsrelevanz bei den Interviewpartnern hoch eingeschätzt wird. Nicht immer können sie alles erreichen und sie sind ständig „in einem Verbesserungsprozess“ (7/6), wichtig sei aber, „dass der gesamte Eindruck stimmt, es kommt nicht auf den einen Tag an“ (1/7), kommentiert ein Redaktionsleiter. Vielen ist klar, „bei dem Ideal ist auch immer Stückchen Utopie dabei“ (3/8). Nur wenige führen die manchmal eingeschränkte Möglichkeit, ihre Ziele zu erreichen, auf äußere Einflussfaktoren. Verwiesen wird dabei auf die in den letzten Jahren gekürzten personellen und finanzielle Ressourcen des Auslandssenders. Das wirke sich insofern auf die Arbeit aus, dass man wegen der hohen Arbeitsbelastung nicht genug Zeit habe, sich gründlich mit einem Thema auseinanderzusetzen und darüber nachzudenken. Dieses Machen ohne Reflektieren sei „Fehlerquelle“ (3/4), bemängelt eine Redakteurin, weil man sich dabei nur auf sein „Bauchgefühl“ und auf die Agenturen verlasse, die aber nicht immer Recht haben. Eine Redaktionsleiterin hebt die Tatsache hervor, dass die DW in manchen Regionen wie auch in Deutschland nicht genug bekannt sei und dadurch ihre Arbeit „umsonst“ (10/8) sei, wenn die DW-Angebote nicht genutzt werden.

Dieses kurze Porträt macht deutlich, dass sich die befragten DW-Redakteure hinsichtlich zahlreicher Aspekte und Einstellungen sehr ähnlich und eine ziemlich homogene Gruppe sind. Das mag daran liegen, dass alle Interviewpartner für dieselbe Rundfunkanstalt und zum großen Teil unter gleichen Bedingungen arbeiten. Dennoch konnten dabei auch einige Unterschiede festgestellt werden, auf die im folgenden Kapitel näher eingegangen wird, indem eine Typologie des journalistischen Selbstverständnisses der DW-Journalisten erstellt wird.

## 2. Typologie des Selbstverständnisses von DW-Journalisten

In diesem Kapitel werden die befragten DW-Redakteure in eine Selbstverständnis-Typologie eingeteilt. Ziel dieser Typologie ist, einen besseren Überblick über die vielfältigen Ausprägungen des journalistischen Selbstverständnisses der DW-Redakteure zu liefern und bestehende Unterschiede aufzuzeigen. Ein Typus wird von jenen Redakteuren gebildet, die „bestimmte Merkmale gemeinsam haben“ (Meyen 2003, S. 151). Dabei wird angestrebt, dass die einzelnen Selbstverständnistypen möglichst eindeutige Unterschiede aufweisen. Dadurch wird die Voraussetzung geschaffen, Erklärungen für die Bildung der ermittelten Typen zu finden. An dieser Stelle soll erwähnt werden, dass die Strategie der Typenbildung als Forschungsvorgehensweise in der wissenschaftlichen Literatur nicht immer Zuspruch findet. Als Hauptkritikpunkt wird immer wieder das Problem der Willkür eingeführt (Meyen 2003, S. 151). Denn die Ermittlung der Typen und die Einordnung zum bestimmten Typus erfolgen aufgrund subjektiver Überlegungen des Forschers und hängen maßgeblich von seinem Abstraktionsvermögen ab. Dieser Einwand kann jedoch etwas entkräftet werden, indem die verschiedenen Schritte der Typenkonstruktion offen gelegt werden, somit wird die erforderliche intersubjektive Nachvollziehbarkeit gewährleistet. Aus diesem Grund wird im Folgenden ausführlich dargelegt, wie die Typenbildung im Rahmen dieser Studie erfolgte.

Für die Typologiebildung ist zunächst erforderlich, ein geeignetes Kriterium zu finden, anhand dessen Ausprägungen die einzelnen DW-Redakteure in Typen eingeteilt werden können. Für die Typenbildung in dieser Studie erweisen sich zwei Kriterien als sinnvoll. Das erste ist die *Kommunikationsabsicht*, die die DW-Redakteure mit ihrer Arbeit verfolgen. Dieses Kriterium wird von Aussagen über Hauptaufgabe und die allgemeinen Berufsziele und Funktionen abgeleitet, die sich die Befragten zuschreiben. Innerhalb der Interviews konnten für die Kommunikationsabsicht des DW-Redakteurs vier typische Ausprägungen festgestellt werden: **Vermitteln vom Deutschlandbild, Liefern von alternativen Informationen, Vermitteln von Werten, Arrangieren des Dialoges zwischen den Kulturen.**

Nur wenige der Interviewpartner gaben ausschließlich eine der genannten Kommunikationsabsichten an, meistens nannten sie mehrere Ziele. Dennoch konnte in allen Fällen ein deutlicher Schwerpunkt ermittelt werden, dem entsprechend die einzelnen Redakteure zu der jeweiligen Kommunikationsabsicht zugeordnet wurden. Bei der Ermittlung dieses Schwerpunktes ging es in erster Linie darum, welche Kommunikationsabsicht am häufigsten genannt und am meisten betont wurde. Sehr oft spielte auch die Reihenfolge der Nennungen eine Rolle. Als Schwerpunkt wurde die Kommunikationsabsicht genommen, die aus den Äußerungen des jeweiligen Befragten als das Bedeutendste hervorging. Anhand der folgenden Tabelle kann gesehen werden, welcher Interviewpartner welche Kommunikationsabsichten als wichtig erachtet und welche Gewichtung er ihnen verleiht.

Interview №	Vermitteln vom Deutschlandbild	Liefern von alternativen Informationen	Vermitteln von Werten	Arrangieren des Dialogs zwischen den Kulturen
5	++			+
8	++			+
9	++			+
13	++			+
7	+	++		
10	+	++		
11	+	++		
14	+	++		
4	+	+	++	+
6	+	+	++	+
2				
3	+			--+
12	+			--+

Tabelle 2: Zuordnung der befragten DW-Journalisten nach dem Kriterium **Kommunikationsabsicht**

Die verwendeten Pluszeichen verdeutlichen, wo die Schwerpunktsetzung liegt. Bei einer Kommunikationsabsicht, die als sehr wichtig und vorrangig galt, wurden zwei Pluszeichen, bei Kommunikationsabsicht, die eher zweitrangige Bedeutung hatte, wurde nur ein Pluszeichen vergeben. Anhand des folgenden Beispiels soll deutlich gemacht werden, wie bei der Einteilung vorgegangen wurde.

„Für mich in der chinesischen Redaktion ist DW so was wie Stimme der Freiheit, weil wir für Menschen senden, die in der Regel keinen Zugang zu freien Medien haben. In China gibt es eben Zensur, Journalisten werden verachtet und Internetseiten werden gesperrt. Wir sorgen dafür, dass unsere Hörer Informationen bekommen, die sie sonst nicht bekommen würden, und oft Dinge aus einem anderen Blickwinkel zu schildern, als sie gewöhnt sind. (**Liefern von alternativen Informationen: ++**) Und dann gehört auch eben der Auftrag, Deutschland vorzustellen, wie Deutschland zu bestimmten Sachen steht. (**Vermitteln vom Deutschlandbild: +**)“ (14/7)

**Erklärung:** Bei der ersten Kommunikationsabsicht wurden zwei Pluszeichen vergeben, weil sie ausführlicher und gründlicher beschrieben und als erste genannt wurde. Eindeutig liegt dort der Schwerpunkt. Bei der zweiten genannten Kommunikationsabsicht entsteht

der Eindruck, dass sie auch als wichtig erachtet wird, aber nicht als vorrangiges Ziel. Deshalb wurde nur ein Pluszeichen vergeben.

An dieser Stelle soll erwähnt werden, dass sich im Unterschied zu früheren Studien (Junker 2006, S. 96; Peiris 2006, S. 88) solch ein Kriterium wie Arbeitsziel mit Ausprägungen wie Informieren, Kommentieren oder Erklären für diese Studie eher als sinnlos erwies. Fast alle Befragten schreiben sowohl informierende als auch kommentierende und interpretierende Funktion ihrer journalistischen Arbeit zu. Somit hätte eine Typenbildung nach diesem Kriterium nicht ausreichend Trennschärfe aufweisen können.

Die *Identifikation mit Diplomatie* der Befragten bildet das zweite Kriterium. In diesem Punkt konnten auch wesentliche Unterschiede innerhalb der Interviewgespräche erkannt werden. Dabei geht es darum, in wie weit sich die Journalisten mit einer diplomatischen Funktion identifizieren können. Die folgenden Ausprägungen sind denkbar und konnten, bis auf eine Ausnahme, in den Äußerungen der Interviewpartner wieder gefunden werden:

- **Journalismus** - der Befragte schreibt seiner Arbeit nur eine reine journalistische Funktion zu.
- **Journalismus mit diplomatischen Ansätzen** – der Befragte versteht sich als Journalist, dennoch glaubt er einen gewissen Beitrag zum Dialog zwischen den Kulturen zu leisten, was dem Konzept *public diplomacy* im breiten Sinne entspricht und diplomatische Indizien impliziert.
- **Journalismus mit diplomatischem Bewusstsein** - der Befragte versteht sich in erster Linie als Journalist, meint aber einen zweiten, diplomatischen Auftrag zu haben.
- **Diplomatie** - der Befragte schreibt seiner Arbeit hauptsächlich eine diplomatische Funktion zu.

Anhand dieses Kriteriums konnten die Befragten zu den einzelnen Ausprägungen immer eindeutig zugeordnet werden. Die folgende Tabelle veranschaulicht, wie die Ausprägungen dieses Kriteriums innerhalb der untersuchten Gruppe verteilt sind.

Interview №	Journalismus	Journalismus mit diplomatischen Ansätzen	Journalismus mit diplomatischem Bewusstsein	Diplomatie
5		X		
8		X		
9		X		
13		X		
7	X			
10	X			
11	X			
14	X			
4		X		
6		X		
2			X	
3			X	
12			X	

Tabelle 3: Zuordnung der befragten DW-Journalisten nach dem Kriterium *Identifikation mit Diplomatie*

Es ist festzuhalten, dass keiner der Befragten seiner Arbeit hauptsächlich eine diplomatische Funktion zuschreibt. „Ich sehe mich nicht als Diplomat, ich sehe mich schon als Journalist, ich habe auch nicht den Auftrag, Deutschland besser darzustellen, als es ist.“ (13/8), darin sind sich alle Interviewpartner einig. Obwohl viele der Befragten sich ausschließlich mit einer journalistischen Funktion identifizieren, können bei ihren Antworten zu Fragen nach *public diplomacy* und Kulturdialog als Aufgabe des Auslandsrundfunksenders implizit diplomatische Indizien festgestellt werden. Sie halten den Kulturdialog durch die DW für möglich, was eigentlich dem Konzept *public diplomacy* im breiten Sinne entspricht (vgl. im Theorieteil Abschnitt 1.5.3) und gewisse diplomatische Ansätze widerspiegelt. Das kann bei Äußerungen erkannt werden wie: „Ich denke, wir liefern natürlich automatisch, wenn wir Informationen liefern, Analyse präsentieren, Meinungen darstellen, auch wieder ein Grundgerüst für public diplomacy, aber DW ist aus meiner Sicht gut beraten, nicht public diplomacy im engeren Sinne zu betreiben“ (13/7). Diese Befragten werden der Ausprägung **Journalismus mit diplomatischen Ansätzen** zugeordnet. Journalisten, die hingegen sowohl eine diplomatische Funktion ablehnen, als auch den interkulturellen Austausch und Kommunikation durch den Auslandssender kaum für möglich halten, werden der Ausprägung **Journalismus** zugeordnet. Bei einigen Interviewpartnern kann **Journalismus mit diplomatischem Bewusstsein** beobachtet werden, was von Aussagen abgeleitet wurde wie: „Ich bin Journalistin, aber ich habe einen Auftrag, der manchmal auch an die Diplomatie grenzt“ (3/4). Diese Gruppe ist nicht



nur von einem effektiven Dialog zwischen verschiedenen Kulturen mittels des Auslandsrundfunks überzeugt, was in der folgenden Typenbeschreibung deutlich wird, sondern identifiziert sich darüber hinaus im Unterschied zu der zweiten Gruppe, Journalismus mit diplomatischen Ansätzen, explizit mit einem gewissen diplomatischen Auftrag.

Um eine bessere Übersicht zu gewährleisten, wurden die beiden Tabellen mit den jeweiligen Merkmalausprägungen in ein Koordinatensystem übertragen, das die fünf ermittelten Selbstverständnistypen in den Mittelpunkt stellt. Der Repräsentant, die Alternative Stimme, der Europamissionar, der Demokratieförderer und der Mittler im Kulturdialog haben sich innerhalb der untersuchten Gruppe als Typen auskristallisiert.

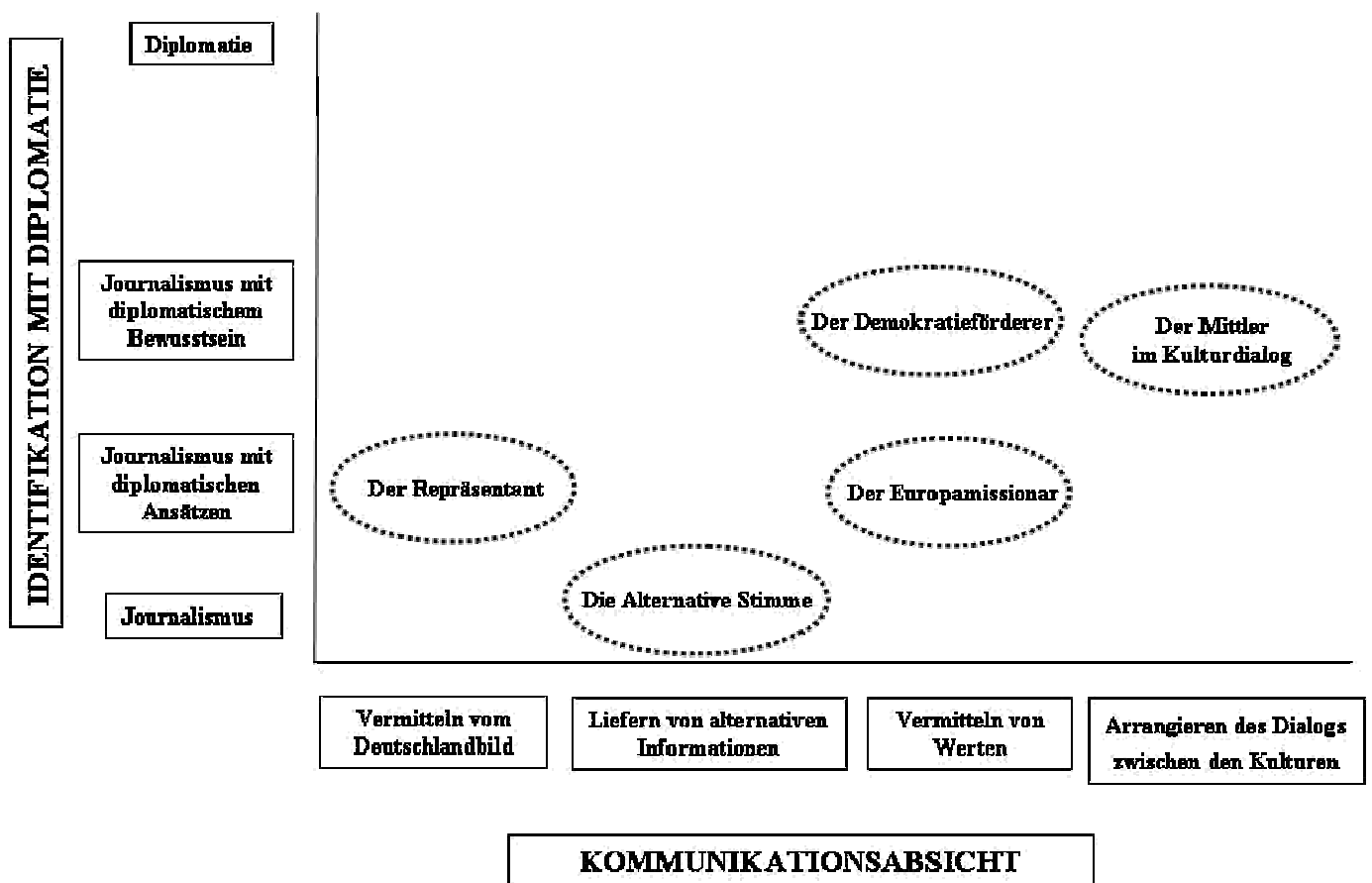


Abbildung 2: Typologie des Selbstverständnisses von DW-Journalisten

Die endgültige Zuteilung der Befragten zu den Typen wurde hauptsächlich mittels Aussagen zu Kommunikationsabsichten und Äußerungen zu diplomatischer Funktion vollzogen. Zudem wurden auch Äußerungen berücksichtigt, die in anderem Zusammenhang gemacht wurden, aber dennoch eventuelle Rückschlüsse auf diese beiden Aspekte ermöglichen. Beim Zweifel in der Entscheidung zwischen zwei Typen war auch der Gesamteindruck von dem Interviewgespräch für die endgültige Entscheidung ausschlaggebend.

Die DW-Redakteure konnten meistens nicht völlig eindeutig nur einem einzigen Typus zugeordnet werden. Denn jeder der Befragten ist eine Persönlichkeit mit ihren ganz individuellen

Eigenheiten und Besonderheiten, die sich auch auf sein journalistisches Selbstverständnis auswirken, und in sich eher eine Kombination von verschiedenen Selbstverständnistypen vereinigt. Das ist der Grund, warum es der Autorin dieser Arbeit sehr schwer fiel, klare Grenzen zwischen den einzelnen Typen zu ziehen, sie bleiben eher fließend.<sup>33</sup> Insofern sind Typologien immer eine Konstruktion und niemals Abbildes der Wirklichkeit (Meyen 2003, S. 151). Da aber das erhobene Material strukturiert und analysiert werden sollte, mussten Vereinfachungen und Reduzierungen von Aspekten in Kauf genommen und akzeptiert werden. Damit die Besonderheiten und Feinheiten bei der Analyse trotzdem nicht ganz verloren gehen, werden die nachfolgenden Beschreibungen von den Typen immer durch ein konkretes Beispiel ergänzt und komplettiert.

### 2.1 Der Repräsentant (5, 8, 9, 13)

Der Repräsentant sieht seine journalistische Hauptaufgabe darin, ein authentisches „ausgeglichenes, fundiertes, balanciertes Bild“ (13/2) Deutschlands „im europäischen Kontext“ (5/6) in die Welt zu vermitteln. Nicht nur Positives über Deutschland, sondern auch kritische Worte und Töne gehören deshalb zu seiner Berichterstattung. Ferner geht es ihm darum, deutsche Sichtweisen zu Geschehnissen in der Welt darzulegen und zu erklären. Seiner Arbeit schreibt er große Verantwortung zu, denn die Repräsentanten können mit einer Situation nicht zufrieden sein, wo andere, d.h. nicht deutsche Medien wie *BBC* oder *CNN* über Deutschland in der Welt nur verkürzt und tendenziell berichten, „das darf nicht sein“ (5/4).

