

Journalistik als Kulturanalyse. Redaktionskulturen als Schlüssel zur Erforschung journalistischer Praxis

Michael Brüggemann

1 Einleitung

Die kulturtheoretische Perspektive gewinnt seit einigen Jahren in den Sozialwissenschaften an Bedeutung (Reckwitz 2008). Auch die Kommunikations- und Medienwissenschaft hat sich davon anstecken lassen wie die Thematisierung von Journalismuskulturen (Hanitzsch 2007a), Nachrichtenkulturen (Esser 2008) und Medienkulturen (Hepp 2002) zeigt. Dieses Kapitel diskutiert, was es konzeptionell und methodisch bedeutet, wenn man Journalismus als Kultur analysieren will. Die kulturanalytische Perspektive lenkt den Blick auf die Deutungsmuster, auf die sich Journalisten beziehen, um ihrem Handeln Sinn zu verleihen. Es geht also um ein besseres Verständnis davon, warum Journalisten so handeln wie sie handeln – eine Kernfrage der Journalismusforschung.

Wenn es nun um das Verhältnis der Konzepte Kultur und Journalismus geht, dann kommt den Journalisten zunächst als *Kulturvermittler* eine Schlüsselstellung in der Gesellschaft zu: „As sense-making practice of modernity, journalism is the most important textual system in the world“ (Hartley 1996, 32). Journalismus produziert aber nicht nur Kultur. Journalismus ist auch eine *kulturell geprägte Tätigkeit*, die man im Rahmen ihres kulturellen Umfeldes analysieren kann. Schließlich lässt sich Journalismus auch selbst als Kultur untersuchen: In der Art, wie Journalismus betrieben wird, artikulieren sich journalistische *Produktionskulturen*.

In der Hinwendung der Journalistik zum Thema Kultur lassen sich zwei Ansätze unterscheiden, die sich auf Journalismus als kulturell geprägte Tätigkeit und auf die Produktionskulturen des Journalismus beziehen. Zum einen geht es um eine kulturelle Kontextualisierung von Journalismus. Zum anderen werden die Kulturen des Journalismus selbst zum zentralen Gegenstand der Forschung: ‚Doing journalism‘ (vgl. Wintch 2006; Raabe 2007) kann selbst als kulturelle Praxis analysiert werden. Weil die Redaktionen die zentralen Schaltstellen bei der Produktion journalistischer Inhalte sind, sind die Kulturen des Journalismus analytisch am besten als *Redaktionskulturen* zu erfassen, so die zentrale konzeptionelle These dieses Kapitels. Im Mittelpunkt steht dann die Frage, wie Redaktionskulturen empirisch erforscht werden können. Die Argumentation geht in drei Schritten vor.

1. *Kulturanalyse als Forschungsperspektive*: In dem Maße wie ‚Kultur‘ als teilweise unreflektierter Begriff in den Forschungsalltag eingeflossen ist, verbinden sich damit auch die unterschiedlichsten Konzepte. Daher ist zunächst der Kulturbegriff zu klären. Kultur wird hier als die Summe der Deutungsmuster verstanden, auf die Menschen in ihrem Denken, Sprechen und Handeln Bezug nehmen. Damit ist Kultur nicht nur ein Forschungsgegenstand, sondern impliziert auch eine bestimmte Forschungsperspekti-

- ve, die verstehen will, welche Deutungen sich in sozialen Praktiken und Diskursen äußern. Methodisch stellt sich somit die Frage, wie kulturelle Deutungsmuster zu erforschen sind.
2. *Kulturanalyse als Perspektive auf Journalismus*: Dann ist konzeptionell zu klären, wo die Kulturen des Journalismus zu verorten sind. In Abgrenzung zu anderen kulturorientierten Konzepten, die sich mit Journalismus beschäftigen, schlägt dieses Kapitel vor, Kultur auch da zu verorten, wo die zentralen journalistischen Entscheidungen getroffen werden: in den Redaktionen. Zur Erforschung von Redaktionskulturen wird dann ein Zugang entwickelt, der einerseits kulturtheoretisch inspiriert aber methodisch auch sozialwissenschaftlich fundiert ist, was zuweilen als Gegensatz konstruiert wird.
 3. *Kulturanalyse als Forschungsdesign*: Abschließend wird ein konkretes Design vorgestellt, das im Rahmen eines weiter gesteckten Forschungskontexts¹ Redaktionskulturen im Hinblick auf die Produktion von Europaberichterstattung empirisch untersucht. Am konkreten Beispiel werden verschiedene innovative und bewährte Instrumente einer kulturorientierten Redaktionsforschung vorgestellt.

2 Kulturanalyse als Forschungsperspektive

Zunächst ist angesichts der Vieldeutigkeit des Begriffs Kultur im Folgenden zu klären, was Kultur als Konzept bedeutet und welche methodischen Implikationen dieses Konzept für die empirische Forschung hat. In Anlehnung an die Cultural Studies setzt dieser Text an einem relativ breiten Kulturbegriff an. Demnach ist Kultur nicht mehr nur die Summe der Artefakte, die der Mensch schafft – etwa im Gegensatz zum Naturbegriff. Kultur ist ebenfalls nicht wertend als Zivilisation im Gegensatz zur Barbarei zu sehen (vgl. Hepp 2008a, 115-118).

Kultur ist nach dem Diktum des britischen Kulturtheoretikers Raymond Williams die Gesamtheit einer Lebensweise („a whole way of life“). Dieser weite anthropologische Kulturbegriff wirft allerdings die Frage auf, ob damit nicht alles Kultur ist. Dann wäre das Konzept allerdings analytisch unbrauchbar. Erkenntnisfördernd erweist sich das Konzept Kultur, wenn *Kulturanalyse als Perspektive* begriffen wird, die gesellschaftliche Phänomene im Hinblick auf ihre kulturelle Dimension untersucht. In der Tat kann dann auch jeder Bereich menschlichen Zusammenlebens im Hinblick auf seine kulturelle Dimension analysiert werden. Die Kulturanalyse beschäftigt sich dann mit der Sinn-Dimension sozialen Handelns, wie Stuart Hall deutlich macht:

„Human beings are meaning-making, interpretive beings. Social action is meaningful [...] because of the many and variable systems of meanings which human beings deploy to define what things mean [...]. These systems or codes of meaning give significance to our actions. They al-

¹ Es handelt sich um ein von der DFG gefördertes Forschungsprojekt zur Transnationalisierung von Öffentlichkeiten in Europa, das am SFB „Staatlichkeit im Wandel“ an der Universität Bremen und der Jacobs University angesiedelt ist. Unter der Leitung von Andreas Hepp waren auch Katharina Kleinen-von Königslöw, Swantje Lingenberg und Johanna Möller an der Ausarbeitung der hier vorgestellten Forschungsinstrumente beteiligt (Ergebnisse des Projekts sind u.a. publiziert in Wessler et al. 2008; Brüggemann et al. 2009; Brüggemann & Kleinen-v. Königslöw 2009; Hepp et al. 2009). Ich danke Andreas Hepp, Stefanie Trümper, Johannes Raabe und den Herausgebern dieses Bandes für hilfreiche Literaturhinweise und konstruktives Feedback.

low us to interpret meaningfully the actions of others. Taken together, they constitute our ‘cultures’“ (Hall 1997).

Ganz ähnlich wird Kultur in der *International Encyclopedia of Communication* beschrieben als „web of meaning in which social life is suspended“ (Cobley 2008). Man darf sich nun Kultur aber nicht als einen Forschungsgegenstand vorstellen, der jenseits des Handelns ‚objektiv‘ existiert und den der Kulturforscher in ein Reagenzglas stecken kann. Kultur *artikuliert* sich im Denken der Menschen, in dem, was sie sagen, und ganz allgemein in ihrem sozialen Handeln. Erst durch Kommunikation und Handeln wird subjektive Sinngebung zu einem ‚objektiven‘ sozialen Faktum: „[...] meanings are both subjectively valid and at the same time objectively present in the world – in our actions, institutions, rituals and practices“ (Hall 1997, 217).

Traditionell wird Kultur dabei als territorial auf die gesellschaftliche Einheit Nationalstaat bezogen, als homogen und als stabile Größe gedacht. Ein Kulturbegriff, der der aktuellen wissenschaftlichen Debatte entspricht (vgl. Cobley 2008; ausführlich in Hepp 2004), – bei allen Unterschieden, die hier nicht diskutiert werden können – geht darum von kulturellen Mustern aus, die territoriale Grenzen überschreiten, sich vielfältig überlappen und sich im Laufe der Zeit verändern. Dennoch bleibt der alte Kulturbegriff im neuen aufgehoben: Denn nach wie vor gibt es territorial vorkommende kulturelle Muster und diese sind auch noch relativ stabil.