Die Vertreter dieses Typus legen großen Wert auf die möglichst sachliche und korrekte Wiedergabe von Fakten und Informationen und zählen Ausgewogenheit und Objektivität der Berichterstattung zu ihren professionellen Standards. Sie lehnen jede Form von Sensationsjournalismus ab. Interpretierende Elemente wie Kommentieren und Analysieren schließen sie nicht aus, Informationen und Meinungen müssen allerdings strikt getrennt werden. Die in der Welt vorherrschende Unmenge an Informationen erfordert von ihnen auch einordnende Leistungen, denn was dem Publikum fehlt, seien nicht Informationen, sondern „das große Bild, was dahinter steckt, die Analyse, das Deutlichmachen von Zusammenhängen“ (13/3). Dieser Befund korrespondiert mit ihrer Zielsetzung, das Deutschlandbild in die Welt nicht nur zu vermitteln, sondern auch zu erklären. Dabei wollen sie eine möglichst große Vielfalt an Meinungen und Sichtweisen verbreiten, denn eine bestimmte Meinung „interessiert niemand“ (9/5). In erster Linie geht es darum, ein „Maximum an Informationen“ (13/7) anzubieten, damit sich das Publikum seine eigene Meinung über Deutschland bilden kann. Somit ist festzuhalten, dass der Repräsentant Grundzüge sowohl vom Rollenbild des Informationsvermittlers, als auch des Kompasses, die im theoretischen Teil vorgestellt wurden, in sich vereinbart.

Das journalistische Selbstverständnis des Repräsentanten spiegelt sich eindeutig in seinem Publikumsbild wider. Die Vertreter dieses Typus gehen von einem mündigen Publikum aus, das sehr

---

<sup>33</sup> Aus diesem Grund sind die Ellipsen in Abbildung 2 mit gepunkteten Konturen gezeichnet.

gut gebildet ist und eine wichtige Rolle im politischen und gesellschaftlichen Leben des jeweiligen Sendegebietes spielt. Es ist durchaus an internationaler Politik, aber vor allem an Deutschland interessiert. Um die gesuchte Information über Deutschland möglichst adäquat anbieten zu können, setzen sie ihr Publikum und seine Erwartungen ins „Zentrum“ (13/5) ihrer Tätigkeit. Das bedeutet aber nicht, dass jeder Publikumswunsch in Erfüllung gehe (13/5), betont ein Redaktionsleiter. Diese Ausrichtung am Publikum mag mit dem Wunsch verbunden sein, mehr und mehr „Deutschland-Anhänger“ für die DW-Angebote zu gewinnen. Unter den Repräsentanten gibt es eine Ausnahme, für die als zentraler Orientierungsmaßstab bei ihrer Arbeit die Meinung ihrer Kollegen und die journalistischen Standards gelten (8/4). Da aber diese Redakteurin alle anderen Merkmale des Repräsentanten aufweist, wird sie diesem Typus zugeordnet.

Kennzeichnend für diese Gruppe ist, dass sie einen Kulturdialog mit Hilfe des Auslandsrundfunks für möglich hält und ihre Aufgabe hauptsächlich darin sieht, durch Informationsvermittlung den Dialog anzustoßen, „damit Menschen, die bereit sind, eine Diskussion zu führen, [...] auch den Stoff haben“ (13/7). In diesem Sinne ist auch ihr Verständnis von *public diplomacy* zu deuten. Aus der Sicht der Repräsentanten sei die DW „gut beraten, public diplomacy nicht im engeren Sinne zu betreiben“ (13/7), im Auftrag des Auswärtigen Amtes, weil sie dadurch ihre journalistische Unabhängigkeit, die sie sehr hoch schätzen, preisgeben würden. Sie ordnen ihre Arbeit als Teil „der auswärtigen Kulturpolitik der Bundesrepublik Deutschland“ (5/6) ein. Dabei streben sie durch eine ausgeglichene und kritische Berichterstattung gegenseitigen Respekt und Verständnis mit anderen Völkern und Nationen an, was dem Konzept des Dialogs der Kulturen und *public diplomacy* im breiten Sinne entspricht (vgl. im Theorieteil Abschnitt 1.5.3). Aus diesem Grund impliziert diese Zielsetzung diplomatische Indizien. Der Repräsentant versteht sich jedoch als Journalist und hält „wenig von der Diplomatie im Journalismus“ (5/7). Er legt großen Wert darauf, dass dieser Dialog nicht diplomatisch geführt wird, dass sowohl Positives als auch Negatives über Deutschland berichtet wird. Der „Klartext“ (5/7) ist für ihn höchstes Gebot. Dieser Typus identifiziert sich in erster Linie mit einer journalistischen Funktion, nur impliziert und ansatzweise ist diplomatisches Verständnis bei ihm vorhanden.

Folglich ist es nicht verwunderlich, dass er sich als Journalist in einer demokratischen Gesellschaft dazu legitimiert fühlt, Politiker zu kritisieren und ihnen auf die Finger zu schauen. Obwohl bei einer Repräsentantenfunktion eine gewisse Politiknähe eher zu vermuten wäre, lehnt sie der Repräsentant eindeutig ab. „Wir sehen uns schon in einer Kontrollfunktion, überhaupt als Journalisten, die DW sieht es genau so.“ (5/5), betont ausdrücklich ein stellvertretender Redaktionsleiter. Diese Funktion nehmen sie in Anspruch auch in Sendegebieten mit eingeschränkter Pressefreiheit, „wo die Medienlandschaft dazu nicht fähig ist“ (13/7).

Trotzdem schätzen die Vertreter dieser Gruppe ihr Machtpotential als „marginal“ (8/5) ein. Sie vertreten die Auffassung, dass die öffentliche Meinung eher die Arbeit der Medien beeinflusse als umgekehrt. In manchen Fällen können sie sich ein bestimmtes Wirkungspotential zuschreiben,

„jedoch nicht auf Dauer und durchgehend“ (13/7). Diese Besonderheit mag auf die Vorstellung des Repräsentanten zurückgeführt werden, nicht genug Hörer/User zu erreichen. Somit fehlt die Grundvoraussetzung für eine mögliche Medienwirkung.

Unter den Repräsentanten wird die Konkurrenz mit den anderen Auslandssendern vergleichsweise gering empfunden. Mit dem „deutschen und zentraleuropäischen Schwerpunkt“ (13/6) haben sie eine ganz andere Ausrichtung als *BBC-World Service* oder *CNN International*, wo vor allem britische und amerikanische Sichten projiziert werden. „Wir haben mit Sicherheit eine Nische, wo keiner uns Konkurrenz machen kann.“ (9/5), so der Haupttenor in den Äußerungen der Repräsentanten. Im Hinblick auf sein Aufgabenverständnis ist es nicht verwunderlich, dass sich der Repräsentant als Mitarbeiter des deutschen Auslandssenders unter seinen potentiellen Konkurrenten am kompetentesten fühlt, wenn es um Berichterstattung über Deutschland geht.

Kennzeichnend für die vier Redakteure in dieser Gruppe ist es, dass sie alle in solchen Redaktionen tätig sind, deren Sendegebiete keine bestimmten Länder mit klaren staatlichen Grenzen sind, sondern große Weltregionen (russische und arabische Sprachredaktion), oder welche weltverbreitete Programme (englische Redaktion) veranstalten. Blickt man auf den beruflichen Werdegang der Repräsentanten, ist auffällig, dass die Befragten eher per Zufall oder als Quereinsteiger in den Journalismus kamen. Nur ein Interviewpartner (13) macht eine Ausnahme. Er hat zwar nicht Journalistik oder ähnliche Fächer studiert, dennoch hat er während des Studiums der Geschichte, Politikwissenschaft und Slawistik mit redaktioneller Tätigkeit bei kleineren Zeitungen angefangen und als Berufsziel immer Journalismus gehabt. Gemein ist allen, dass sie die DW deshalb als für sie den richtigen Arbeitsplatz sehen, weil sie sich sehr gut mit ihrem Auftrag als Auslandsrundfunk identifizieren können, nämlich „zwischen Deutschland und dem Ausland zu vermitteln und Leuten im Ausland, Sachen über Deutschland zu erklären“ (8/1). Das spiegelt sich eindeutig in ihrem Aufgabenverständnis wider.

### **BEISPIEL 1: Redakteurin von dem arabischen Radioprogramm, 51 Jahre, verheiratet, mit drei Kindern (9)**

Die Redakteurin ist in Syrien geboren, studierte dort Volkswirtschaftslehre und war Jahre lang in der freien Wirtschaft tätig. Sie ist mit einem Deutschen verheiratet. Als sie nach Deutschland kam, hat sie zum Journalismus gewechselt. „Ich habe es eigentlich nicht ausgesucht, ich bin per Zufall hier gelandet.“ (9/2), so beschreibt sie ihren Weg ins DW-Haus. Am Anfang machte sie vor allem Übersetzungen und später verfasste sie auch eigene Beiträge. In dieser Zeit lernte sie viel über das journalistische Handwerk von erfahrenen DW-Redakteuren. Sie ist seit 10 Jahre bei der DW. Da ihre Kinder bereits erwachsen sind, kann sie sich mehr Zeit für ihre Arbeit nehmen und betrachtet den Journalismus als „eine andere Phase“ (9/3) in ihrem Leben. Faszinierend daran findet sie vor allem, dass man „unheimlich viel lernt“ (9/1) und Neues entdeckt. Darüber hinaus hat sie in der DW die Gelegenheit, sich ständig mit Problemen ihrer Heimatregion, der arabischen Welt,

auseinanderzusetzen und in ihrer Muttersprache zu arbeiten. Darauf ist ihre hohe Berufszufriedenheit in erster Linie zurückzuführen.

Zurzeit gehören zu ihrer Arbeit viele organisatorische Aufgaben, am meisten gefällt es ihr aber, im Studio zu sitzen und zu moderieren, einen Gesprächspartner „hinter dem Mikro sitzen zu haben und mit ihm zu sprechen“ (9/6) und zu diskutieren. „[...] den arabischen Hörern zu zeigen, was Deutschland denkt“ (9/6), die deutsche Kultur, Politik, Mentalität zu erklären, darin sieht sie ihre Hauptaufgabe als DW-Journalistin. Dabei legt sie großen Wert nicht nur auf die reine Faktenvermittlung, sondern auch auf die umfassende Hintergrundberichterstattung und tadelt den schnellen, aber dafür unpräzisen Journalismus. „Ich verachte ein bisschen, dieses Schnelle, ich bin der erste, der was bringt.“ (9/3), erläutert sie ihre Auffassung. Sie versteht sich nicht als „Meinungsmacher“ (9/5), deshalb will sie ihrem Publikum eine möglichst große Vielfalt an Meinungen anbieten, damit sich die Hörer selber ihre eigene Meinung bilden können. Somit sei auch die Subjektivität der Berichterstattung möglichst gering gehalten. Diese Ansicht ist völlig im Einklang mit dem Postulat der Objektivität und Neutralität, das sie als journalistischen Grundsatz sehr hoch schätzt. Obwohl sie eine ausgeprägte politische Meinung hat, bringt sie ihre Ansichten infolgedessen in ihre Arbeit nicht ein. „Das ist alles privat, für meine Arbeit brauche ich diese Meinung nicht.“ (9/7), erklärt sie ausdrücklich. Sie sieht die Rolle des Auslandsrundfunks im Dialog der Kulturen vor allem als Vermittler von Wissen über Deutschland in einem europäischen Kontext. Denn „zum Dialog gehört Wissen“ (9/6), wenn das Wissen fehle, dann könne keine vernünftige Diskussion geführt werden, so argumentiert sie ihr Verständnis. Von einer diplomatischen Funktion distanziert sich die Redakteurin. Diplomat zu sein ist für sie eine ganz andere Funktion, die für ihre alltägliche Arbeit nicht relevant ist.

Für ihr Publikum will sie als die beste Informationsquelle über Deutschland fungieren. Sie weiß, dass ihr Publikum, die arabische Bevölkerung sehr daran interessiert ist, „was die Deutschen denken“ (9/6). Durch interaktive Formate strebt sie einen engeren Kontakt mit ihren Hörern an, vor allem mit den jüngeren, „weil die Zahl der jungen Leute in der arabischen Welt sehr groß ist“ (9/4), unterstreicht sie. Sie bilden folglich einen wichtigen Teil ihrer Zielgruppe. Sie will mehr über ihr Publikum wissen, um ihre Beiträge besser an seinen Bedürfnissen ausrichten zu können. Die empirischen Ergebnisse zu Hörerschaftsstruktur sind ihr daher äußerst wichtig, aber sie sind „bei weitem nicht genug“ (9/4), um sich ein richtiges Bild von ihrem Publikum zu bilden.

Die anderen Auslandssender, wie *BBC-World-Service*, stellen für sie keine große Konkurrenz dar, weil die DW ganz woanders ihren Schwerpunkt setzt: „Wir bringen ein Bild von Deutschland in erster Linie, was BBC absolut nicht tun kann.“ (9/5). Mit ihrer Berichterstattung glaubt sie, eine Nische auf dem Markt zu besetzen, wo kein Konkurrenzdruck besteht. Als gewissen Konkurrenten betrachtet sie den britischen Auslandssender lediglich im Hinblick auf seine Berichterstattung über die arabische Welt, weil dort Großbritannien als ehemaliger Besatzer vieler arabischer Länder einen

deutlichen Wissensvorsprung habe. Da sie aber diesen Teil ihrer Arbeit nicht als zentral sieht, sei das kein Problem.

Obwohl sie sich manchmal durch den Zeitdruck und fehlende Hintergrundinformationen bei ihrer Arbeit eingeschränkt fühlt, stuft sie die Praxisrelevanz ihrer Arbeitsziele als relativ hoch ein. Sie bringt es auf den Punkt: „von dem Wunsch, wie ich arbeiten will, da gucke ich nicht weg“ (9/7).

### **2.2 Die Alternative Stimme (7, 10, 11, 14)**

„Alternative Informationen für solche Märkte und Länder zu bieten, die keinen freien Zugang zu Informationen haben, wo die Journalisten verfolgt werden.“ (11/6), so definieren die Vertreter dieses Typus ihre Hauptaufgabe im journalistischen Alltag. Kein Zufall ist daher die Tatsache, dass die Redakteure, die diesem Typus zugeordnet werden, gerade in Redaktionen tätig sind, deren Sendegebiet fehlende oder sehr stark eingeschränkte Medienfreiheit aufweisen. Sie sorgen dafür, dass ihr Publikum Informationen bekommt, die es sonst nicht bekommen würde. Dabei legen sie großen Wert auf den etwa anderen, alternativen Blickwinkel der Darstellung, anders von dem, den das Publikum tagtäglich bekommt. Aus dieser Zielsetzung wurde der Name des Typus abgeleitet. Sie setzen den Schwerpunkt ganz klar auf Berichterstattung über die Region, um einen freien Informationsfluss innerhalb des Sendegebietes zu unterstützen und die bestehenden Wissenslücken zu schließen. Erst an zweiter Stelle kommt die Darstellung deutscher Sichtweisen zu politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Themen im europäischen Kontext (7/5-6; 11/6; 14/7). In diesem Punkt unterscheidet sich dieser Typus von dem Repräsentanten oder genauer gesagt, hat er ein um einiges erweitertes Aufgabenverständnis. In manchen Fällen gilt die Berichterstattung über Deutschland und deutsche Sichtweisen als die alternative Information. „[...] das ist die Stimme Deutschlands, aber auch eine alternative Stimme“ (10/7), erläutert die Leiterin der englischen Onlineredaktion und verweist darauf, dass gerade in der Englisch sprechenden Welt ein anderer Blick auf die Weltereignisse als der von *BBC* und *CNN* benötigt werde.

Ähnlich wie der Repräsentant stellt dieser Typus sowohl informierende als auch interpretierende Leistungen in den Vordergrund. Dabei gilt wieder die klare Trennung zwischen Nachricht und Kommentar als höchstes Gebot. Bei einem Kommentar geht es seiner Ansicht nach darum, „Dinge in Perspektive zu rücken“ (14/1) und Zusammenhänge zu erklären. Objektivität kann in seinen Augen zwar nicht vollkommen erreicht werden, denn die Journalisten betrachten die Welt aus ihrer individuellen Perspektive, was sich auf die massenmediale Vermittlung auswirke. „Berichterstattung ist sowieso so objektiv nicht, weil durch die Themensetzung die Meinung einfach da ist.“ (14/6), begründet seinen Zweifel ein Redaktionsleiter. Dennoch schreiben sie rein informative Beiträge „möglichst objektiv und ausgewogen“ (14/6). Ziel sei es, ihr Publikum in die Lage zu versetzen, sich seine eigene Meinung trotz der beschränkten Informationsmöglichkeiten im Sendegebiet zu bilden. Charakteristisch für die Vertreter dieser Gruppe ist, dass sie sich auf die Seite des kleinen Mannes schlagen. Sie übernehmen die Perspektive des einzelnen Menschen, sie



interessieren sich für das individuelle Schicksal (7/5; 14/7). Darin können Grundzüge vom journalistischen Rollenbild des Anwaltes (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.2.2) erkannt werden.

„Der kleine Mann“ sind für diese Gruppe aber keine unmündigen Menschen, die nicht fähig sind, ihre Interessen zu erkennen, was traditionell mit einer advokatorischen Leistung einhergeht, sondern Entscheidungsträger, Studenten, Hochschullehrer, die „an einer alternativen Meinung“ (10/5) aus Deutschland und Europa interessiert sind. Somit spiegelt das Publikumsbild ganz klar das journalistische Selbstverständnis dieses Typus wider. Obwohl ihnen der Kontakt mit dem Publikum ziemlich wichtig ist und sie ihn durch interaktive Möglichkeiten dank Internet zu intensivieren versuchen, sind sich die Vertreter dieses Typus bewusst, dass nur ein sehr geringer Teil ihres Publikums in Kontakt mit ihnen tritt, was „nicht repräsentativ für alle Hörer“ (14/6) sei. Deshalb haben sie bei ihrer täglichen Arbeit neben ihrem Publikum vor allem „die Kollegen, die Chinesen im Hinterkopf“ (7/5), kommentiert die Leiterin der chinesischen Onlineredaktion über ihre chinesischen Mitarbeiter. Bei diesem Typus fungieren im Gegensatz zu dem ersten vor allem die Kollegen als wichtige Referenzgruppe.

Im Unterschied zu den Repräsentanten vertritt diese Gruppe die Auffassung, dass die DW in einem Dialog zwischen den Kulturen nur eine marginale Rolle spielen kann. Ihr journalistischer Beitrag sollte „als solche Möglichkeit auch nicht überschätzt werden“ (11/6). Sie nehmen folglich den Auslandssender eindeutig aus dem Bereich *public diplomacy* heraus. Weder im breiten noch im engeren Sinne, d.h. „durch das Auswärtige Amt gesteuert“ (14/6) erachten sie diesen Begriff als relevant für ihre Arbeit. Für sie liegt ganz klar „der Schwerpunkt beim Journalistischen“ (11/7). Insofern können bei dieser Gruppe gar keine diplomatischen Anätze beobachtet werden. Sie identifizieren sich ausschließlich mit einer journalistischen Funktion. Diplomaten seien sie nicht und seien froh darüber, dass sie „schwierige und kritische Themen“ (14/7) im Programm thematisieren können, auch wenn sie der anderen Seite nicht passen, und auch „mit Kritik nicht hinter den Berg halten“ (11/7). In diesem Zusammenhang legen sie viel mehr Wert als alle anderen Befragten auf ihre redaktionelle Freiheit und die Möglichkeit, die deutsche Politik kritisch zu begleiten. Wenn sie als öffentlich finanzierter Sender kritisch über die eigene Regierung berichten, „dann ist es umso glaubwürdiger, was wir für die anderen schreiben“ (10/6), betont eine Redaktionsleiterin. Die kritische Berichterstattung erhöhe ihre Glaubwürdigkeit, darin sehen sie einen besonderen Ansporn dafür, Politikern gegenüber noch kritischer zu sein. Hinsichtlich dieses Aspekts macht jedoch eine der Befragten in dieser Gruppe eine Ausnahme. Die Politiker zu kritisieren sei nicht ihre Aufgabe (11/5). Für sie sind die Politiktreibenden hingegen wichtige Gesprächspartner und Informationsgeber. Da sie aber in allen anderen Aspekten dem Typus Alternative Stimme entspricht, wurde sie in diese Gruppe eingeteilt.

Vor dem Hintergrund ihres Aufgabenverständnisses ist es einleuchtend, dass dieser Typus ein gewisses Wirkungspotential seiner Tätigkeit zuschreibt. Indem er einen alternativen Blick auf die Geschehnisse vor Ort und in der Welt anbietet, glaubt er die Öffentlichkeit seines Sendegebietes in

gewissem Maße zu beeinflussen (7/4; 10/7). In diesem Punkt unterscheidet er sich deutlich von den Repräsentanten. Die Medien beeinflussen die öffentliche Meinung in seinen Augen vor allem durch die Themensetzung und die Art und Weise der Themenbehandlung (14/6). Als Beweis für diese Wirkung führen die Vertreter dieses Typus die Tatsache an, dass die DW-Beiträge immer wieder von den Medien im Sendegebiet in Anspruch genommen und zitiert werden.

Als wesentliche Anforderungen für ihre Arbeit erachten die Vertreter dieser Gruppe ein hohes Verständnis und Wissen über die politische und soziale Situation in ihrem Sendegebiet, damit man sich in die Lage seines Publikums versetzen kann (10/3; 11/3). Auffallend ist, dass alle Redakteure aus dieser Gruppe entweder selber aus dem jeweiligen Sendegebiet kommen oder lange Zeit dort verbracht haben und somit diese Anforderungen erfüllen.

Dieser Typus schätzt vor allem eine kreative Form des Schreibens. Die Vertreter dieser Gruppe ziehen deshalb solche journalistische Darstellungsformen vor, die viel Kreativität, Originalität und Spontaneität zulassen. Sie schreiben gern Features und moderieren live Interviewgespräche im Studio, wo sie ihr journalistisches Talent zum Ausdruck bringen können. Gute journalistische Leistung ist für sie, wenn die Themen interessant angeboten werden, so dass der Hörer gerne zuhört, und „wenn man Aha-Effekte erzeugt“ (14/3). Betrachtet man die berufliche Laufbahn der DW-Redakteure aus dieser Gruppe können Begründung und Erklärung für eine solche Art vom Journalismus gefunden werden. Alle Vertreter haben Sprachwissenschaften studiert, von Germanistik über Slawistik bis zum klassischen Chinesisch und sich folglich intensiv mit Sprachstrukturen und sprachlichen Feinheiten auseinandergesetzt, was ihnen einen kreativen Umgang mit der Sprache ermöglicht. Ferner sind sie zum Journalismus aus einer Art „künstlerischen Anspruchs“ (14/1) gekommen. Die Arbeit mit der Sprache, mit Text und Bildern, aber auch mit Ton und Klang hat sie immer gereizt.

Im Privatleben ist die Familie „das Allerwichtigste“ (11/7) für die vier Journalisten in dieser Gruppe, deshalb ist es ihnen äußerst wichtig, Zeit mit der eigenen Familie zu verbringen. Da ihnen die DW als Arbeitsgeber die Vereinbarkeit der Arbeit mit der Familie in gewissem Maße ermöglicht, sind sie höchst zufrieden mit ihrem Beruf. Die Redakteurinnen mit kleinen Kindern in dieser Gruppe (7/3; 10/8) fühlen sich als Mütter im deutschen Auslandssender sehr gut aufgehoben. Dieser Typus nimmt sich auch die Zeit für Hobbys, Privatinteressen und Sozialengagement.

### **BEISPIEL 2: Redaktionsleiterin der chinesischen Onlineredaktion, 42 Jahre, verheiratet, mit einem Kind (7)**

„Journalistin zu werden war für mich immer ein Traum.“ (7/1), so formuliert die Leiterin der chinesischen Onlineredaktion ihre Berufswahl. Bis ihr Traum in Erfüllung ging, legte sie einen langen Weg hinter sich. Unter ihren Berufswünschen war auch Diplomatie wegen ihres starken Interesses für Ausland und andere Sprachen. Aus verschiedenen Gründen sollte sie aber diesen Traum sterben lassen. Dennoch studierte sie in ihrem Heimatland, China, Deutsch und Englisch an einer Hochschule, wo Diplomaten ausgebildet werden. Dort sammelte sie ihre ersten journalistischen Erfahrungen durch

Mitarbeit an der Uni-Zeitschrift. Als sie nach Deutschland kam, studierte sie Germanistik. Nach ihrem Abschluss arbeitete sie zunächst etwas ganz anderes, aber ihr Interesse an der Arbeit mit Sprachen führte sie letztlich zum Journalismus. Der Journalismus faszinierte sie vor allem durch das darstellerische, kreative Element und durch das Freiheitsgefühl, das man in diesem Beruf genießen könne. „Journalismus ist bei Weitem der Beruf, wo man sich sehr frei betätigen kann, wo man relativ vieles zustande bringen kann.“ (7/2), das gefällt ihr. Sie fand ihren Einstieg in Journalismus durch ein Praktikum im chinesischen DW-Radioprogramm. Das DW-Haus zieht sie als journalistischen Arbeitsort vor, weil er ihr erlaubt, in Deutschland zu wohnen, aber gleichzeitig in ihrer Muttersprache zu arbeiten. Das ist ihr als Journalistin ziemlich wichtig, denn „nur in der Muttersprache kann man richtig frei denken, und diese Gedanken vernünftig in eine gute Struktur bringen“ (7/2).

Als Chinese ist sie mit der Situation fehlender Presse- und Meinungsfreiheit sehr gut vertraut. Nicht zuletzt aus diesem Grund setzt sie sich in erster Linie als Arbeitsziel, „die Leute vor Ort mit Nachrichten zu versorgen“ (7/5), die ihnen normalerweise vorenthalten bleiben, und zu einem normalen Informationsfluss in ihrem Sendegebiet beizutragen. In diesem Zusammenhang ist ihr ferner äußerst wichtig, „Menschen mit anderer Meinung zu Wort kommen“ (7/6) zu lassen, die sonst ihre Ansichten nie frei äußern können. Als zusätzliche Aufgabe betrachtet sie die Darstellung deutscher und europäischer Sichten und Perspektiven. Im Vordergrund stehen jedoch immer bilaterale Themen wie Zusammenarbeit und Kooperation zwischen China und Deutschland. Somit setzt sie dabei wieder ihr Sendegebiet, China, ins Zentrum der Berichterstattung. Den Kulturaustausch zu fördern, gehört nicht zu ihren primären Aufgaben. In ihren Beiträgen finden sowohl informierende als auch interpretierende Aspekte ihren Platz. Trennung von Nachricht und Meinung und Neutralität sind die journalistischen Grundsätze, die bei ihrer Arbeit große Beachtung finden. Obwohl sie am Paradigma der absoluten Neutralität und Objektivität zweifelt, versucht sie ihre Berichte „möglichst neutral“ (7/5) zu verfassen. Meinungsäußerung gehört ausschließlich in den Kommentarteil, wobei sie nicht nur eine, sondern eine Vielfalt von Ansichten dem Publikum anbietet. Mit ihrer Berichterstattung will die Journalistin vor allem „die Multiplikatoren“ (7/4) erreichen, Lehrer, Professoren, Studenten, die sich für „eine andere Perspektive von Deutschland, Europa“ (7/4) interessieren. Obwohl ihr der Kontakt mit dem Publikum sehr wichtig ist und sie ihn zu intensivieren versucht, nimmt sie vor allem die Meinungen ihrer Kollegen in Anspruch. Bei Nachrichtenentscheidungen hat sie immer „die Kollegen, die Chinesen im Hinterkopf“ (7/5), mit denen sie arbeitet.

Was ihr Diplomatieverständnis angeht, versteht sich die Befragte als Journalistin. Diplomatie und diplomatisches Verhalten stoßen bei ihr auf Ablehnung. „Auf keinen Fall Diplomatie, auf keinen Fall Propaganda, auf keinen Fall“ (7/6), formuliert sie es kategorisch. Das DW-Gesetz und die Programmgrundsätze seien für sie „nur Rahmenbedingungen“ (7/6), innerhalb derer sie ihre journalistische Arbeit absolut unabhängig verrichtet. In ihrem journalistischen Alltag genießt sie absolute Freiheit. „Es gibt keine Vorgaben, du musst so kommentieren und nicht anders“ (7/6), beschreibt sie ihre Arbeitsbedingungen. Als Journalistin fühlt sie sich dazu legitimiert, den Politikern

auf die Finger zu gucken. Das Kontrollieren manifestiert sich ihrer Ansicht nach im ständigen kritischen Nachfragen und im daraus entstehenden öffentlichen Druck auf die Politiktreibenden.

In ihrem Privatleben hat die Familie und ihre kleine Tochter höchste Priorität, deshalb ist es ihr äußerst wichtig, Zeit für sie zu haben. Da sie sich in der DW auch als Mutter anerkannt fühlt und problemlos Familie und Beruf vereinbaren kann, ist sie trotz Zeit- und Leistungsdrucks sehr zufrieden mit ihrer Arbeit.

### 2.3 Der Europamissionar (4, 6)

Wie der Repräsentant will der Europamissionar die deutsche Kultur, Wirtschaft und Politik in seinem Sendegebiet transportieren, ähnlich wie die Alternative Stimme eine andere Perspektive dort einbringen, den Informationsfluss erleichtern und „auch da den Finger in die Wunde legen, wenn die lokalen Medien die Themen unter den Teppich fegen“ (6/6), „aber nicht nur“ (4/4). In erster Linie geht es ihm darum zu erklären, „was ist eigentlich Europa, was sind die Wirklichkeiten, die sich hinter dieser europäischen Demokratie verbergen, was hat der Mensch, der ganz normale Mensch auf der Strasse davon, wenn sein Land ein EU-Mitgliedstaat ist“ (6/6). An der Stelle soll erwähnt werden, dass dieser Typus in Redaktionen tätig ist, deren Sendegebiete Länder sind, die sich auf eine EU-Mitgliedschaft vorbereiten. Europa und die „europäischen Werte zu vermitteln“ (4/7) und sie dem Publikum nahe zu bringen, das ist der Schwerpunkt im Aufgabenverständnis des Europamissionars, in dem er sich von den bisher beschriebenen Typen unterscheidet. In seiner Zielsetzung können Grundzüge eines Bildungsauftrages identifiziert werden und somit erinnert er an den Typus des Pädagogen, der im Theorieteil dieser Arbeit bereits vorgestellt wurde.

Bei der Behandlung der europäischen Themen stellt der Europamissionar die Informations- und Faktenvermittlung in den Vordergrund. Objektivität und Ausgewogenheit der Berichterstattung sind die allerwichtigsten journalistischen Grundsätze, die dieser Typus bei seiner Arbeit in Anspruch nimmt. Seine Aufgabe sieht er darin, „ein Problem oder einen Sachverhalt aus mehreren Perspektiven so darzustellen, dass sich der Hörer seine eigene Meinung dazu bilden kann“ (6/5). Interpretierende Leistungen spielen bei diesem Typus eher eine sekundäre Rolle. Er müsse „nicht unbedingt alles kommentieren“ (4/6). In dieser Hinsicht setzt er sich von dem Repräsentanten und der Alternativen Stimme ab, für die sowohl informierende als auch interpretierende Leistungen wesentliche Aspekte ihres Aufgabenverständnisses sind. Für seine Hörer, die an internationalen Themen interessiert sind und „zu den so genannten Multiplikatoren und Meinungsmachern gehören“ (6/4), will er „der beste Ansprechpartner“ (4/7) sein, wenn es darum geht, europäische Themen zu erklären. Insofern sei ihm der Kontakt mit dem Publikum „sehr wichtig, sehr wichtig“ (6/4), denn dadurch könne er erfahren, wo seine Schwächen, aber auch Stärken liegen, sich daran orientieren und seine Leistung verbessern. Hindeutend auf eine relativ starke Publikumsorientierung ist eine der Anforderungen, worauf dieser Typus bei seiner Arbeit großen Wert legt: „für uns ist es wichtig, [...] Themen so zu setzen und zu verpacken, dass die Hörer im Zielgebiet immer noch das Gefühl haben, diese Themen haben ja was

mit ihrer Lebenswirklichkeit zu tun, das ist immer die Gratwanderung“ (6/5), betont die Leiterin der Mittel- und Südosteuropa-Programme. Die Perspektive der Hörer zu übernehmen und die Berichterstattung dementsprechend zu gestalten, darin sehen die Europamissionare ihre Herausforderung. Die ausgeprägte Publikumsorientierung spiegelt sich auch in der Tatsache wider, dass der Europamissionar im Vergleich zu allen anderen Befragten die Medienangebote im jeweiligen Sendegebiet sehr intensiv in Anspruch nimmt. Somit können sie sehen, was der dortige Nutzer tagtäglich geboten bekommt und „was man ja hier auf unsere Art noch besser machen kann“ (4/5), erläutert der Redaktionsleiter des bosnischen Programms. Der Europamissionar pflegt auch einen intensiven Kontakt mit Journalisten vor Ort und nimmt ihre Meinung über seine journalistischen Leistungen in Anspruch. So will er die Gefahr vermeiden, ein Programm zu machen, „das niemand interessiert“ (6/4). Die engen Beziehungen zu lokalen Journalisten können darauf zurückgeführt werden, dass der Europamissionar die journalistische Arbeit der Medien im Sendegebiet oft als gut bewertet und deshalb die professionelle Meinung der dort Arbeitenden schätzt (4/5). Insofern überrascht auch der Befund nicht, dass sich die Vertreter dieses Typus nicht als Konkurrenten, sondern als „gute Ergänzung [...] zu den Medien in der Region“ (4/7) verstehen.

Wie die bisher beschriebenen Typen versteht sich der Europamissionar vor allem als Journalist und achtet sehr genau darauf, die Grenzen nicht zu überschreiten, „wo man gezielt agiert [...]. Dafür gibt es ein Auswärtiges Amt und dann die Diplomaten“ (4/7). Dennoch glaubt diese Gruppe, durch ihre Arbeit eine Brücke des Dialogs zwischen einzelnen Ländern und Kulturen zu schlagen: „vielleicht klingt das zu dick aufgetragen, aber ich finde, dass wir der beste [...] Ansprechpartner für solche Sachen sind.“ (4/7), erklärt der Redaktionsleiter des bosnischen Programms. Somit lassen sich Indizien für ein Verständnis von *public diplomacy* im breiten Sinne und folglich für ein ansatzweise diplomatisches Verständnis feststellen.

Sicherlich hängt diese Vorstellung von einem effektiven Kulturdialog mittels des Auslandssenders damit zusammen, dass sich der Europamissionar ein gewisses Wirkungspotential attestiert. Für ihn prägen und beeinflussen die Medien die öffentliche Meinung „sehr stark“ (4/7). Dieser Typus ordnet seinem Aufgabenverständnis ferner gewisse Kontrollfunktion im Hinblick auf die Arbeit der Politiker zu. Sie definieren dieses Kontrollieren eher als kritisches Hinterfragen und Begleiten der politischen Prozesse (6/5).

Der berufliche Werdegang der Vertreter dieser Gruppe weist eine Reihe von Gemeinsamkeiten auf. Die beiden Redakteure, die diesem Typus zugeordnet werden, fühlen sich als Menschen und Journalisten sehr stark vom Krieg im ehemaligen Jugoslawien geprägt, den sie persönlich miterlebt haben. Vor allem die Erfahrung, dass es „wirklich gefährlich werden kann, wenn sich auch Medien an so einer Hetze beteiligen“ (4/3), war für den Leiter des bosnischen Programms besonders prägend. Solche Entwicklungen möglichst zu verhindern, darin findet seine Entscheidung, Journalist zu werden, ihre Begründung. Die beiden Redakteure hatten stets das Berufsziel Journalismus im Auge, wenn sie auch nicht immer Journalismus studiert haben. Charakteristisch für

den Europamissionar ist weiterhin, dass er sein journalistisches Handwerk in der DW gelernt hat. Die beiden Redakteure fanden ihren journalistischen Einstieg in der DW und haben „den klassischen Weg“ (4/1) eingeschlagen: Praktikum oder freie Mitarbeit bei der DW während des Studium und im Anschluss daran Volontariat.

### **BEISPIEL 3: Redaktionsleiterin der Mittel-/Südosteuropa-Programme, 46 Jahre, verheiratet, mit zwei Kindern (6)**

Germanistik- und Slawistikstudium, freie Mitarbeit und Volontariat bei der DW – das ist der Weg, der die Befragte ins DW-Haus führte. Die in Mazedonien geborene, aber in Deutschland aufgewachsene Redakteurin fühlte sich immer aufgrund ihrer Neugier auf Menschen und Interesse an der Arbeit mit Sprache zum Journalismus hingezogen. Bereits 23 Jahre in dem Auslandssender, kann sie auf einen langen Berufsweg in der DW zurückblicken, der sie durch viele Stationen und Positionen führt - von Moderatorin im deutschen Programm über Chef vom Dienst bis hin zur Redaktionsleiterin des deutschen Programms und aktuell der Mittel- und Südosteuropa-Programme. Vor allem die kulturelle Vielfalt und der dadurch bedingte „ungeheuerer Fundus an Kompetenzen“ (6/2), die die DW als Auslandsrundfunk anbietet, sind die ausschlaggebenden Faktoren dafür, dass die DW so lange ihr journalistisches Zuhause ist. In ihrem beruflichen Werdegang war ein historisches Ereignis - das Zerfallen vom ehemaligen Jugoslawien - von entscheidender Bedeutung. „[...] die Kontakte mit den Menschen in diesen historischen Umbrüchen“ (6/1) prägten sie als Journalistin und Menschen am meisten.