Es gibt also eine relative Stabilität von Kulturen, aber auch kulturellen Wandel. Veränderungen von kollektiven Deutungsmustern finden aber nicht schubartig, sondern graduell statt, weshalb es zu einem „cultural lag“ (William F. Ogburn 1922; zit. n. Scheuch 2003) zum Beispiel dann kommen kann, wenn technische Innovationen plötzliche Veränderungen menschlichen Handelns ermöglichen. Von den neuen Möglichkeiten wird dann in einer Weise Gebrauch gemacht, die den alten kulturell umsäumten Gewohnheiten entspricht.

Kulturen sind außerdem lokal verankert, können sich aber auch raumübergreifend überlappen. Lokale oder nationale „Verdichtungen“ von Kultur können weiterhin bestehen. Kulturen werden aber heute in starkem Maße durch Medien vermittelt (daher die Rede von „Medienkulturen“, Hepp 2008a). Und mediale Kommunikation überschreitet dank digitaler Technologie und globaler Kommunikationsnetze mühelos territoriale Grenzen. So kommt es auf einem Territorium zu vielfältigen Überlappungen von Deutungsangeboten. Die Kultur eines Territoriums (zum Beispiel die „deutsche Kultur“) wird darum heute immer *hybrid* sein. Sie ist ein Kompositum verschiedener kultureller Einflüsse. Andere Einheiten als die Nation können damit zum Träger von Kultur werden: Es mag ethnisch, religiös, beruflich (z.B. Journalismus) oder auch mit bestimmten Freizeit-Aktivitäten (z.B. Bloggen) und den dazugehörigen Gruppen verknüpfte Kulturen geben. In Bezug auf den Journalismus kann es eine universale Journalismuskultur geben, eine Kultur des deutschen Journalismus oder eben Redaktionskulturen, die gleichzeitig Eigenheiten der jeweiligen Medienorganisation, des nationalen Journalismus und übergreifende Gemeinsamkeiten teilen.

Um nun das abstrakte Konzept Kultur empirisch dingfest zu machen, ist es hilfreich, analytisch zwischen vier verschiedenen Ebenen der Artikulation kultureller Deutungsmuster zu unterscheiden. Diese Ebenen lassen sich aus der Geschichte der Kulturtheorien ableiten, in der sich zunächst einmal drei Strömungen identifizieren lassen, die mentalistische Schule, die Kultur im Denken verortet, die diskurstheoretische, die Kultur in Texten sucht, und die praxeologische Strömung (vgl. Raabe 2008), die Kultur im Handeln verkörpert sieht (Hepp 2008b). Für die empirische Untersuchung von Kultur ergeben sich folglich die

Gegenstände „patterns of thinking“, „patterns of discourses“ und „patterns of doing“ (ebd.). Kultur lässt sich darüber hinaus auch über die aus dem ‚Doing‘ resultierenden Artefakte analysieren (vgl. in Bezug auf Journalismuskulturen Hanitzsch 2007a). Darum wird hier eine Unterscheidung von vier Ebenen vorgeschlagen, an denen Kulturanalyse ansetzen kann. Kultur artikuliert sich (1) im *Denken*, und in (2) *Diskursen*, (3) *Praktiken* und (4) *Artefakten*.

Damit ist Kultur als das Gesamt der Deutungsmuster, die sich auf verschiedenen (nur analytisch trennbaren) Ebenen artikulieren, bestimmt. Kulturanalyse ist eine Perspektive der Wissenschaft, die diese Deutungsmuster beziehungsweise ihre Artikulation im Denken und in Diskursen, Praktiken und Artefakten untersucht. Kulturen sind als häufig medial vermitteltes, vorläufiges, aber dennoch relativ stabiles Produkt kontinuierlicher sozialer Deutungsprozesse zu denken, das lokal verwurzelt ist, aber territoriale Grenzen überschreiten kann.

Das Ziel der Rekonstruktion von Deutungsmustern hat nun Folgen für die Anlage empirischer Forschung. Designs zur Erforschung der Kulturen des Journalismus können dabei auf das Instrumentarium der Ethnographie zurückgreifen, die nicht nur fremde Kulturen erforscht, sondern längst auch Phänomene der eigenen Gesellschaft in den Blick nimmt. In der Tradition der Ethnomethodologie (Garfinkel 1984 [1967]) wird gerade das, was wir als selbstverständlich und unmittelbar verstehbar halten, problematisiert. In dieser Vorgehensweise liegt gleichzeitig das kritische Potential eines kultur erforschenden Ansatzes: Scheinbar natürliche Ordnungen erweisen sich als sozial konstruiert.

Aus der Herausforderung der Rekonstruktion sozialer Deutungsmuster ergeben sich drei miteinander verknüpfte Folgerungen für Kulturforschung, die im Folgenden entwickelt werden: Erstens wird eine solche Forschung einen *verstehenden, interpretierenden Ansatz* verfolgen, da es eben um die Erforschung von *Deutungsmustern* geht. Zweitens wird sie sich einer *Triangulation* von verschiedenen Erhebungsverfahren bedienen, weil kulturelle Phänomene auf verschiedenen Ebenen messbar werden, die analytisch trennbar sind, aber in einem Zusammenhang stehen, den wir als Kultur bezeichnen. Drittens will sie *Deutungsmuster* identifizieren und verfolgt daher einen *komparativen Fallstudienansatz*.

1. *Verstehender/interpretativer Ansatz*: Auch kultur erforschende Sozialwissenschaft will Gesellschaft erklären. Was sie nun von anderen Ansätzen unterscheidet ist gerade das ‚Wie‘ der Erklärung. Kulturforschung rekonstruiert „kollektive Wissensordnungen, Deutungsschemata und symbolische Codes“ (Reckwitz 2008). Diese Sinnstrukturen erklären, warum Menschen so und nicht anders handeln. Hier wird also Soziologie im Verständnis von Max Weber (1988 [1922]) betrieben, der sie definiert als „eine Wissenschaft, welche soziales Handeln deutend verstehen und dadurch in seinem Ablauf und seinen Wirkungen ursächlich erklären will.“ Die Untersuchung von Kultur ist „keine experimentelle Wissenschaft, die nach Gesetzen suchte, sondern eine interpretierende, die nach Bedeutungen sucht“ (Geertz 1995 [1973]). Ihre Methode und ihr unmittelbares Ziel ist eine Interpretation sozialen Handelns in einem bestimmten Kontext: Sie notiert nicht nur Phänomene („dünne Beschreibung“), sondern identifiziert auch die Bedeutungen, die ihnen zugeschrieben werden („dicke Beschreibung“). Kulturanalyse ist dabei gleich doppelt interpretativ: Sie deutet Deutungen, indem sie wissenschaftliche Interpretationen der Situationsdeutungen der untersuchten Akteure vornimmt (vgl. ebd.).