In ihrem Alltag als Redaktionsleiterin überwiegen administrative und organisatorische Aufgaben. „Die Anzahl der Interviews, Kommentare, Fachgespräche, die man führt, wird immer geringer.“ (6/2), bedauert sie. Dennoch nimmt sie sich bei Gelegenheit die Zeit für klassische journalistische Arbeit. Die Reportagen sind in ihren Augen die journalistische Gestaltungsform, wo man sein Talent am besten unter Beweis stellen kann, denn „wenn sie gut gemacht sind, dann hat man wirklich Kino im Kopf“ (6/3), und das findet sie sehr spannend. Die Reportage stellt darüber hinaus den ganz einfachen Menschen in den Mittelpunkt des journalistischen Interesses, der mit seiner Lebenswirklichkeit für ihre Arbeit eine besondere Bedeutung hat.

Ihrem Publikum Europa und die EU-Ideologie zu vermitteln und nahe zu bringen, stellt sie sich als primäre Aufgabe. „[...] was sind die Wirklichkeiten, die sich hinter dieser europäischen Demokratie verbergen, was hat der Mensch, der ganz normale Mensch auf der Strasse davon, wenn sein Land ein EU-Mitgliedstaat ist“ (6/5), darum geht es vor allem in ihren Programmen und Beiträgen. Im Vordergrund steht immer der einfache Bürger. Aus diesem Grund sei für sie die Neugierde auf die Menschen eine wichtige journalistische Anforderung. Denn „ohne echtes Interesse an den Menschen kann man keine Geschichten erzählen“ (6/1), und das ist der Journalismus, den sie vorzieht. Insofern ist auch nicht verwunderlich, dass ihr der Kontakt mit ihrem Publikum, mit „den so genannten Multiplikatoren“ (6/3) „sehr wichtig, sehr wichtig“ (6/4) sei. Durch Umfragen und



interaktive Möglichkeiten über Internet versucht sie ständig zu erfahren, ob ihr Programm den Hörerwünschen entspricht. Sonst „machen wir hier irgendein Programm, das niemand interessiert“ (6/4), so begründet sie ihr Interesse an den Publikumserwartungen. Das mag auch der Grund dafür sein, warum sie die Berichterstattung der lokalen Medien sehr intensiv verfolgt und einen guten Kontakt mit Journalisten im Sendegebiet pflegt. Dadurch erfahre sie mehr über die Qualität der Informationsversorgung vor Ort. Offenbar bekommt sie somit eine gewisse Orientierung dafür, was noch besser in ihrem Programm gemacht werden kann. Großen Wert legt sie darauf, solche Themen und Aspekte aufzugreifen, die aus verschiedenen Gründen in den lokalen Medien nicht behandelt werden, „weil ja doch der eine oder die andere immer noch Sorge hat, dass es zu gewissen Repressalien kommt“ (6/4). Sie sorgt dafür, dass auch diese alternativen Perspektiven bekannt werden.

Zu ihren Aufgaben zählt sie auch gewisse Aspekte eines Kulturdialogs. Zumindest glaubt sie durch ihre Arbeit, Brücken zwischen den Ländern in der Region zu schlagen, wo angeblich ein Informationsaustausch zwischen den einzelnen Nachbarländern sehr schwierig zustande kommt. Obwohl bei der Befragten somit Indizien von *public diplomacy* im breiten Sinne und folglich von diplomatischem Verständnis zu erkennen sind, versteht sie sich hauptsächlich als Journalistin. In ihren Augen sei die DW „kein Regierungssender, auch nicht der Bauchredner der Opposition“ (6/6). Der Auslandssender sei in der Tat vom Bundestag finanziert, aber in „seinen journalistischen Inhalten vollkommen unabhängig“ (6/6). Kritisches Hinterfragen und Beobachten der politischen Prozesse gehören folglich auch zu ihrem Aufgabenverständnis. In ihrem journalistischen Alltag legt sie großen Wert auf die Grundsätze der Objektivität und der Ausgewogenheit. Ihr Ziel sei es, ihren Hörern eine Vielfalt von Meinungen anzubieten, und sie überlasse ihnen dann die Entscheidung. Als Journalistin schreibt sie sich ein gewisses Einflusspotenzial auf die öffentliche Meinung zu. Sie ist „davon überzeugt“ (6/6), dass ihr Programm „Meinungsmacher“ (6/6) erreiche und deren Ansichten präge.

Als berufstätige Mutter fühlt sie sich oftmals herausgefordert, den „Work-Life-Balance hinzubekommen“ (6/7) und genug Zeit für ihre Familie zu haben. Da sie aber mit ihrem Job sehr zufrieden ist, könne sie sich ein Leben ohne den Journalismusberuf nicht vorstellen. Beruf und Privatleben sind für sie zwei Teile eines Ganzen, die sich gegenseitig ergänzen und ohneeinander nicht existieren können. „[...] im Beruf lade ich manchmal meine Batterien auf, weil die Kinder sehr fordern und umgekehrt genau so. Wenn ich keine Familie hätte, würde mir auch total viel fehlen und würde mich nur der Beruf auch nicht ausfüllen.“ (6/7), erläutert die Redakteurin.

### **2.4 Der Demokratieförderer (2)**

#### **Redaktionsleiterin der Afrika/Nahost-Programme, 38 Jahre, verheiratet, mit drei Kindern**

Zum Aufgabenverständnis dieses Typus gehören sowohl Grundzüge vom Rollenbild des Repräsentanten als auch der Alternativen Stimme. Den Schwerpunkt seiner Tätigkeit setzt er jedoch ähnlich wie der Europamissionar auf die Vermittlung bestimmter Werte. Ihm geht es in erster Linie darum, „Werte von Demokratie, Rechtsstaat, zivilgesellschaftliche Ansätze zu unterstützen“ (2/7).

Von dieser Zielsetzung wurde sein Name abgeleitet. Unabhängig davon, ob er alternative Information anbietet, um den „Informationstransfer“ (2/7) in seinem Sendegebiet überhaupt zu ermöglichen, oder ein Deutschlandbild darstellt, rückt er das Vermitteln dieser Werte in den Vordergrund. Er schreibt sich selbst eine „edukative Funktion“ (2/7) zu, was ihm als Typus sehr nahe zum Rollenbild des Pädagogen (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.2.2) positioniert.

An dieser Stelle soll erwähnt werden, dass dieser Typus viele Ähnlichkeiten zum Europamissionar aufweist, die demnächst angesprochen werden, dennoch unterscheidet er sich in einer Hinsicht deutlich von ihm. Aus diesem Grund wird er als ein weiterer Typus eingeführt. Zu seinem Aufgabenverständnis gehören neben seinen journalistischen Aufgaben auch viel Diplomatie, „das ist sicher 50% der Arbeit“ (2/7), betont die Redaktionsleiterin der Afrika/Nahost-Programme, die als einzige Befragte diesem Typus zugeordnet werden konnte. Im Unterschied zum Repräsentant und Europamissionar, die Journalismus mit diplomatischen Ansätzen aufweisen, ist beim Demokratieförderer ein gewisses diplomatisches Bewusstsein explizit vorhanden. Die Redakteurin verbindet die diplomatische Funktion vor allem mit ihrer Rolle als Vertreterin der Programme „gegenüber der deutschen Öffentlichkeit, respektive der Öffentlichkeit in den Zielgebieten“ (2/7). Ansonsten „tickt“ sie schon journalistisch. Dieses diplomatische Bewusstsein kommt zum Ausdruck auch im Verhältnis dieses Typus zu Politikern. Wie alle anderen Typen will die Befragte die politischen Prozesse sowohl in ihrem Sendegebiet, Afrika, Nahost, als auch die deutschen außenpolitischen Aktivitäten kritisch beobachten und begleiten, aber es gibt „auf jeden Fall auch eine enge Zusammenarbeit“ (2/5) mit den Außenpolitiktreibenden. In dieser Hinsicht grenzt sie sich von allen anderen Interviewpartnern ab. *Public diplomacy* im engeren Sinne, „das Erklären von Diplomatie“ (2/5) gehört aber nicht zu ihren Aufgaben, denn die DW gehöre nicht zum Auswärtigen Amt. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass sich dieser Typus in seinem journalistischen Handeln von keiner Seite beeinflusst fühlt. Es ist festzuhalten, dass sich der Demokratieförderer hauptsächlich als Journalist versteht, aber auch ein gewisses diplomatisches Bewusstsein aufweist.

Ähnlich wie der Europamissionar vertritt der Demokratieförderer die Meinung, dass der Auslandsrundfunk „das Konzept "Dialog der Kulturen" im wahrsten Sinne des Wortes“ (2/4) ermöglicht. Er sieht dabei seinen journalistischen Beitrag darin, den stattfindenden Ideenaustausch zu fördern. Die informierenden Leistungen stehen auch bei diesem Typus im Vordergrund. „Guter Journalismus ist eigentlich kein Essay für mich, sondern informationsbezogen“ (2/2), erklärt die Redaktionsleiterin. Neutralität und Ausgewogenheit werden als die wichtigsten journalistischen Grundsätze verstanden. Komplexe Zusammenhänge zu durchleuchten und zu erklären ist ihr auch wichtig, aber „Information steht immer vorne“ (2/6).

Für den Demokratieförderer ist das Publikum wie für den Europamissionar eine sehr wichtige Referenzgruppe. Sich am Publikum auszurichten sei „überlebenswichtig, sonst überleben wir nicht als Auslandssender“ (2/5), kommentiert die Redaktionsleiterin. Sich in die Lage der Hörer versetzen zu können, sei für die alltägliche Arbeit erforderlich. Das ermögliche ihr, besser einzuschätzen, welche

Hintergrundinformationen noch gebraucht werden, welche Werte noch zu erklären seien. Darin ist auch der Wunsch dieses Typus nach einem engen Kontakt mit dem Publikum begründet. „Es ist nicht so, dass wir hier sitzen und eine Vorstellung vom Publikum haben, wir gehen auch hin und gucken, sind sie noch da, interessieren sie sich für uns, oder hat sich was verändert. [...] Wenn wir im Land sind, [...] versucht man sich mit Hörern einmal zusammzusetzen und über die Programme zu reden.“ (2/5), erklärt die Redaktionsleiterin. Aus ähnlichen Gründen wie der Europamissionar verfolgt der Demokratieförderer die Berichterstattung der Medien im Sendegebiet sehr genau. So könne er sehen, wie Themen präsentiert werden, welche Formate am besten beim Publikum ankommen. Das sei eine Art „Ideensammlung“ (2/5). Dennoch versteht sich dieser Typus als „alternative Stimme“ (2/7) im Unterschied zum Europamissionar, der sich als komplementäre Stimme zu den Medien in seinem Sendegebiet begreift. Vor allem den arabophonen Medien wie Aljazeera, die in der arabischen Welt die eigentliche Konkurrenz als Meinungsmacher darstellen, will er entgegenwirken. Das mag daran liegen, dass der Demokratieförderer die einseitige und tendenzielle Berichterstattung dieser Medien stark tadelt. Die ausgeprägte Publikumsorientierung spiegelt sich ferner in der Bezeichnung „Radio aus der Region für die Region“ (2/7) wider, mit der die Redaktionsleiterin ihre Programme charakterisiert. Die Berichterstattung konzentriert sich stark auf die Bedürfnisse und Nöte der Hörer vor Ort. Ähnlich wie der Europamissionar attestiert sich dieser Typus eindeutig auch ein gewisses Machtpotential als Meinungsmacher.

Wie bereits angedeutet, besteht dieser Typus nur aus einer Redakteurin, deren journalistisches Selbstverständnis eben dargestellt wurde, deshalb wird an dieser Stelle auf ein Beispiel verzichtet und werden noch einige Aspekte, die ihre Person betreffen, ergänzend im Folgenden angeführt.

„[...] der Journalismus hat mich gereizt, weil das die abwechslungsreichste Tätigkeit ist“ (2/1), so begründet die Redaktionsleiterin ihre Entscheidung, den Weg des Journalismus einzuschlagen. Die Arbeit mit der Sprache und der Wunsch, „Geschichte entstehen zu lassen“ (2/1) waren auch ausschlaggebende Faktoren. Während des Studiums der Geschichte, Kunstgeschichte und vergleichender Literatur sammelte sie ihre ersten journalistischen Erfahrungen und gleich nach dem Abschluss war sie bei einigen Zeitungen tätig. Die Möglichkeit, sich mit Außenpolitik zu beschäftigen, die Multikulturalität und das vielfältige Arbeitsfeld des Auslandsrundfunks brachten sie später ins DW-Haus. Im Auslandssender durchlief sie innerhalb von 12 Jahren viele Stationen, von der deutschen Redaktion über den Osteuropabereich bis hin zur Afrika/Nahost-Programme und sie sieht dort weiterhin ihre journalistische Zukunft.

Zurzeit überwiegen in ihrem Alltag die Aufgaben, die von ihrer leitenden Position ausgehen, Redaktionsplanung, Personalarbeit, organisatorische und administrative Tätigkeiten. Wenn sie auch selten dazu kommt, schätzt sie vor allem die interaktiven Formate, „wenn man unmittelbar eine Reaktion hat“ (2/2), deshalb machen ihr das Moderieren und das Durchführen von Interviews am meisten Spaß. Trotz der großen Belastung und vergleichsweise schlechten Bezahlung ist sie mit ihrer Arbeit sehr zufrieden, denn sie kann als Mitarbeiterin des öffentlich-rechtlichen Senders DW „eine

große Sicherheit“ (2/3) genießen. Die Balance zwischen Privatleben und Beruf hinzukriegen, sieht sie als berufstätige Mutter mit 3 Kindern schon als Herausforderung. Der Beruf sei nur „grenzwertig“ (2/6) mit der Familie vereinbart. Da sie aber großartige Unterstützung diesbezüglich von ihrem Mann erhält, gelingt es ihr meistens, den 12-Stunden-Arbeitstag mit Familie und Freunden zu verbinden.

### 2.5 Der Mittler im Kulturdialog (3, 12)

„[...] einen Beitrag zum Dialog der Kulturen“ (3/1) zu leisten, vor allem das findet dieser Typus faszinierend am Konzept des deutschen Auslandssenders. Gerade deshalb steht im Mittelpunkt seines Aufgabenverständnisses der Wunsch, diesen Dialog mitzugestalten und zu arrangieren. Die Vertreter dieser Gruppe wollen ähnlich wie der Repräsentant auch kulturelle und politische Informationen über Deutschland in die Welt vermitteln, aber mit dem vorrangigen Ziel, einen Dialog zwischen Deutschland und der restlichen Welt zu ermöglichen. „Unterschiedliche Welten ein bisschen näher kommen“ (12/6) zu lassen und Brücken dort zu schlagen, wo es „die Politik noch nicht geschafft hat“ (3/4), darin sieht dieser Typus seinen Beitrag im Dialog der Kulturen. Somit können in seinem Aufgabenverständnis Grundzüge des Kulturdolmetscher-Rollenbildes (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.2.2) erkannt werden, denn zum Dialog gehört auch das Erklären des kulturellen Andersseins.

Angesichts seiner Zielsetzung ist es folglich nicht überraschend, dass gerade bei diesem Typus wieder Journalismus mit diplomatischem Bewusstsein verbunden ist, denn mit ihrer Arbeit leben sie das Konzept *public diplomacy* im breiten Sinne. Wie alle anderen Typen setzen die Mittler im Kulturdialog zwar den Schwerpunkt im Journalistischen. „Ich bin Journalistin, ich bin keine Diplomatin, vom Auswärtigen Amt eingestellt.“ (3/4; 12/6), das betonen die beiden Redakteurinnen, die diesem Typus zugeordnet sind. Sie verstehen sich nicht als Regierungssprecher, die „die Politik der Kanzlerin gewinnbringend im Ausland darstellen“ (3/7), deshalb gehören kritische Worte in ihren Beiträgen auch dazu. Als Journalisten genießen sie im Unterschied zu den Diplomaten das Privileg, „nicht so politisch korrekt“ (3/4) zu sein, eigene Meinung zu haben und zu kommentieren und vor allem unter den einfachen Menschen zu sein, dort, wo die Diplomaten an ihre Grenzen stoßen. Aus diesem Grund glauben sie als DW-Redakteure einen Auftrag zu haben, „der manchmal auch an die Diplomatie grenzt“ (3/4). Dieses Diplomatische komme vor allem dann zum Ausdruck, wenn sie irgendwo auf der Welt als DW-Redakteure unterwegs sind, mit Leuten aus anderen Kulturen und Völkern in Kontakt kommen und als Vertreter eines anderen Landes angesprochen werden. Dann müsse man sich „einigermaßen gut benehmen und nicht als Elefant im Porzellanladen“ (3/5). Somit sei für diesen Typus jeder Auslandeinsatz unmittelbar mit diplomatischem Verhalten verbunden. Sie sind Diplomaten unter den einfachen Menschen und somit Träger von *public diplomacy*-Aktivitäten im breiten Sinne.

Nichtsdestotrotz sind „Neutralität, Unabhängigkeit“ (12/5) die wichtigsten journalistischen Grundsätze, die dieser Typus bei seiner Arbeit in Anspruch nimmt. Vor allem in diesem Punkt ist er anderen Typen ähnlich. Diese Gruppe legt besonderen Wert darauf, möglichst viele unterschiedliche

Informationsquellen und „einen guten Ausgleich von unterschiedlichsten Meinungen“ (12/5) zu haben, um ausgewogene und unabhängige Beiträge verfassen zu können. Informierende und interpretierende Leistungen spielen gleichrangige Rollen bei ihrer journalistischen Arbeit. Man müsse aber zwischen Nachricht und Kommentar „scharf“ (3/7) unterscheiden. „[...] es ist immer von allem ein bisschen, aber immer zur rechten Zeit“ (3/7), bringt es eine der Redakteurinnen auf den Punkt.

Der Mittler im Kulturdialog als Selbstverständnis-Typus weist auch gewisse advokatorische Leistungen auf. Als Journalist sieht er seine Aufgabe auch darin, diese zu Wort kommen zu lassen, „die im Lärm der Großmächtigen in dieser Welt keine Stimme haben“ (3/3). Folglich ist nicht verwunderlich, dass für die Vertreter dieser Gruppe gerade die Reportage „die Königsdisziplin im Journalismus“ (3/1) sei. Sie verkörpert den besten Weg, verschiedene Themen „aus der Perspektive der kleinen Leute“ (12/1) zu behandeln. Den Redakteuren in dieser Gruppe sei es äußerst wichtig, möglichst oft auf Reportagen zu sein und den Kontakt mit den Leuten zu pflegen. Aus diesem Grund beteiligen sie sich oft und gerne an Podiumsdiskussionen im Ausland. Auf die zahlreichen Reisen und viele Treffen mit ganz unterschiedlichen Leuten könnte auch ihr ziemlich heterogenes Publikumsbild zurückgeführt werden. Sie haben „alle diese Menschen im Kopf“ (3/6), wenn sie arbeiten und „kein einheitliches Bild“ (12/4).