2. *Triangulation*: Kulturanalyse wird nur dann ihr Objekt hinlänglich fassen, wenn mehrere der oben genannten Ebenen der Artikulation von Kultur erfasst werden, da der Blick auf nur eine Artikulationsebene von Kultur nur zu enge Perspektive auf den Untersuchungsgegenstand eröffnet, um ein dichte Beschreibung kultureller Deutungsmuster zu ermöglichen. Die Ebene des *Denkens* ist dem direkten Zugriff des Forschenden vollständig entzogen. Denkmuster lassen sich nur indirekt über die anderen Analyse-Ebenen rekonstruieren. Bei der Analyse von *Diskursen* ist die wissenschaftliche Erkenntnis ebenfalls begrenzt: In Interviews (aber auch in allen anderen Sprech-Situationen) werden Befragte nicht alles preisgeben, was sie denken. Darüber hinaus gibt es „stummes Wissen“ (Kalthoff 2006) oder „practical consciousness“ (Giddens 1986 [1984], 375). Akteure beziehen sich demnach in ihrem Handeln häufig auf Wissensbestände, die in ihren beruflichen Routinen sedimentiert sind, die sie diskursiv aber nicht abrufen können. Dieses Wissen ist allenfalls über die Beobachtung ihrer Handlungen erschließbar. Beobachtung von *Praktiken* allein, ebenso wie die ausschließliche Analyse von *Artefakten* (in Bezug auf Journalismus also zum Beispiel eine Inhaltsanalyse publizistischer Produkte) haben ebenfalls ein begrenztes heuristisches Potential, wenn sie nicht durch eine Befragung der Akteure ergänzt werden: Denn es gilt, die Bedeutungen zu erschließen, die die Handelnden selbst ihren Praktiken zuschreiben und mit ihren Artefakten verbinden. Nur eine *Triangulation* verschiedener Erhebungsmethoden kann eine ganzheitliche Rekonstruktion von kulturellen Deutungsmustern leisten. Die Ethnographie kombiniert darum klassischerweise drei Forschungsmethoden: (teilnehmende) Beobachtung, Interviews und Dokumentenanalyse (vgl. Kalthoff 2006). Wie viele und welche Methoden miteinander kombiniert werden sollten, wird selbstverständlich von der jeweiligen Forschungsfrage abhängen. Die zwei grundlegenden Methoden sind dabei das ethnographische Interview (in der Kommunikationswissenschaft eher als Experteninterview bezeichnet) und die Beobachtung: „Der Informantenethnograph betrachtet die Teilnehmer [...] als Experten, die ihm Auskunft über ihre Praktiken geben sowie über diejenigen Mittel und Verfahren, mit denen sie ihre Sache zum Laufen bringen“ (ebd.). Der „prozedurale Ethnograph“ bediene sich dagegen der (mehr oder weniger teilnehmenden) Beobachtung im Zuge eines Feldaufenthalts (ebd.). Götz Bachmann and Andreas Wittel (2006) fordern, mindestens diese beiden Methoden, Interviews und Beobachtung, miteinander zu kombinieren.
3. *Komparativer Fallstudienansatz*: Neben einem interpretativen Ansatz und der Methodentriangulation zeichnet ein drittes Merkmal kulturorientierte Forschung aus. Es geht ihr darum Deutungsmuster („patterns“) zu identifizieren: „Using the term patterns tries to express the idea that a cultural analysis should not analyze just the *single* thinking, discourse or doing, but should typify, based on an analysis of different single phenomena, the *typical* ‘way’ of thinking, discourse or doing in a certain cultural context“ (Hepp 2008b).

Die zu identifizierenden typischen Muster lassen sich wissenschaftlich nicht intuitiv, sondern nur durch einen Vergleich verschiedener Fälle erschließen. Daher sollten Forschungsprojekte über eine ethnologische Einzelfallstudie hinausgehen und sich das heuristische Potential eines komparativen Vorgehens erschließen. Einzelfallstudien liegt demgegenüber zuweilen ein impliziter Vergleich zugrunde, nämlich der zwischen den Erwartungen des

Ethnographen und den Eigenschaften des jeweiligen Untersuchungsobjekts. Dies ist zumindest dann problematisch, wenn diese Erwartungen nicht offengelegt werden. Auch eine kulturorientierte Forschung sollte also komparativ angelegt sein, wobei es nicht zwingend ein international angelegter Vergleich sein muss.

Kulturorientierte Forschung zeichnet sich dann durch eine bestimmte Anlage des Vergleichs aus. Aufgrund ihres verstehenden, holistischen Ansatzes wird ein „case-oriented design“ im Gegensatz zu einem „variable-oriented design“ verfolgt (Ragin 1987). Während letzteres den gewählten Vergleichsfall als Addition von Variablen mit bestimmten Ausprägungen sieht, versteht der *fallorientierte Vergleich* seine Fälle als komplexe Konstellationen in einem historischen Kontext, die man nicht in unabhängige und abhängige Variablen disaggregieren kann. Es liegt auf der Hand, dass die Erforschung von komplex miteinander verwobenen kulturellen Deutungsmustern ein fallorientiertes Design nahelegt.