Typisch für den Mittler im Kulturdialog ist, dass er schon immer sehr viel im Ausland war, noch während seiner Studienzeit, und auf vielfältige Auslandserfahrungen zurückblicken kann. Das mag auch der Grund dafür sein, warum die Vertreter dieses Typus im Vergleich zu ihren Kollegen die Interkulturalität in der DW am meisten genießen. Wie bereits angedeutet, finden alle DW-Mitarbeiter die interkulturelle Atmosphäre im DW-Haus angenehm und sehr bereichernd, aber vor allem der Mittler im Kulturdialog genießt es wirklich, sich mit Menschen aus anderen Kulturen, Religionen tagtäglich auszutauschen. Für ihn sei insofern „komplett unvorstellbar“ (12/2), in einem rein deutschen Unternehmen zu arbeiten. „Kollegen zu sehen, die sich traditionell kleiden [...], das find ich wunderschön“ (3/5), äußert eine der Redakteurinnen ihre Faszination.

Der Mittler im Kulturdialog zeichnet sich durch ein großes berufliches Engagement aus, das nicht selten zu Lasten seines Privatlebens geht. Die Phrase „Tür zu, Ende Gelände“ (3/4) findet selten Geltung in seinem Alltag. Die Balance zwischen Beruflichem und Privatem scheint nicht immer zu gelingen. Die Liebe und die Hingabe zum Beruf sind offenbar die schwerwiegenden Faktoren bei diesem Dilemma. In diesem Zusammenhang ist noch zu erwähnen, dass die beiden Redakteurinnen keine Kinder haben, was möglicherweise die Entscheidung zu Gunsten des Berufs erleichtert.

Obwohl der berufliche Weg des Mittlers im Kulturdialog auf den ersten Blick wenig Gemeinsamkeiten aufweist, zeigen sich bei näherer Betrachtung einige Auffälligkeiten. Die beiden Redakteurinnen haben ihren „Drang nach Kommunikation“ (12/2) und die Neugierde auf Menschen frühzeitig entdeckt und schon zu Schüler- und Studienzeiten mit der journalistischen Tätigkeit angefangen. Das waren auch ausschlaggebende Motive, warum sie das Leben als Journalistin gewählt

haben. Als allerwichtigsten Einflussfaktor auf ihre journalistische Arbeit stellen sie heute noch den persönlichen Kontakt mit den Menschen heraus, „das ist was am meisten beeinflusst“ (3/8).

### **BEISPIEL 4: Redakteurin vom französischen Radioprogramm, 44 Jahre, verheiratet, ohne Kinder (12)**

„Ich hab plötzlich gespürt, ich fühle mich sehr wohl, wenn ich mich mit irgendeinem Thema auseinandersetze, und so klar darstelle, dass die anderen, die mit diesem Thema gar nicht zu tun haben, auch verstehen können.“ (12/1), so beschreibt die Redakteurin ihre Erleuchtung, die sie in den Journalismusberuf führte. Bereits während ihres Studiums der Germanistik und Kommunikationswissenschaft in Frankreich und in Deutschland brachten der „Drang zu Kommunikation“ (12/2) und das „Interesse an ganz unterschiedlichen Menschen“ (12/2) die in Frankreich geborene Redakteurin immer näher zum journalistischen Alltag. Ihre ersten journalistischen Erfahrungen sammelte sie zu dieser Zeit in Lokalzeitungen sowohl in Frankreich als auch in Deutschland. Vor allem die Vielseitigkeit und der Abwechslungsreichtum faszinieren sie am Journalismus. Die Möglichkeit, in ihrer Muttersprache journalistisch tätig zu sein, und die Interkulturalität im Auslandssender sind die ausschlaggebenden Faktoren dafür, dass sie bereits 17 Jahre im DW-Haus arbeitet. Die Interkulturalität war schon während des Studiums Teil ihres Alltags, als sie „immer zusammen mit Leuten aus der ganzen Welt“ (12/3) war. Mittlerweile ist für sie in einem rein nationalen Unternehmen zu arbeiten, wo der interkulturelle Aspekt völlig fehlt, „komplett unvorstellbar“ (12/2). Entscheidend war auch ihr Interesse an Afrika, am Austausch und Dialog zwischen dem Norden und dem Süden. „Ich finde deswegen, wenn man sich für solche Sachen interessiert, dann ist der internationale Sender der perfekte Platz für ihn.“ (12/2), begründet sie ihre Wahl.

Zu ihren alltäglichen Aufgaben gehören das Verfassen von Beiträgen und die Moderation von Magazinen und des aktuellen Journals für das Sendegebiet frankophones Afrika. Sie sieht ihre Aufgabe als Moderatorin vor allem darin, „einen Tag in der ganzen Welt (zu) verstehen und dann weiter(zu)geben“ (12/2). Als Primäraufgabe tritt in ihren Augen dabei die Gestaltung des Kulturdialogs zwischen Deutschland und Afrika, „aber auch allgemein zwischen dem Norden und dem Süden“ (12/6) hervor. Der Dialog der Kulturen sei wesentliche Aufgabe des Auslandsrundfunksenders und Priorität in den DW-Programmen. Als DW-Journalistin sei sie vor die Herausforderung gestellt, „unterschiedliche Welten ein bisschen näher kommen“ (12/6) zu lassen. Trotz eines gewissen diplomatischen Bewusstseins übt sie die Rolle als Mittler in diesem Kulturdialog schon als Journalistin aus, die „Themen verständlich, so neutral wie möglich“ (12/4) behandelt. Sich an diplomatische Gesetze zu halten und sich an Politikern zu orientieren, sei nicht ihr Job. Als Journalistin in einem demokratischen Land fühlt sie sich darüber hinaus befugt, diese zu kontrollieren und ihr Agieren kritisch zu hinterfragen. Neutralität ist die journalistische Norm, die in ihrer Arbeit am meisten Beachtung findet. „Quellen immer zu hinterfragen, die unterschiedlichsten Quellen zu haben,



daraus [...] einen guten Ausgleich von unterschiedlichsten Meinungen zu haben“ (12/5), ist im Prinzip ihre Definition von gutem Journalismus. Wenn sie aber unterwegs auf Reportagen und als DW-Redakteurin zugleich auch Vertreterin eines Landes und eines demokratischen Wertesystems ist, dann kommen diplomatische Aspekte zu ihren Aufgaben hinzu. Da sie ziemlich großen Wert darauf legt, möglichst oft die Gelegenheit zu haben, in Afrika als Reporterin unterwegs zu sein, soll dieses diplomatische Bewusstsein häufig bei ihrer Arbeit zum Tragen kommen. Die Reportage ist die journalistische Gestaltungsform, die ihr am meisten gefällt, denn dadurch kann sie ganz normale Menschen in den Mittelpunkt des Interesses stellen. „[...] ein ganz wichtiges politisches Thema unter die Lupe zu nehmen, aus der Perspektive der kleinen Leute“ (12/1), darin sieht sie die Anmut dieses Genres. Mit Menschen zu sprechen und mit ihnen in engem Kontakt zu sein, ist ihr als Journalistin äußerst wichtig, denn genau alle diese unterschiedlichen Leute hat sie „im Kopf“ (12/5), wenn sie ihre Beiträge verfasst. Viele Reisen, Reportagen, Treffen mit ganz verschiedenen Menschen, auf die sie zurückblicken kann, sind offenbar der Grund, warum die Redakteurin „kein einheitliches Bild“ (12/5) von ihrem Publikum hat. Infolge ihrer zahlreichen Auslandserfahrungen wird sie in ihrem privaten Umfeld als Gesprächspartner sehr geschätzt, von dem man Interessantes über entfernte Welten erfahren kann. So gesehen schlüpft sie in die Rolle des Mittlers im Dialog der Kulturen auch außerhalb ihres beruflichen Alltags.

Aufgrund ihres hohen beruflichen Engagements ist „die Balance zwischen dem beruflichen und dem privaten Leben nicht immer gut gelungen“ (12/3). Die Diskussion über die 40-Stunden-Arbeitswoche findet sie lächerlich, sie arbeitet „weit viel mehr als 40 Stunden“ (12/3). Sie macht sich normalerweise keine Gedanken darüber, denn das würde ein Zeichen dafür sein, dass sie ihren Job „nicht so spannend“ (12/3) findet. „Gott sei Dank liebe ich meinen Job so“ (12/3), betont sie mit Augenzwinkern und verweist darauf, dass sie keine Kinder hat und deshalb die langen Arbeitszeiten nicht so problematisch seien.

### **2.6 Der Ausreißer (1)**

#### **Redaktionsleiter einer DW-TV-Redaktion in Brüssel, 55 Jahre, verheiratet, mit einem Kind**

Lediglich einer der Befragten konnte anhand der gewählten Kriterien keinem der beschriebenen Typen zugeteilt werden. Im Folgenden wird kurz auf sein journalistisches Selbstverständnis eingegangen, dabei werden die Aspekte herausgestellt, in denen sich dieser Interviewpartner von allen anderen unterscheidet. An der Stelle soll darauf hingewiesen werden, dass im Rahmen dieser Untersuchung nur eine begrenzte Zahl (14) von DW-Redakteuren interviewt werden konnte. Folglich ist zu vermuten, dass dieser Redakteur zu einem Typus gehört, der zwar unter den DW-Redakteuren existiert, aber unter den ausgewählten Redakteuren nur einmal vertreten ist.

Diesem Redakteur geht es vor allem darum, Informationen und Fakten seinem Publikum „so weit wie möglich“ (1/6) objektiv zu vermitteln. Er will „einen fairen Journalismus“ (1/6) machen, bei dem das Publikum den Eindruck habe, „der will mir nichts vorlesen, der will mir nichts vorlügen, der

will mir nichts vordiktieren“ (1/6), sondern umfassend informieren. Dieser Aspekt der reinen Informationsvermittlung kam auch bei den anderen Typen vor. Wenn er bei ihnen eher als ein das Selbstverständnis ergänzendes Element verstanden werden kann, steht er bei diesem Befragten im Mittelpunkt seines Aufgabenverständnisses. In seinen Beiträgen sind kommentierende Aspekte eher selten. Als Korrespondent und Leiter der DW-TV-Studio in Brüssel sieht er seine Aufgabe darin, seine Zuschauer ausführlich über die Geschehnisse in Brüssel und die Entwicklungen in den EU-Institutionen zu informieren. Im Unterschied zum Europamissionar geht es ihm nicht darum, Europa und die europäische Idee zu „unterrichten“, sondern lediglich darüber zu berichten. Somit können bei diesem Befragten sehr deutlich Wesenszüge vom Rollenbild des Informationsvermittlers (vgl. im Theorieteil Abschnitt 2.2.2) erkannt werden.

Die Erklärung dafür, dass er sich von den anderen Befragten in seinem Selbstverständnis unterscheidet, liefert der Befragte selbst: „Ganz direkt gesagt glaube ich, dass wir in Bonn und Berlin ganz oben die Entwicklung eingeschlagen haben, die ich nicht für so richtig halte.“ (1/2). Er distanziert sich eindeutig von der Redaktionspolitik des Senders und vor allem von der Sichtweise, die DW sei ein Teil im Dialog der Kulturen. Seine journalistische Aufgabe sieht er eher darin, „über diesen Dialog zu berichten und nicht ein Teil davon zu sein“ (1/2), was seinem Selbstverständnis der reinen Informationsvermittlung entspricht. Er ist fest davon überzeugt, dass die DW als Auslandsrundfunk den Anspruch, einen Dialog zwischen den Kulturen zu führen, nicht erreichen kann. Alle anderen Befragten sind der Meinung, dass ein Kulturdialog mit Hilfe des Auslandsrundfunks gelingen kann, auch wenn einige von ihnen, die Vertreter des Typus Alternative Stimme etwa, der DW in diesem Zusammenhang eher eine marginale Rolle zuschreiben. Ein gewichtiger Faktor für sein anders ausgerichtetes Selbstverständnis mag auch die Tatsache sein, dass er seit 8 Jahren Auslandskorrespondent ist. Damit sei er „immer bisschen weiter weg“ (1/2) von den Entwicklungen und Entscheidungen im DW-Haus. Er versteht sich ausschließlich als Journalist, „diplomatisch zu sein“ (1/6) sei nicht seine Aufgabe. In dieser Hinsicht ist *public diplomacy* kein relevanter Begriff für seine Arbeit bei der DW. Im Unterschied zu fast allen anderen Befragten, bis auf die Repräsentanten, attestiert er sich kaum Machtpotential. In seinen Augen können die Medien lediglich bestehende Tendenzen befördern. Gibt es sie aber nicht, „dann können sie schreiben und senden soviel sie wollen, [...] den Grundtrend werden sie nicht ändern“ (1/7). Darauf mag auch seine Ansicht zurückgeführt werden, kein Kontrolleur der Politiker zu sein: „Kontrolleure, nein, wir geben die Information dem Publikum weiter und sie sollen dann ihre Schlüsse ziehen“ (1/5), erklärt er. Seine Aufgabe sei es, seine Zuschauer durch Faktenvermittlung über die Handlungen der Politiktreibenden aufzuklären. Seinem Publikum schreibt er Eigenschaften wie „bildungshungrig, informationshungrig“ (1/4) zu. Obwohl ihm der Kontakt mit dem Publikum wichtig sei, gilt die „professionelle Meinung der Kollegen“ (1/4) als die bedeutendste Referenzgröße in seiner journalistischen Arbeit. Ähnlich wie bei der Alternativen Stimme führt er das auf die fehlende Repräsentativität der Publikumsreaktionen zurück.

Seine Entscheidung, die journalistische Laufbahn einzuschlagen, kommentiert der Auslandskorrespondent folgendermaßen: „Also die Begabungen haben mich fast zwanghaft zum Journalismus geführt“ (1/1). Nach dem Studium von Philosophie, Geschichte, Politik und Islamkunde und Promotion in Philosophie absolvierte er sein Volontariat in der DW, wo er hauptsächlich aufgrund seiner Nahostkenntnisse aufgenommen wurde. Seit 29 Jahren ist er bereits in der DW, am längsten im Vergleich zu allen anderen Befragten, und kann auf eine abwechslungsreiche Karriere zurückblicken - Redakteur, Chef vom Dienst, Ressortleiter der Innenpolitik, Chefredakteur, Auslandskorrespondent, um einige der Stationen seines Berufswegs zu nennen. „Mir hat der Sender immer die Dinge ermöglicht, die ich machen wollte“ (1/2), deshalb würde er seinen Arbeitsgeber nicht wechseln. Er ist sehr zufrieden mit den Arbeitsbedingungen in der DW, worauf hauptsächlich seine hohe allgemeine Berufszufriedenheit zurückzuführen ist.

### **3. Einflussfaktoren auf das Selbstverständnis der DW-Journalisten**

Nachdem im letzten Kapitel die einzelnen Selbstverständnistypen ausführlich dargestellt wurden, stehen im Mittelpunkt dieses Kapitels die Faktoren, die sich als ausschlaggebend für die Bildung dieser Typen herausgestellt haben. Als solche Faktoren gilt im Folgenden eine Reihe von Größen, die gewisse Ausprägungen im Aufgabenverständnis der DW-Journalisten fördern und Unterschiede erklären können. Grundlage für die folgende Ausführung ist das im Theorieteil entwickelte Modell zum journalistischen Selbstverständnis der DW-Redakteure. Nicht alle dort definierten Faktoren wirken sich auf die gleiche Art und Weise auf das Selbstverständnis der befragten Journalisten aus. Wichtiges Ziel dieses Kapitels ist es deshalb, den Einfluss der einzelnen Faktoren zu gewichten und hauptsächlich diese in den Vordergrund zu stellen, die maßgeblich das Selbstverständnis der DW-Journalisten prägen. Diese Faktoren werden in dem modifizierten Modell (siehe die nachfolgende Abbildung) unterstrichen. Die Faktoren, die keinen eindeutigen oder gar keinen Einfluss auf die Herausbildung eines Selbstverständnistypus haben, werden im modifizierten Modell unverändert beibehalten. Sie können zwar Unterschiede zwischen den einzelnen Typen nicht erklären, sind jedoch charakteristisch für die untersuchte Gruppe und stehen in gewisser Verbindung mit dem Selbstverständnis im Allgemeinen, wie im Porträt der Untersuchungsgruppe deutlich wurde. An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass die hier festgestellten Kausalitäten lediglich als Tendenzen im Hinblick auf das Untersuchungsobjekt verstanden werden sollen, weil, wie bereits im Theorieteil ausführlich dargestellt, die Studie keinen Anspruch auf repräsentative Ergebnisse erhebt. Die folgenden Schlussfolgerungen sind somit aussagekräftig für die befragten Journalisten.

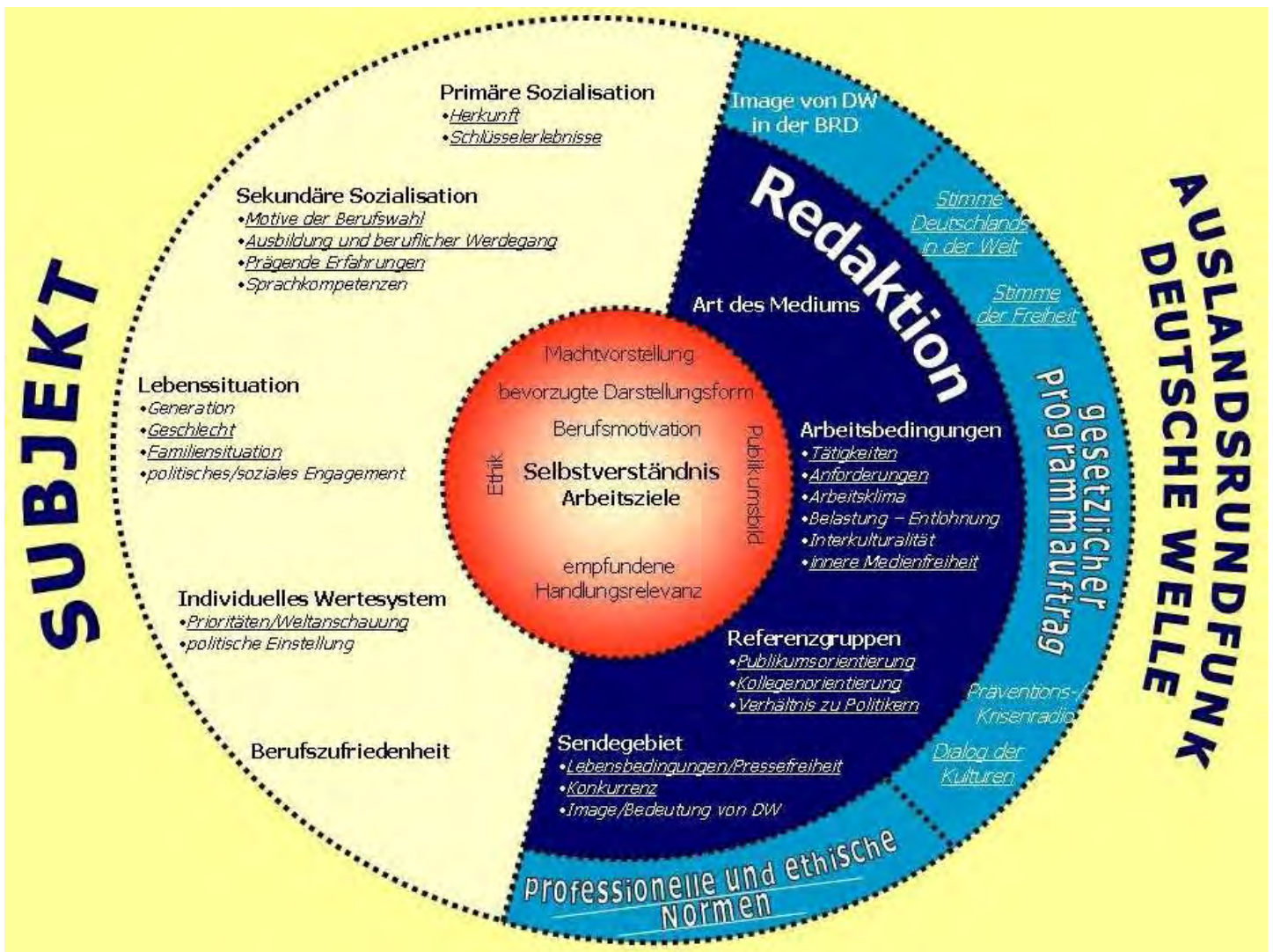


Abbildung 3: Modifiziertes Modell zum Selbstverständnis von DW-Journalisten

Obwohl die befragten DW-Redakteure sehr unterschiedlich sozialisiert wurden, erweist sich ihre *Herkunft* in der Ebene SUBJEKT als relevanter Einflussfaktor. Das Land mit seinen Besonderheiten, in dem die Redakteure aufgewachsen sind, prägt in gewissem Maße ihre journalistischen Arbeitsziele. Das Heranwachsen in einem Land wie China, um ein Beispiel zu nennen, wo der Informationszugang erschwert ist und man kaum mitbekommt, was im eigenen Land passiert, führte die Alternative Stimme wohl dazu, sich für einen regelmäßigen Informationsfluss einzusetzen. Das Leben in einem Land wie den USA, wo zwar Medienfreiheit vorhanden ist, aber oft lediglich eine, nämlich die amerikanische Betrachtungsweise angeboten wird, löste den Wunsch bei der Alternativen Stimme danach aus, eine andere, alternative Perspektive darzulegen. *Schlüsselergebnisse* in der Phase der primären Sozialisation als auch *prägende Erfahrungen* während des beruflichen Werdegangs konnten weiterhin in Verbindung mit der Bildung eines Selbstverständnistypus gebracht werden. Der Zerfall des ehemaligen Jugoslawien war das Ereignis, das den Europamissionar als Journalisten und Menschen stark beeinflusste. Der Wunsch, dem eigenen Land eine viel bessere Zukunft zu sichern und es auf den richtigen Weg dahin zu bringen, spiegelt sich



in seinem Aufgabenverständnis wider, den Menschen in diesen Ländern Europa nahe zu bringen. Auch Auslandserfahrungen, die zu den prägenden Erfahrungen gehören können, sind als gewichtiger Faktor zu beobachten. Zahlreiche Reisen und Aufenthalte im Ausland und der dadurch bedingte Kontakt mit Menschen aus verschiedenen Kulturen können als entscheidender Grund dafür gesehen werden, dass der Mittler im Kulturdialog einen Austausch zwischen den Kulturen für essentiell hält und sich als Ziel setzt, diesen Dialog zu gestalten und zu fördern. Berufliche Auslandserfahrungen sind ferner entscheidend für die Herausbildung des Aufgabenverständnisses der Alternativen Stimme. „Am eigenen Leib“ zu erfahren, was es bedeutet, unter Bedingungen eingeschränkter Medienfreiheit journalistisch tätig zu sein, und wie sich das auf die Informationsversorgung des Publikums auswirkt, motiviert die Vertreter der Alternativen Stimme mit deutscher Herkunft, die negativen Folgen davon so weit wie möglich zu mildern. Ähnliches gilt für die Alternativen Stimmen mit ausländischer Herkunft, die erst in Deutschland erfahren, dass Journalismus auch anders funktionieren kann und deshalb sich für diese Alternative einsetzen.

Die *Motive der Berufswahl* aus der Faktorengruppe Sekundäre Sozialisation haben ferner gewisse Erklärungskraft für die Bildung eines bestimmten Selbstverständnisses. Der Drang nach Kommunikation und die Neugierde auf Menschen führten die Mittler im Kulturdialog zum Journalismus. Ihre Motive spiegeln sich heute in ihrem Selbstverständnis dahingehend wider, dass sie die Kommunikation, den Austausch zwischen Menschen mit ganz verschiedenem religiösem und kulturellem Verständnis gestalten möchten. Dieser Faktor gilt als relevant auch für das Selbstverständnis der Alternativen Stimmen, die hauptsächlich aus einer Art künstlerischen Anspruchs zum Journalismus gekommen sind. Die von ihnen dementsprechend sehr geschätzte Kreativität im Journalismus können sie heute bei der Annahme eines anderen als des gewöhnlichen Blickwinkels bei ihrer Berichterstattung gut realisieren.

Alle befragten DW-Redakteure haben Hochschulabschluss, dennoch lassen sich Unterschiede in *Ausbildung und beruflichem Werdegang* zwischen den einzelnen Typen ausmachen. Bei den Repräsentanten ist der Journalismusberuf meistens ein Produkt des Zufalls. Als Quereinsteiger in den Beruf konnten sie nicht die Möglichkeit gehabt haben, ein ausdifferenziertes Selbstverständnis zu entwickeln. Sie haben sich deshalb die primäre und erste Aufgabe des Auslandsrundfunks, das jeweilige Land im Ausland zu repräsentieren, zu eigen gemacht. Die Alternativen Stimmen, deren primäre Aufgabe darin besteht, adäquaten Informationsfluss innerhalb ihres Sendegebiets durch das Anbieten einer anderen Betrachtungsweise auf Geschehnisse zu ermöglichen, studierten mehrheitlich Sprachwissenschaften. Diejenigen mit deutscher Herkunft unter ihnen studierten gerade die Sprache ihres Sendegebiets. Das Wissen über linguistische Feinheiten und Strukturen erlaubt es ihnen, eine geeignete Herangehensweise zu finden, um den alternativen Standpunkt deutlich genug zu machen.

Als ausschlaggebender Faktor dafür, ob ein DW-Redakteur ein gewisses diplomatisches Bewusstsein aufweist oder nicht, zeigt sich die Möglichkeit, immer wieder vor Ort in Kontakt mit Menschen aus anderen Ländern und Kulturen zu kommen, die wiederum aus der *Familiensituation*

der Befragten resultiert. Sowohl der Demokratieförderer als auch der Mittler im Kulturdialog, die einen gewissen diplomatischen Auftrag zu haben glauben, können sich zahlreiche Aufenthalte im Ausland nur deswegen leisten, weil sie entweder keine Kinder haben oder ihr Partner die Verantwortung für die Familie übernimmt. Bezüglich des *Geschlechts* aus der Faktorengruppe Lebenssituation ist auffällig, dass für den Typus Mittler im Kulturdialog und Demokratieförderer nur weibliche Interviewpartnerinnen identifiziert wurden. Wie im Theorieteil, Abschnitt 2.3.2 ausführlich dargestellt, haben Frauen häufig einen äußerst kommunikationsausgerichteten und sozialorientierten Journalismusstil. Diese Besonderheiten können sehr wohl bei diesen zwei Typen betrachtet werden. Der Mittler im Kulturdialog will einen Dialog arrangieren und stellt den einfachen Menschen mit seiner Lebenswirklichkeit in den Mittelpunkt seiner Arbeit. Der Demokratieförderer will soziale, gesellschaftliche Grundsätze, wie demokratische und zivilgesellschaftliche Werte verbreiten und fördern. Bei diesem Typus ist jedoch diese Deutung mit Vorsicht zu behandeln, weil zu ihm nur eine Redakteurin zugeordnet werden konnte. Es könnte vermutet werden, dass es unter allen DW-Redakteuren auch Männer gibt, die zu diesem Typus gehören, aber aus diversen Gründen nicht in die Auswahlquote gelangt sind. Dies ist aber an dieser Stelle nur eine reine Spekulation.

Eine deutliche Verbindung zwischen den *Prioritäten* im Leben des jeweiligen Redakteurs und seinem Selbstverständnis kann festgestellt werden. Der Mittler im Kulturdialog, in dessen Leben der Beruf einen Vorrang genießt und das Privatleben in den Hintergrund rückt, weist ein sehr engagiertes Berufsverständnis auf. Er legt großen Wert auf den Kontakt mit den Menschen vor Ort und reist viel in den Zielgebieten, um ihre Perspektive besser kennen zu lernen und anschließend darstellen zu können. Er beteiligt sich an Podiumsdiskussionen immer mit dem Ziel, den von ihm angestrebten Kulturdialog zu ermöglichen. Wegen ihres fordernden Berufs hat dagegen für die Alternative Stimme das Privatleben – Familie, eigene Interessen, Hobbys - große Priorität. Sie arbeiten zwar intensiv, aber legen auch großen Wert darauf, genug Zeit für ihre Familie zu haben. Offenbar brauchen sie eine gewisse Distanzierung vom beruflichen Alltag, um "ihre Batterien neu aufzuladen" und dann die von ihnen sehr geschätzte journalistische Kreativität in ihre alternative Berichterstattung wieder einbringen zu können.

Zwischen dem Selbstverständnis und den in der Ebene REDAKTION verorteten **Arbeitsbedingungen** konnte ebenfalls ein Zusammenhang identifiziert werden. Die Alternative Stimme will sich in die Lage ihres Publikums versetzen, um zu erfahren, welche Informationen noch gebraucht werden und wie sie am besten eine alternative Betrachtungsweise anbieten kann. Deshalb werden von ihr detaillierte Kenntnisse über die politische und soziale Situation im Sendegebiet abverlangt. Somit stehen die redaktionellen *Anforderungen* in enger Relation zu dem Selbstverständnis dieses Typus. Eine Korrelation zwischen der Einstellung zur *inneren Medienfreiheit* und dem Aufgabenverständnis der Alternativen Stimme lässt sich auch beobachten. Im Vergleich zu allen anderen Typen legt diese Gruppe am meisten großen Wert darauf, absolute redaktionelle Unabhängigkeit zu genießen und politische Geschehnisse kritisieren zu können. Die in



ihren Augen daraus resultierende Glaubwürdigkeit ist die gewichtige Voraussetzung dafür, dass das Publikum ihre alternative Berichterstattung überhaupt in Anspruch nimmt. Folglich können sie nicht zulassen, in ihrer journalistischen Freiheit eingeschränkt zu sein. Als relevanter Faktor erweist sich auch die *Tätigkeiten*, die die DW-Redakteure ausüben. Als Mittler im Kulturdialog können nur Redakteure identifiziert werden, die sehr oft im Sendegebiet auf Reportagen sind und damit die Möglichkeit haben, das Bedürfnis, diplomatisch aufzutreten, und die Notwendigkeit eines Kulturdialogs wahrzunehmen. Die Tatsache, dass der Ausreißer Auslandskorrespondent ist und somit seit langem vom redaktionellen Alltag im DW-Haus entfernt ist, erweist sich auch als relevanter Faktor dafür, warum er ein Selbstverständnis hat, das sich deutlich vom Aufgabenverständnis der anderen Typen abgrenzt. Die dadurch bedingte Distanz erlaubt ihm offenbar, einen gewissen Abstand von den redaktionellen Linien des Senders zu nehmen.

Auf der Ebene REDAKTION konnte weiterhin die Relevanz des Faktors **Referenzgruppen** bestätigt werden. Sowohl die Orientierung an Kollegen als auch die Orientierung am Publikum sind unter den befragten DW-Journalisten hoch. Dennoch lassen sich Unterschiede ausmachen. Typen wie der Demokratieförderer, der Europamissionar und der Mittler im Kulturdialog, die die Möglichkeit zu engem und direktem Kontakt mit ihrem Publikum haben und sich darüber hinaus sehr für die Perspektive der einfachen Menschen interessieren, nehmen die Publikumswünsche und Reaktionen sehr oft in Anspruch. Ähnliches gilt auch für die Repräsentanten, wobei bei diesem Typus die Publikumsorientierung darauf zurückzuführen ist, dass sie möglicherweise mehr "Deutschland-Anhänger" gewinnen möchten. Lediglich die Alternative Stimme zieht vor allem die Kollegen als Referenzgruppe heran, denn bei ihnen ist das Bewusstsein über die fehlende Repräsentativität der Publikumsreaktionen am meisten ausgeprägt. Was das Verhältnis zu Politikern angeht, konnte nur bei einem Typus, dem Demokratieförderer, ein Unterschied ausgemacht werden. Neben der kritischen Beobachtung der Politiker, die bei allen anderen Typen ebenfalls festgestellt werden konnte, ist ihm die enge Zusammenarbeit mit den Politikern auch wichtig, vor allem was die außenpolitischen Aktivitäten Deutschlands angeht. Diese Einstellung steht in sehr enger Korrelation mit seinem diplomatischen Bewusstsein, das bei ihm im Vergleich zum Mittler im Kulturdialog, bei dem Journalismus mit diplomatischem Bewusstsein ebenfalls beobachtet werden kann, noch stärker ausgeprägt ist.

Als ausschlaggebender Faktor für die Herausbildung der verschiedenen Selbstverständnistypen wurde weiterhin das **Sendegebiet** der Redaktionen mit seinen spezifischen *Lebensbedingungen* identifiziert. Der Europamissionar stellt sich als primäre Aufgabe, seinem Publikum Europa nahe zu bringen, vor allem deshalb, weil sich die Länder, an die sich seine Programme richten, sich auf dem Weg zur Europäischen Union befinden. Die Alternativen Stimmen rücken in den Vordergrund ihres Aufgabenverständnisses eine umfassende Berichterstattung über die Geschehnisse in dem Sendegebiet aus einer anderen, alternativen Perspektive, weil ihr Publikum in Ländern der Welt wohnt, wo der freie Informationszugang beträchtlich eingeschränkt ist und anders

denkende Journalisten verfolgt werden. Der Demokratieförderer will seinem Publikum Demokratie und zivilgesellschaftliche Werte vermitteln und demokratische Prozesse unterstützen, weil in seinem Sendegebiet (Afrika, Nahost) solche Strukturen fehlen, die in seinen Augen enorm wichtig für die Existenz einer Gesellschaft sind. Da der Repräsentant weltverbreitete Programme oder solche für sehr große Weltregionen veranstaltet, ist er nicht an ein bestimmtes Sendegebiet mit spezifischen Lebensbedingungen gebunden. Deshalb stellt er sich als Aufgabe, Deutschland mit seinem politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Leben in der Welt zu präsentieren. Zumindest eine tendenzielle Verknüpfung zwischen dem Selbstverständnistypus und seinem Verhältnis zu medialer *Konkurrenz* im Sendegebiet konnte identifiziert werden. Alle Befragten fühlen keinen sehr großen Konkurrenzdruck seitens der anderen internationalen Sender wie *BBC-World-Service*, *Radio France Internationale* oder *Radio Free Europe*, weil sie ganz verschiedene Schwerpunkte in ihrer Berichterstattung setzen. Dieses Bewusstsein ist dennoch am meisten bei den Repräsentanten ausgeprägt. Das kann darauf zurückgeführt werden, dass sie sich als Mitarbeiter des deutschen Auslandsrundfunks, die Informationen aus und über Deutschland aus der Quelle selbst, aus der Bundesrepublik in die Welt vermitteln wollen, allen anderen Sendern bezüglich dieser Kompetenz überlegen fühlen. Was die lokalen Medien im Sendegebiet betrifft, ist auffällig, dass je stärker sich der Typus an seinem Publikum orientiert, desto intensiver ihre Angebote als Orientierungsmaßstab in Anspruch genommen werden. Das gilt sowohl für den Europamissionar, als auch für den Demokratieförderer, bei denen das Publikum als sehr wichtige Referenzgruppe fungiert. Zum Faktor Sendegebiet ist abschließend festzuhalten, dass er als einer der gewichtigsten Einflussfaktoren ermittelt werden konnte.

Der **gesetzliche Programmauftrag** aus der Ebene AUSLANDSRUNDFUNK DEUTSCHE WELLE konnte ebenfalls als gewichtiger Einflussfaktor bestätigt werden. Das Aufgabenverständnis des Repräsentanten, deutsche Sichtweisen und deutsche Kultur, Politik, Wirtschaft in die Welt zu vermitteln, steht in einem sehr engen Zusammenhang mit dem Programmauftrag, dass die DW Stimme Deutschlands in der Welt sein soll. Ein ähnliches Verhältnis ist auch beim Mittler im Kulturdialog zu beobachten, der sich offenbar völlig mit der Funktion des deutschen Auslandssenders identifiziert, das Verständnis und Austausch der Kulturen und Völker zu fördern. Eine gewisse Identifikation mit dieser Funktion ist ausschlaggebend dafür, dass beim Repräsentanten und dem Europamissionar marginale diplomatische Ansätze beobachtet werden konnten, weil sie dadurch einer *public diplomacy*-Funktion im breiten Sinne zustimmen. Ähnlichkeiten mit dem Programmauftrag, Stimme der Freiheit zu sein, weist das journalistische Selbstverständnis der Alternativen Stimme auf, denen es vor allem darum geht, einen freien Informationsfluss in Regionen zu ermöglichen, wo aufgrund eingeschränkter Medienfreiheit das nicht möglich ist. Gerade eine nicht ausreichende Identifikation mit dem gesetzlichen Programmauftrag ist der ausschlaggebende Grund, warum der Ausreißer in der Untersuchungsgruppe zu keinem der ermittelten Typen zugeordnet werden konnte. Somit lässt sich festhalten, dass die im gesetzlichen Programmauftrag genannten Funktionen des

Auslandssenders das Selbstverständnis der DW-Journalisten maßgeblich prägen. Neben dem Sendegebiet ist somit der gesetzliche Programmauftrag einer der wesentlichsten Einflussfaktoren. Die Beachtung der **professionellen und ethischen Normen** - Objektivität, Ausgewogenheit, Trennung von Nachricht und Kommentar, um einige zu nennen - ist eindeutiges Muss in der Arbeit aller Befragten, unabhängig davon welche Kommunikationsabsichten sie verfolgen und inwieweit sie sich mit einer diplomatischen Funktion identifizieren. Offenbar machen die DW-Redakteure diesbezüglich keine Kompromisse. Dieser Faktor erklärt zwar keine Unterschiede zwischen den einzelnen Typen, erwies sich aber als determinierend für einen wichtigen Aspekt des Selbstverständnisses aller befragten Journalisten – ihre Treue zur journalistischen Ethik.