Mit der Forderung nach einem vergleichenden Ansatz ist allerdings in einem anderen Punkt ein Zurückstecken hinter den klassischen Anspruch ethnographischer Forschung erforderlich. Eng verknüpft mit dem klassischen Ansatz ist die Praxis eines langen Aufenthalts im Forschungsfeld. Der lange Feldaufenthalt ist schwerer zu realisieren, wenn mehrere Fälle zu untersuchen und zu vergleichen sind. Dadurch verliert die Studie an Tiefe, denn das Verständnis des Untersuchungsobjekts wird natürlich verbessert durch einen längeren Feldaufenthalt. Andererseits wird der Blick auf das Besondere am Einzelfall gerade durch das Fremdsein im Feld ermöglicht, das mit zunehmender Nähe zum Untersuchungsobjekt verloren geht: Die Annahme, dass der Forscher beliebig zwischen Teilnehmerrolle und Beobachterrolle wechseln könnte, ist illusorisch, – weshalb Journalisten gerade als Insider nicht die besseren Kommunikationswissenschaftler sind. Die Dinge, die sie als selbstverständlich annehmen oder gar nicht mehr wahrnehmen, offenbaren sich allenfalls dem Blick des fremden Beobachters.

Wenn es im Folgenden um das konkrete Beispiel journalistischer Redaktionen geht: Diese erlauben den Feldzugang, wenn überhaupt, dann häufig nur für kurze Zeit. Ein monatelanger oder jahrelanger ethnologischer Forschungsaufenthalt in Redaktionen verschiedener Medientypen und Länder ist im heutigen Forschungsbetrieb ohnehin kaum möglich, aber auch nicht unbedingt nötig. Ein komparatives Forschungsdesign kann diesen Mangel kompensieren, wenn verschiedene Erhebungsmethoden auf angemessene Weise kombiniert werden. So entstehen, wenn man so will, „ethnographische Miniaturen“ (Bachmann & Wittel 2006). Das Erfordernis des langen Feldaufenthaltes wird dabei zurückgestellt, ohne die oben herausgearbeiteten Prinzipien der kulturforschenden Herangehensweise zu opfern. Wie lange ein Feldaufenthalt mindestens sein muss, ist wiederum abhängig von der Forschungsfrage, deren Beantwortung eine bestimmte Tiefe des Verständnisses des untersuchten Falls erfordert. Vollständig verstehen wird der Ethnograph sein Forschungsobjekt ohnehin nicht: „Die Untersuchung von Kultur ist ihrem Wesen nach unvollständig“ (Geertz 1995 [1973]).

3 Kulturanalyse als Perspektive auf Journalismus

In den Forschungsdesigns der Journalismusforschung spielt Kultur in zweierlei Hinsicht eine Rolle: Erstens wird Kultur als Kontext zur Erklärung von Journalismus herangezogen.

Zweitens werden die Praktiken des Journalismus als kulturelle Praktiken zum Gegenstand der Untersuchung.

Die erste Perspektive ist die einer *kulturellen Kontextualisierung* des Journalismus: Kultur als Kontext des Journalismus taucht in Mehrebenenmodellen vor, die verschiedene Einflussfaktoren auf Journalismus identifizieren, z.B. auf der Ebene der Individuen, der Organisationen und der Gesellschaft im Allgemeinen (vgl. den kompakten Überblick in Hanitzsch 2009). Dabei wird häufig eher implizit auf Kultur Bezug genommen, wenn es etwa um Normen und Ideologien oder die Gesellschaftssphäre schlechthin geht. Dahinter steckt die Erkenntnis, dass wir Journalismus nicht als System im luftleeren Raum analysieren können, sondern dass er in verschiedene Kontexte eingebettet ist. Zwei Fallstricke sind diesen Modellen inhärent: Ihnen liegt zum Teil (ebenfalls eher implizit) ein inzwischen überholtes Verständnis von einer homogenen, stabilen, national begrenzten Kultur zugrunde, die Unterschiede zwischen ebenfalls national gedachten Journalismen erklärt. Wie oben diskutiert, geht Kultur einerseits über nationale Grenzen hinaus und kann andererseits auch ganz anders verortet sein, wenn Kultur organisationsbezogen analysiert wird, oder mit bestimmten Lebenslagen assoziiert wird. Der zweite Fallstrick besteht darin, Kultur als unabhängige Variable in einem kausalen Modell zu behandeln, was dem Konzept Kultur nicht gerecht wird: „[...] Kultur [ist] keine Instanz, der gesellschaftliche Ereignisse, Verhaltensweisen, Institutionen oder Prozesse kausal zugeordnet werden könnten. Sie ist ein Kontext, ein Rahmen, indem sie verständlich – nämlich dicht – beschreibbar sind“ (Geertz 1995 [1973]). Kultur als Kontext passt demnach zwar nicht in ein kausales Design mit klar getrennten unabhängigen und abhängigen Variablen. Sie trägt aber durchaus dazu bei, den Journalismus als gesellschaftliches Phänomen zu verstehen.

In diese Richtung gehen Ansätze, die Journalismus als Teil der allgemeinen Populärkultur gesehen. Nachrichtenjournalismus ist dann nur *ein* Diskurs, der in enger Nachbarschaft zu fiktionalen Genres und anderer medial vermittelter Kommunikation besteht und nicht analysiert werden kann, ohne die Beziehungen zum Publikum stärker zu berücksichtigen (vgl. Klaus & Lünenburg 2000; Lünenborg 2005). Das Besondere einer so gewendeten Journalistik ist dann, dass sie die Beziehungen des Journalismus zu Publikum, Fiktionalität, anderen populärkulturellen Angeboten untersucht.

Kulturelle Kontextualisierung muss dabei keineswegs politische Fragen ausgrenzen und primär oder exklusiv den populärkulturellen Kontext des Journalismus würdigen. Barbara Pfetsch (2003) hat mit dem Konzept der politischen Kommunikationskultur die Interaktionen zwischen politischen Sprechern und Journalisten mit in den Blick genommen. Andreas Hepp und Hartmut Wessler (2009) öffnen mit dem Konzept der politischen Diskurskultur die Perspektive noch weiter und integrieren auch die Regulation und die Aneignung politischer Kommunikation in ihr kulturtheoretisches Konzept politischer Kommunikation.

Die zweite Perspektive einer kulturorientierten Journalismusforschung legt den Schwerpunkt nicht auf eine Erweiterung des Forschungsfelds, sondern auf ein vertieftes Verständnis dessen, was Journalisten tun, wenn sie Journalismus betreiben. Journalismuskulturen sind dann Gegenstand der Forschung. Orientiert am oben entwickelten Kulturkonzept müssten sich auch Journalismuskulturen auf den verschiedenen Ebenen der Artikulation von Kultur analysieren lassen, um schließlich zu einer *verstehenden Rekonstruktion journalistischer Praktiken* zu kommen. Im Kern geht es darum, die empirische Analysen

des Journalismus wieder näher an den Gegenstand heranzubringen, so die Forderung von Johannes Raabe (2007).

Die nun folgenden konzeptionellen und methodischen Vorschläge zielen genau in diese Richtung. Die Überlegung startet mit der Annahme, dass sich in der journalistischen Tätigkeit Kultur als *Produktionskultur* analysieren lässt. In diesem Sinne analysierte Keith Negus (1997) die Musikindustrie in Großbritannien und den USA und identifizierte unterschiedliche „cultures of production“. Dieser Gedanke wird im Folgenden auf die Analyse von Journalismus übertragen und methodisch gewendet. Es geht bei dem hier zu entwickelnden Konzept der Redaktionskulturen um ein Werkzeug, die Kulturen des Journalismus analytisch zu fassen.

Der Plural dieses Worts verdeutlicht schon, dass hier nicht mehr das Verständnis einer homogenen und stabil gedachten Kultur vorliegt. Bei der Analyse von Journalismuskulturen im Plural geht es um die Unterschiede zwischen verschiedenen Journalismen, gleichsam aber auch um die Frage, ob es so etwas wie einen gemeinsamen Kern einer universellen professionellen journalistischen Kultur gibt (Hanitzsch 2007b; vgl. Esser 2004; Mancini 2007). Thomas Hanitzsch (2007a, 35) definiert Journalismuskulturen dabei ähnlich dem hier herausgearbeiteten Kulturverständnis als „a particular set of ideas and practices by which journalists, consciously and unconsciously, legitimate their role in society and render their work meaningful for themselves and others“.

Nun stellt sich die Frage, auf welcher Analyseebene journalistische Kulturen zu verorten sind. Mein Vorschlag ist, Journalismuskultur analytisch *zunächst* einmal da zu verorten, wo journalistische Inhalte produziert werden und die wichtigsten Entscheidungen darüber fallen, was wie veröffentlicht wird: in der Redaktion. Hier ist der soziale Interaktionsraum, in dem journalistische Praxis stattfindet und rekonstruiert werden kann. Redaktionskulturen bezeichnen die Kultur von Organisationen, die ihrerseits aber entgrenzt sind zu weiter gefassten kulturellen Kontexten des Journalismus.