Wie angenommen, erweisen sich sowohl das **Publikumsbild** als auch die **Machtvorstellung** als eindeutige Operationalisierungsfaktoren des journalistischen Selbstverständnisses der DW-Redakteure. Sowohl der Repräsentant als auch die Alternative Stimme und der Europamissionar haben eine Vorstellung von ihrem Publikum und dessen Erwartungen, die eindeutig ihr Aufgabenverständnis und ihre Zielsetzung wiedergibt. Einen deutlichen Zusammenhang weist auch der Mittler im Kulturdialog auf – sein ziemlich heterogenes Publikumsbild entspricht seinem Verständnis, Dialog zwischen ganz verschiedenen Menschen zu arrangieren, die unter keinen gemeinsamen Nenner gebracht werden können. Ähnliches ist auch bei der **Machtvorstellung** der DW-Redakteure zu beobachten. Repräsentanten, die ohnehin kaum Einfluss nehmen wollen, attestieren sich marginale mediale Macht. Die Alternative Stimme, die eine andere, alternative Betrachtungsweise einbringt und damit die Weltwahrnehmung ihres Publikums erweitern und verändern will, der Europamissionar und der Demokratieförderer, die bestimmte Werte vermitteln und damit gesellschaftliche Wertesysteme modifizieren wollen, sind davon überzeugt, Einfluss auf die öffentliche Meinung nehmen zu können. Keine Unterschiede konnten bei dem Faktor **Ethik** identifiziert werden. Der Grund dafür mag sein, dass im DW-Haus investigativer Journalismus kaum eine Relevanz hat, was bei früheren Studien als ausschlaggebende Voraussetzung für das Ignorieren ethischer Normen ermittelt wird. Dieser Faktor bestätigt sich aber als operationalisierend für den bereits angesprochenen Aspekt des Selbstverständnisses aller Befragten – die Treue zu professionellen und ethischen Normen. Die Frage zum Faktor **bevorzugte Darstellungsform** konnte in den Interviews nicht immer gestellt werden, deshalb lassen sich keine eindeutigen Schlussfolgerungen bezüglich dieses Faktors ziehen. Bei der Frage nach **Berufsmotivation** wurden häufig Antworten ermittelt, die eher dem Faktor **Motive zur Berufswahl** zugeordnet werden können. Die Aussagen lassen sich daher nicht eindeutig interpretieren. Somit bestätigt sich die Annahme im Theorieteil (vgl. im Theorieteil Abschnitt **2.3.2**), dass diese beiden Aspekte nicht immer eine ausreichende Trennschärfe aufweisen. Bezüglich der letzten beiden Faktoren konnte es folglich im Rahmen dieser Studie nicht eindeutig bestätigt werden, ob sie Operationalisierungsfaktoren des journalistischen Selbstverständnisses sind.

### V. Fazit und Ausblick

Ausgangspunkt dieser Untersuchung war die Frage: Welches journalistische Selbstverständnis haben die DW-Journalisten vor dem Hintergrund des Problemfeldes Journalismus versus Diplomatie? Anlass hierzu gaben kritische Stimmen aus der Wissenschaft, die Auslandsrundfunk-Journalisten wegen ihres Auftrags im Spannungsfeld zwischen journalistischen Normen und diplomatischen Prinzipien betrachten und ihnen Regierungsnähe und Abhängigkeit von Politikern unterstellen. Dies steht jedoch mit ihrem öffentlichen Auftrag in einer demokratischen Gesellschaft zu umfassender Information und Kritik und Kontrolle der Politiker in Widerspruch. Deshalb sollte diese explorative Studie genauere Einblicke in das journalistische Selbstverständnis der Macher des deutschen Auslandsrundfunks ermöglichen. Wie speziell DW-Redakteure ihre Berufsaufgabe verstehen und welche Ziele sie mit ihrer Arbeit verfolgen, stand daher im Mittelpunkt der vorliegenden Untersuchung. Weiterhin interessierte, welche Faktoren dieses Selbstverständnis konstituieren und erklären.

Das journalistische Selbstverständnis gilt als wichtiger Forschungsgegenstand der Kommunikatorforschung. Das Berufverständnis von Lokal-, Politik-, Rundfunkjournalisten und Auslandskorrespondenten etwa wurde erforscht, keine qualitative Studie hat aber bisher konkret das Selbstverständnis der DW-Journalisten unter die wissenschaftliche Lupe genommen und relevante Einflussfaktoren ermittelt. In dieser Studie wurde deshalb der Versuch unternommen, diese Forschungslücke zu schließen. Als Grundlage der Untersuchung diente ein selbstentwickeltes Modell, welches das Selbstverständnis der DW-Redakteure im Kontext zahlreicher vermuteter Einflussfaktoren darstellt. Die Modellentwicklung stützte sich auf Ansätze und Befunde der Kommunikatorforschung, die im Zusammenhang mit dem Forschungsgegenstand dieser Arbeit stehen, sowie auf Überlegungen aus der Fachliteratur zum Thema Auslandsrundfunk-Journalismus und Auslandsrundfunk in Deutschland, die zahlreiche Hinweise auf mögliche Einflussfaktoren lieferten.

Im Rahmen dieser Studie wurden 14 Journalisten von verschiedenen Radio-, TV- und Onlineredaktionen der DW in Leitfadengesprächen befragt. Trotz bekannter Nachteile und Schwächen dieser qualitativen Methode kann die Methodenentscheidung im Hinblick auf die Forschungsanliegen der Arbeit als gelungen bezeichnet werden. Die Aussagen der Befragten lieferten nicht nur umfassende und detailreiche Informationen, sondern ließen darüber hinaus das Bezugssystem des jeweiligen Interviewpartners zum Ausdruck kommen, was für die Ziele dieser Studie von besonderer Relevanz war. Die Interpretation des ergiebigen Datenmaterials ermöglichte einen tieferen und differenzierteren Einblick in die Arbeitswelt und in das Selbstverständnis der befragten DW-Journalisten. Abschließend werden im Folgenden die wichtigsten Befunde noch einmal hervorgehoben.

Eine Reihe von Arbeitszielen der Journalisten im DW-Haus konnten festgestellt werden. Ein ausgeglichenes und fundiertes Deutschlandbild zu vermitteln und deutsche und europäische Sichtweisen zu verschiedenen Situationen in der Welt darzustellen, wird von allen Befragten als zentrale Aufgabe definiert, obwohl sie nicht immer ihr Aufgabenverständnis dominiert. Alternative Informationen zu

liefern und aus einem anderen Blickwinkel zu berichten, um einen freien Informationsfluss in manchen Sendegebietten zu fördern, wird von vielen als Kernaufgabe betrachtet. Viele Befragte sehen ihre journalistische Rolle auch darin, europäische oder allgemein demokratische, zivilgesellschaftliche Werte zu vermitteln und ihrem Publikum zu erklären. Einen Dialog zwischen Deutschland und der Welt, sowie zwischen verschiedenen Kulturen zu arrangieren, wird mehrheitlich als zentrale Aufgabe gesehen. Durch Informations- und Wissensvermittlung wollen die Journalisten Brücken schlagen und Diskussionen anstoßen. Diese Aufgabe entspricht den Anforderungen des Konzepts *public diplomacy* im breiten Sinne, was diplomatische Indizien oder ein diplomatisches Bewusstsein bei einigen der Befragten bedingt. Keiner der Befragten versteht sich aber als Regierungsbeauftragte oder -sprecher und alle identifizieren sich hauptsächlich mit einem journalistischen Auftrag. Bei der Verwirklichung dieser Kommunikationsabsichten stehen neben der reinen Faktenvermittlung bei fast allen Interviewpartnern auch kommentierende und einordnete Leistungen im Vordergrund. Im Gegensatz zu den Erwartungen, dass aufgrund der DW-Programmgrundsätze die DW-Berichterstattung eine bestimmte Regierungsnähe und diplomatische Rücksichtnahme aufweisen würde, legen alle Interviewpartner großen Wert auf kritische Beiträge, was die Politik der Bundesregierung, aber auch die Politiker im jeweiligen Sendegebiet angeht. Kontroll- und Kritikaufgabe nehmen bei einem großen Teil der Befragten einen wichtigen Stellenwert in der täglichen Arbeit ein.

Die einzelnen Journalisten gewichteten jedoch diese Kernaufgaben unterschiedlich und setzten einen bestimmten Schwerpunkt in ihr Aufgabenverständnis. Um das Selbstverständnis der DW-Redakteure noch gründlicher zu analysieren, einen besseren Überblick zu geben und konkrete Einflussfaktoren darauf auszumachen, wurde eine Typologie zum Selbstverständnis der DW-Redakteure entwickelt. Die folgenden fünf Typen konnten ermittelt werden, die sich hauptsächlich in ihren Kommunikationsabsichten und ihrer Identifikation mit Diplomatie unterscheiden.

Der **Repräsentant** (5, 8, 9, 13) sieht seine journalistische Hauptaufgabe darin, den Entscheidungsträgern in der Welt, die sich besonders für Deutschland interessieren, ein authentisches und fundiertes Deutschlandbild zu vermitteln. Ferner geht es ihm darum, deutsche Sichtweisen auf verschiedene Geschehnisse in der Welt darzulegen und zu erklären. Sachlichkeit und Ausgewogenheit der Berichterstattung sind die professionellen Standards, die einen besonderen Stellenwert in seiner Arbeit haben. Neben informierenden gehören auch interpretierende und einordnende Leistungen zu seinem Aufgabenverständnis, Informationen und Meinungen müssen allerdings strikt getrennt bleiben. Nicht nur seine, sondern eine Vielfalt an Sichtweisen will er an sein Publikum weitergeben, damit es sich sein eigenes Bild von Deutschland machen kann. In seinem Selbstverständnis vereinbart der Repräsentant Grundzüge der von der Kommunikatorforschung aufgezeichneten Rollenbilder des Informationsvermittlers und des Kompasses. Er befürwortet das Konzept des Dialogs der Kulturen mittels des Auslandssenders, glaubt aber, dass dieser Dialog nicht diplomatisch geführt werden kann, weil der DW-Journalist sowie Positives als auch Negatives über Deutschland berichten soll. Der

Repräsentant identifiziert sich in erster Linie mit einer journalistischen Funktion, aber impliziert und ansatzweise hat er auch diplomatisches Verständnis.

Die **Alternative Stimme** (7, 10, 11, 14) sorgt ebenfalls für ein ausgeglichenes und fundiertes Deutschlandbild in der Welt, verschiebt aber den Schwerpunkt ihres Arbeitsziels dahin, Multiplikatoren in Ländern mit eingeschränkter oder fehlender Pressefreiheit mit Informationen zu versorgen und ihnen dabei eine alternative Betrachtungsweise auf die Geschehnisse vor Ort anzubieten. Möglichst objektiv und ausgewogen informieren, aber auch kommentieren und erklären will dieser Typus, achtet aber sehr auf die strikte Trennung zwischen Nachricht und Kommentar. In seiner Arbeit übernimmt er die Perspektive des einfachen Menschen und interessiert sich für das individuelle Schicksal. Anwaltschaftliche Leistungen sind somit auch entscheidender Teil seines Selbstverständnisses. Im Unterschied zu den anderen vier Typen bezweifelt es die Alternative Stimme, eine entscheidende Rolle im Dialog zwischen den Kulturen zu haben. Insofern weist dieser Typus keine diplomatischen Ansätze in seinem Aufgabenverständnis auf und identifiziert sich ausschließlich mit einer journalistischen Funktion.

Der **Europamissionar** (4, 6) vermittelt auch ein authentisches Deutschlandbild und bietet alternative Berichterstattung an, verfolgt aber damit eine ganz andere Kommunikationsabsicht. Europa und die europäischen Werte seinem Publikum auf dem Weg zu einer EU-Mitgliedschaft zu vermitteln und nahe zu bringen, ist der Schwerpunkt in seinem Aufgabenverständnis. Mit seiner Kommunikationsabsicht, die einen gewissen Bildungsauftrag verrät, nähert er sich dem Rollenbild des Pädagogen aus der Journalismusforschung. Ausgewogene Informations- und Faktenvermittlung steht beim Europamissionar im Vordergrund, interpretierende Leistungen spielen eher eine sekundäre Rolle. Wie alle anderen Typen versteht er sich in erster Linie als Journalist, dennoch glaubt er, durch seine Arbeit eine Brücke des Dialogs zwischen einzelnen Ländern und Kulturen zu schlagen, womit er das Konzept von *public diplomacy* im breiten Sinne befürwortet. Aus diesem Grund enthält sein Selbstverständnis gewisse diplomatische Ansätze.

Der **Demokratieförderer** (2) verfolgt die Kommunikationsabsicht, demokratische und zivilgesellschaftliche Werte seinem Publikum in jenen Weltregionen zu vermitteln, wo sie weitgehend fehlen. Unabhängig davon, ob er alternative Information anbietet oder ein Deutschlandbild darstellt, rückt er diese edukative Funktion in den Vordergrund. Mit diesem Verständnis ähnelt er sehr dem Europamissionar, unterscheidet sich aber in einem anderen Aspekt deutlich von ihm. Zu seinem Aufgabenverständnis gehört neben journalistischen Aufgaben auch viel Diplomatie, weil er seine Programme gegenüber der Öffentlichkeit in den Sendegebieten vertreten soll. Er versteht sich hauptsächlich als Journalist, neutrale und ausgewogene Informationsvermittlung steht eindeutig im Vordergrund, aber er hat auch ein gewisses diplomatisches Bewusstsein.

Der **Mittler im Kulturdialog** (3, 12) setzt in den Mittelpunkt seines Aufgabenverständnisses den Wunsch, einen Dialog zwischen den Kulturen zu arrangieren und unterschiedliche Welten einander näher zu bringen. Somit trägt er Grundzüge des Kulturdolmetscher-Rollenbildes, das in Studien zu Auslandskorrespondenten ermittelt wird. Mit seiner Arbeit lebt er das Konzept *public diplomacy* im



breiten Sinne und deshalb weist er diplomatisches Bewusstsein auf. Der Mittler im Kulturdialog sieht sich aber als Journalist und nicht als Diplomat im eigentlichen Sinne des Wortes. Er nimmt einen gewissen diplomatischen Auftrag ausschließlich dann wahr, wenn er sich mit Menschen aus anderen Kulturen und Völkern vor Ort trifft. Für ihn ist jeder Auslandseinsatz unmittelbar mit diplomatischem Verhalten verbunden. Sein Selbstverständnis weist auch advokatorische Leistungen auf, er will denen eine Stimme geben, die sonst nie gehört werden. Neutralität, Unabhängigkeit, Ausgewogenheit sind die Grundsätze, die in seiner Arbeit besondere Beachtung finden. Informierenden und interpretierenden Leistungen verleiht er gleichrangige Bedeutung, aber achtet sehr genau darauf, Nachricht und Kommentar zu trennen und nicht seine, sondern eine Vielfalt von Meinungen zu vermitteln.

Bei allen fünf Typen ist auffallend, dass sie sich stark mit den Ansprüchen des DW-Programmauftrags identifizieren. Ihre Kommunikationsabsichten entsprechen ziemlich genau den Zielen, die gesetzlich vorgegeben sind. Daher scheint es, als ob der DW-Redakteur sie bejaht und deshalb verinnerlicht hat. Die Befunde zeigen auch, dass den Erwartungen entgegen ein Rollenbild des Diplomaten bei den Befragten zweifellos auf Ablehnung stößt. Sie nehmen ihren Programmauftrag als Journalisten wahr und weisen nur in einzelnen Fällen, wenn sie etwa Menschen aus anderen Kulturen und Ländern persönlich treffen, gewisse diplomatische Verhaltensmuster auf. Das hat aber keine Auswirkung auf ihre journalistische Arbeit. Das im deutschen Journalismus dominierende Selbstverständnis des neutralen Informationsvermittlers, wie aktuelle Befunde bestätigen, existiert zwar unter den Befragten, ist aber eher die Ausnahme. Neben informierenden konstituieren auch interpretierende und meinungsorientierte Leistungen ihr Aufgabenverständnis. Dabei geht es nicht um die Weitergabe ihrer eigenen Meinung, sondern um die Vermittlung einer Fülle von möglichst vielen verschiedenen Ansichten. Nur so können sie ihr Publikum in die Lage versetzen, sich seine eigene Meinung fundiert zu bilden, was vorrangiges Ziel ihrer Arbeit ist. Kritisches Begleiten der politischen Prozesse sowohl in Deutschland als auch in den Sendegebieten ist ein entscheidender Teil ihrer Zielsetzung. Nur so können sie glaubwürdig genug wirken, was ein wichtiger Schlüssel zu Aufmerksamkeit, Interesse und Treue ihres Publikums ist. Die Ausgewogenheit der Berichterstattung, das Postulat der Objektivität und Neutralität sind eindeutig die richtungweisenden Maßstäbe bei ihrer journalistischen Tätigkeit. Somit ist festzuhalten, dass die an die DW-Redakteure normativ gestellten journalistischen Ansprüche und ihr Selbstverständnis deckungsgleich sind. Im Spannungsfeld Journalismus versus Diplomatie sind die journalistischen Grundsätze und Prinzipien den Anforderungen nach diplomatischer Sensibilität eindeutig überlegen. Somit lassen sich Vorwürfe und kritische Stimmen bezüglich der journalistischen Arbeit der DW-Macher entkräften.

Dank der entwickelten Typologie war es möglich, Einflussfaktoren auf das Selbstverständnis der DW-Redakteure in allen Ebenen des Modells zu identifizieren. Innerhalb der Ebene SUBJEKT bestätigten sich die Faktoren *Herkunft, Schlüsselerlebnisse, prägende Erfahrungen, Motive der Berufswahl, Ausbildung und beruflicher Werdegang, Geschlecht, Familiensituation* und *Prioritäten* als konstituierend für das Selbstverständnis. Als einflussrelevante Faktoren gelten weiterhin die *Tätigkeiten*,

die redaktionellen *Anforderungen*, die an die DW-Redakteure gestellt werden, die *innere Medienfreiheit*, die verschiedenen *Referenzgruppen* und die *Konkurrenz* aus der Ebene REDAKTION. Für die Herausbildung des Selbstverständnisses der befragten DW-Redakteure haben sich insbesondere zwei Faktoren deutlich als maßgebende Determinanten hervorgehoben: die *Lebensbedingungen/Pressefreiheit* des *Sendegebiets* aus der Ebene REDAKTION und die im *gesetzlichen Programmauftrag* erwähnten Kommunikationsziele aus der Ebene AUSLANDSRUNDFUNK DEUTSCHE WELLE. Wie bereits dargestellt konnten die *professionellen und ethischen Normen* ebenfalls als gewichtige determinierende Faktoren identifiziert werden, die zwar Unterschiede zwischen den einzelnen Typen nicht erklären können, aber konstituierend für das Selbstverständnis aller Befragten sind.

Im Hinblick darauf, dass diese Studie eine Art Pionierarbeit in Bezug auf die Arbeitswelt und das Aufgabenverständnis von Auslandsrundfunk-Journalisten ist, die bisher empirisch nicht erforscht wurden, kann an dieser Stelle relativ zufrieden auf ein Set von Ergebnissen zurück geblickt werden. Anregungen und Diskussionsstoff für zukünftige Forschung bieten die Befunde gewiss auch. Die Erkenntnisse können als Ausgangspunkt und Grundlage für die Untersuchung der journalistischen Arbeitswelt und des Selbstverständnisses von Journalisten in anderen Auslandssendern herangezogen werden. Somit wären ein internationaler Vergleich von Journalismustypen im Auslandsrundfunk und Aussagen über den Auslandsrundfunk-Journalismus allgemein möglich. Insofern leistet diese Studie einen Beitrag zu der komparativen Journalismusforschung. Die Zusammensetzung der befragten Gruppe liefert einen anderen Ansatzpunkt für weiteren Forschungsbedarf. Obwohl alle bei der DW vertretenen Mediengattungen in der Studie berücksichtigt wurden, konnte lediglich ein Journalist aus der DW-TV-Redaktion befragt werden. Deshalb war ein angemessener Vergleich nicht möglich. Vom Interesse wären daher größere, repräsentative Studien, die Journalisten aus den verschiedenen Gattungen gleichmäßig berücksichtigen, damit weitere Differenzierungen im Selbstverständnis ermittelt werden. Ein Manko der Auswahlquote war auch, dass Redakteure mit Basisfunktionen unterrepräsentiert waren. Die Tätigkeiten der Redakteure erwiesen sich als determinierender Faktor, deshalb soll diese Journalistengruppe sowie solche mit anderen Positionen wie Korrespondenten und freie Journalisten etwa in zukünftigen Studien verstärkt Beachtung finden, damit tiefgehende Vergleiche diesbezüglich ermöglicht werden. Die Handlungsrelevanz der Arbeitsziele der Befragten konnte wegen der Methodenentscheidung nicht untersucht werden, eine konsequente Weiterführung dieser Studie wäre eine inhaltsanalytische Untersuchung von redaktionellen Beiträgen der Befragten und Beobachtung der redaktionellen Strukturen. So könnte ermittelt werden, in wieweit die Arbeitsziele der DW-Redakteure praktische Relevanz besitzen und eventuell von Sozialerwünschtheit beeinträchtigte Befunde überprüft werden.

Der Auslandsrundfunk-Journalismus erwies sich somit als spannendes und attraktives Forschungsfeld, deshalb sollen die Macher der „Visitenkarte Deutschlands“ weiterhin im Mittelpunkt des Forschungsinteresses bleiben.

## Literaturverzeichnis

### A

**Ammon, R.** (2001). Global Television and the Shaping of World Politics. London

**Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung** (1977). Synopse Journalismus als Beruf. München

### B

**Bericht der Bundesregierung** (2001). Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kulturpolitik (2000). Berlin

**Bericht der Bundesregierung** (2004). Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kulturpolitik (2003). Berlin

**Blöbaum, B.** (2000). Zwischen Redaktion und Reflexion. Integration von Theorie und Praxis in der Journalistenausbildung. Münster

**Böckelmann, F.** (1993). Journalismus als Beruf. Bilanz der Kommunikationsforschung im deutschsprachigen Raum von 1945-1990. Konstanz

**Bortz, J. & Döring, N.** (2003). Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. Berlin

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

**Browne, D.** (1982). International Radio Broadcasting – The Limits of the Limitless Medium. New York

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

### D

**Deutsche Welle** (1963). Deutsche Welle 1953-1963. Bonn

**Deutsche Welle** (1999). Deutsche Welle – das Profil. Bonn

**Deutsche Welle** (2001). Programme und Empfang. Bonn

**Deutsche Welle** (2003). 50 Jahre aus der Mitte Europas. Festschrift. Bonn

**Deutsche Welle** (2004). Personalentwicklungsbericht 2005/2006. Bonn

**Deutscher Journalisten-Verband** (1996). Berufsbild Journalistin/Journalist. Online im Internet: URL [http://www.djv.de/fileadmin/djv\\_Dokumente/berufsbild1.pdf](http://www.djv.de/fileadmin/djv_Dokumente/berufsbild1.pdf), [Stand 2007-03-01], ohne Seitenangaben

**Donsbach, W.** (1981). 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.** (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, (S. 105-144), München

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

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

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

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

**Dörr, D.** (1998). Die verfassungsrechtliche Stellung der Deutsche Welle, München

**Drehkopf, K.** (2006). Das journalistische Selbstverständnis deutscher EU-Korrespondenten. Eine qualitative Studie zu Arbeitsbedingungen und zum Berufsverständnis deutscher Journalisten in Brüssel, Magisterarbeit, München

**Duve, F.** (1997). Deutsche Welle – Teil der Auswärtigen Politik. In Zeitschrift für Kulturaustausch 3/97, 43-44

## **E**

**Ebner, C.** (2006). Sie leben Europa. Eine qualitative Studie zum Selbstverständnis deutscher und französischer Auslandskorrespondenten in Paris und Berlin, Magisterarbeit, München

**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, 357-368

**Flick, U.** (1995). Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen, Weinheim

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

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

## G

**Gerwald, J.** (1995). Auftrag des Auslandsrundfunks. In W. Mahle (Hrsg.): Deutschland in der internationalen Kommunikation. (S. 95-99). Konstanz

**Groebel, J.** (2000). Die Rolle des Auslandsrundfunks. Bonn

**Grotz, C.** (1997). Nicht für Urlauber am „Ballermann-Strand“. In Zeitschrift für Kulturaustausch 3/97, 45-46

## H

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

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

**Haller, M.** (2005). Was soll aus der Zeitung werden? Über Funktionszuweisungen, Nutzungswünsche, Gattungsmerkmale, Probleme und Perspektiven der Tageszeitung. In K. Arnold & C. Neuberger (Hrsg.): Alte Medien-neue Medien. Theorieperspektiven, Medienprofile, Einsatzfelder. Festschrift für Jan Tonnemacher. (S. 119-132). Wiesbaden

**Hartstein, R.** (1999). Die Finanzierungsgarantie des Bundes für die Deutsche Welle. Berlin

**Henecka, H.** (2006). Grundkurs Soziologie. Konstanz

**Hesse, A.** (2003). Rundfunkrecht. München

**Hetkämper, R.** (1995). Der fremde Blick. Auslandskorrespondenten in sich wandelnder Welt. In ARD (Hrsg.): ARD-Jahrbuch 1995. (S. 124-131). Baden-Baden

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

**Hurrelmann, K.** (2002). Einführung in die Sozialisationstheorie. Weinheim und Basel

## J

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

## K

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

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

- Kepplinger, H. M.** (2000). Problemdimensionen des Journalismus. Theoretischer Anspruch und empirischer Ertrag. In M. Löffelholz (Hrsg.): Theorien des Journalismus. (S. 81 – 99). Wiesbaden
- Keune, R.** (1997). Degen des Kalten Krieges oder Angelhaken der Freundschaft? In Zeitschrift für Kulturaustausch 3/97, 27-30
- Kleinstauber, H. J.** (2002). Auslandsrundfunk in der Kommunikationspolitik. Zwischen globaler Kommunikation und Dialog der Kulturen. In A. Hepp & M. Löffelholz (Hrsg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. (S. 345-372). Konstanz
- Köcher, R.** (1985). Spürhund und Missionar. Eine vergleichende Untersuchung über Berufsethik und Aufgabenverständnis britischer und deutscher Journalisten. München
- Köhler, B.** (1988). Auslandsrundfunk und Politik – Die politische Dimension eines internationalen Mediums. Berlin
- Krüger, W.** (1997). Deutsches Fernsehen für die Welt. In Zeitschrift für Kulturaustausch 3/97, 58-62
- Krupitschka, M.** (2005). Beruf Jugendjournalist. Eine explorative Studie über das Selbstverständnis in den Redaktionen von „Radio Galaxy“, „Energy 93,3“ und dem „Zündfunk“. Diplomarbeit. München
- Kuhl, H.** (2002a). Opposition per Radio: Geheimsender. In M. Schmitz (Hrsg.): Sender & Frequenzen. (S. 437- 449). Meckenheim
- Kuhl, H.** (2002b). Internationaler Auslandsrundfunk. In Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (Hrsg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen. (S. 149-161). Baden-Baden
- Kutsch, A.** (1988). Max Webers Anregung zur empirischen Journalismusforschung. Die „Zeitungs-Enquête“ und eine Redakteurs-Umfrage. In Publizistik 33/1, 5-31
- L**
- Lamnek, S.** (1995). Qualitative Sozialforschung. Band 2: Methoden und Techniken. Weinheim
- Lamnek, S.** (2005). Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. Weinheim/Basel
- Langenbucher, W.** (1973). Kommunikation als Beruf. München
- Löffelholz, M.** (2002). Globalisierung und transkulturelle Krisenkommunikation. In A. Hepp & M. Löffelholz (Hrsg.): Grundlegende Texte zur transkulturellen Kommunikation. (S. 186-206) Konstanz
- Löffelholz, M.** (2003). Kommunikatorforschung: Journalistik. In G. Bentele, H-B. Brosius & O. Jarren, (Hrsg.): Handbuch Öffentliche Kommunikation. (S. 28–53). Wiesbaden
- Löffelholz, M., Quandt, T., Hanitzsch, T. & Altmeyen, K.** (2003). Onlinejournalisten in Deutschland. In Media Perspektiven 10/2003, 477-486
- Löffelholz, M.** (2004). Theorien des Journalismus. Eine historische, metatheoretische und synoptische Einführung. In M. Löffelholz (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. (S. 17-65). Wiesbaden
- Louw, P.** (1998). Journalists Reporting from Foreign Places. In D. Weaver (Hrsg.): The Global Journalist: News People Around the World. (S.151-162). Cresskill



**Lünenborg, M.** (2002). Journalismusforschung und Gender Studies. In I. Neverla, E. Grittmann & M. Pater (Hrsg.): Grundtexte zur Journalistik. (S. 523-553). Konstanz

## M

**Malone, G.** (1988). Organizing the Nation's Public Diplomacy. New York

**Maletzke, G.** (1972). Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik. Hamburg

**Maletzke, G.** (2001). Interkulturelle Kommunikation. Opladen

**Mast, C.** (2004). ABC des Journalismus. Konstanz

**Mayring, P.** (2002). Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim/ Basel

**McLuhan, M.** (1995). The Global Village. Paderborn

**Meckel, M.** (2002). Transkulturelles Medien- und Redaktionsmanagement. In A. Hepp & M. Löffelholz (Hrsg.): Grundlegende Texte zur transkulturellen Kommunikation. (S. 299-318). Konstanz

**Melissen, J.** (2005). The New Public Diplomacy. New York

**Meyen, M.** (2003). Denver Clan und Neues Deutschland. Mediennutzung in der DDR. Berlin.

**Möhring, W. & Schlütz, D.** (2003). Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden

## N

**Niepalla, P.** (2003). Deutsche-Welle-Gesetz. Kommentar. Baden-Baden

## O

**Ohmstedt, O.** (1993). Von der Propaganda zur Public Diplomacy. München

## P

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

**Pieper, F.** (2000). Der deutsche Auslandsrundfunk. München

**Pörksen, B.** (2005): Medienethik. In S. Weischenberg, H-J. Kleinsteuber & B. Pörksen, B (Hrsg.): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz

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

**Puhl, T.** (1992). Grundrechtsschutz, Bestandsgarantie und Finanzierungsanspruch der Bundesrundfunkanstalten. In DVB1 1992

**Pürer, H.** (1997). Zwischen Tradition und Wandel. Zum Stand der Kommunikatorforschung in Deutschland. In H. Fünfgeld & C. Mast (Hrsg.): Massenkommunikation. Ergebnisse und Perspektiven. (S. 89 – 123). Opladen

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

## R

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

**Reporter without borders** (2006). Annual Report 2006. Online im Internet: URL <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/publikationen/jahresbericht.html> [Stand 2006-06-15]

**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

**Schimank, U.** (2000). Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurtheoretische Soziologie. Weinheim/München

**Schlinker, U & Schürhoff, R.** (2005). Weltweite Schätzung der täglichen und wöchentlichen Reichweiten für das DW-Programmangebot. Bonn

**Schmidt-Husson, F.** (2006). Rundfunkfreiheit für die Deutsche Welle? Berlin

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

**Schneider, B.** (1997). Abschied vom Fossil. In Zeitschrift für Kulturaustausch 3/97, 24-27

**Schnell, R., Hill, B. & Esser, E.** (2005). Methoden der empirischen Sozialforschung. München/Wien

**Scholl, A.** (1997). Journalismus als Gegenstand empirischer Forschung: Ein Definitionsvorschlag. In: Publizistik 42, 468-486

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

**Scholl, A.** (2003). Die Befragung. Sozialwissenschaftliche Methode und kommunikationswissenschaftliche Anwendung. Konstanz

**Schönbach, K., Stürzebecher, D. & Schneider, B.** (1994). Oberlehrer und Missionare? Das Selbstverständnis deutscher Journalisten. In F. Neidhardt (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34/1994, 139-161

**Schulz, R.** (1979). Einer gegen alle? Das Entscheidungsverhalten von Verlegern und Chefredakteuren. In H. M. Kepplinger (Hrsg.): Angepasste Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten. (S. 166-188). München

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

**Signitzer, H.** (1992). Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Convergences. In Public Relations Review 18/2, 137-147

**Signitzer, B.** (1993). Anmerkungen zur Begriffs- und Funktionswelt von Public Diplomacy. In W. Armbrecht, H. Avenarius & U. Zabel (Hrsg.): Image und PR. Kann Image Gegenstand einer Public Relations-Wissenschaft sein? (S. 199-211). Opladen

**Spasovska, V.** (2001). Friedensberichterstattung. In O. Zöllner (Hrsg.): „Sagt die Wahrheit: die bringen uns um!“ (S. 123-134). Berlin

**von Sperber, J.** (2004). Deutsche Auslandskorrespondenten in Japan. Eine qualitative Untersuchung zur Arbeitsbedingungen und Selbstverständnis. Magisterarbeit. München

## T

**Tuch, N.** (1990). Communicating with the World. U.S. Public Diplomacy Overseas. New York

## V

**Verheugen, G.** (1997). Krisenradio – die Zukunft der Kurzwelle?. In Zeitschrift für Kulturaustausch 3/97, 31-36

## W

**Weaver, D.** (1998). The Global Journalist: News People Around the World. Cresskill

**Weirich, D.** (1993). Auftrag Deutschland. Nach der Einheit: Unser Land der Welt vermitteln. München

**Weirich, D.** (1997). Kein Bauchredner der Regierung. In Zeitschrift für Kulturaustausch 3/97, 47-49

**Weischenberg, S.** (1989). Der enttarnte Elefant. Journalismus in der Bundesrepublik – und die Forschung, die sich ihm widmet. In Media Perspektiven 4/1989, 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. (S.280-300). Opladen

**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, 21–35

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

- Weischenberg, S.** (1994b). Journalismus als soziales System. In K. Merten, S. Schmidt & S. Weischenberg (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. (S. 427-454). Opladen
- Weischenberg, S., Löffelholz, M. & Scholl, A.** (1994). Merkmale und Einstellungen von Journalisten. In Media Perspektiven 4/1994, 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. (S. 485-522). Konstanz
- Weischenberg, S., Malik, M & Scholl, A.** (2006a). Journalismus in Deutschland 2005. In Media Perspektiven 7/2006, 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.
- Witte, C.** (1999). Auslandsrundfunk: Die Deutsche Welle. In D. Schwarzkopf (Hrsg.). Rundfunkpolitik in Deutschland. (S.1102-1139). München
- Z**
- Zöllner, O.** (2001). „Sagt die Wahrheit: die bringen uns um!“: Berlin
- Zöllner, O.** (2004). Beyond Borders. Bonn
- Zöllner, O.** (2006). A quest for dialogue in international broadcasting: Germany's public diplomacy targeting Arab audiences. In Global Media and Communication 2/2, 160-182
- Zolnowski, K.** (2006). Zwischen Unterhaltung und Wissensvermittlung: Die „Macher“ von Geschichte im öffentlich rechtlichen Fernsehen. Eine qualitative Studie zum Selbstverständnis von Geschichtsredakteuren/innen und den Arbeitsbedingungen in Geschichtsredaktionen. Magisterarbeit. München

## **Tabellen- und Abbildungsverzeichnis**

<b>Tabelle 1</b>	Übersicht über die befragten DW-Journalisten	<b>S. 67</b>
<b>Tabelle 2</b>	Zuordnung der befragten DW-Journalisten nach dem Kriterium Kommunikationsabsicht	<b>S. 95</b>
<b>Tabelle 3</b>	Zuordnung der befragten DW-Journalisten nach dem Kriterium Identifikation mit Diplomatie	<b>S. 97</b>
<b>Abbildung 1</b>	Modell zum Selbstverständnis von DW-Journalisten	<b>S. 41</b>
<b>Abbildung 2</b>	Typologie des Selbstverständnisses von DW-Journalisten	<b>S. 98</b>
<b>Abbildung 3</b>	Modifiziertes Modell zum Selbstverständnis von DW-Journalisten	<b>S. 119</b>

## Lebenslauf

### PERSON

Name **Hristina Krasteva**  
 Geburtsdatum und -ort 05.05.1983, Sofia, Bulgarien  
 Anschrift Steinickeweg 4, 80798 München  
 Handynummer 0179/ 777 45 97  
 E-Mail titi\_sunny@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 Leistungsklassen  
 Deutsches Abitur, Erwerb der deutschen Allgemeinen Hochschulreife

### PRAKTIKA

03/2006-08/2006 **Ketchum GmbH**  
 Praktikantin in Corporate Communication Team  
 09/2005-10/2005 **Bayerische Rundfunkwerbung-Service GmbH**  
 Praktikantin in Merchandising-Abteilung  
 08/2005-09/2005 **DDB Sofia**  
 Praktikantin in Client Service Department  
 07/2004-10/2004 **EURO RSCG New Europe**  
 Praktikantin in Client Service Department

### SPRACHKENNTNISSE

Deutsch sehr gut in Wort und Schrift  
 Englisch fließend in Wort und Schrift  
 Italienisch Grundkenntnisse  
 Mazedonisch Verhandlungssicher  
 Bulgarisch Muttersprache



## **Ehrenwörtliche Erklärung**

Hiermit erkläre ich, Hristina 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