Die Redaktion wird dabei nicht als das konkrete Redaktionsbüro, sondern als der unmittelbar relevante Handlungszusammenhang begriffen, in dem journalistische Inhalte hervorgebracht werden (vgl. Rühl 1969; Rühl 1980). Diese Unterscheidung ist gerade für Redaktionen wichtig, die sich lokal eben nicht in einem großen Raum oder auch nur im selben Gebäude befinden. Redaktionskultur versteht sich nun als integratives Konzept, das die verschiedenen Artikulationsebenen der Kultur journalistischer Produktion zusammenbringt. Redaktionskulturen sind definiert als die *Gesamtheit der Deutungsmuster, die sich im Denken und in Diskursen, Praktiken und den journalistischen Produkten einer Redaktion äußern*.

Das Plädoyer für einen Blick in die Redaktionen ist nun nicht neu. Auf die Bedeutung der Redaktion für den Journalismus hat schon Karl Bücher 1917 hingewiesen. Die Redakteure „passen die[se] Beiträge aber auch in Ausmaß, Form und Inhalt der allgemeinen Tendenz der Zeitung an“ (zit.n. Löffelholz 2000, 37). Mit der ‚Tendenz der Zeitung‘ ist nun nicht einfach nur politische Bias gemeint, die auf einem Rechts-Links-Schema einzutragen wäre. Es kann vielerlei ‚Missionen‘ geben, die Redaktionen verfolgen, zum Beispiel die, ausführlich über das Weltgeschehen oder die Entwicklung der EU zu berichten. Eine solche ‚Mission‘ lässt sich nun als Ausdruck einer bestimmten Redaktionskultur interpretieren. Schon die ersten Studien in der Tradition der Gatekeeper-Forschung haben die Redaktion als Kontext entdeckt, der die Arbeitsweise des einzelnen Journalisten prägt. So stellte Warren Breed schon 1955 fest: „every newspaper has a policy, admitted or not“ (327). Der

journalistische Nachwuchs lerne auf informellem Wege in der Redaktion durch „Osmose“, was von ihm erwartet wird. Gerade auch die deutsche Forschung hat die Bedeutung der Redaktion als Forschungsgegenstand früh erkannt und kontinuierlich Redaktionsforschung betrieben (vgl. die Pionierleistung von Manfred Rühl (1969), oder auch die neueren Studien von Klaus-Dieter Altmeppen (1999) und Thorsten Quandt (2005), um nur sehr selektiv einige wenige Meilensteine zu nennen).

Redaktionskultur ist nun nicht gleichzusetzen mit den Einflüssen der Organisation auf den journalistischen Output als eine Variable, die anderen Variablen gegenüberzustellen ist. Redaktionskultur erweist sich als die für eine konkrete Medienorganisation spezifische Überlappung von Deutungsmustern aus verschiedenen Kontexten (z.B. die des Verlag, des Mediensystems, der politischen Diskurskultur im jeweiligen Land). Die spezifische Konstellation verschiedener Einflüsse prägt die jeweilige Redaktionskultur. Im Sinne der Trägheit von Kulturen, ist die Tradition, wie etwas in einer bestimmten Redaktion ‚schon immer‘ getan wurde, vermutlich der stärkste Faktor, der bestimmt, wie etwas getan werden wird oder wie die Redaktion auf von außen herangetragene Herausforderungen reagiert (vgl. das Konzept der „path dependence“, Pierson 2000).

Redaktionskultur ist also die für die jeweilige Redaktion spezifische Mischung von äußeren Einflüssen, die sich zum einen in einer bestimmten Form, wie hier Journalismus gemacht wird, verfestigen und zum anderen in bestimmten redaktionellen Strukturen. Hier schließt das Konzept an die Theorie der Strukturation von Antony Giddens an, indem es eine enge rekursive Beziehung zwischen Handlung und Struktur annimmt (vgl. Giddens 1984, und in Bezug auf Redaktionen, in systemtheoretischer Terminologie Altmeppen 2004). Es gibt also keinen Gegensatz zwischen Kultur und Strukturen in einer Redaktion. Vielmehr sind strukturbildende Entscheidungen, wie die Entsendung eines Auslandskorrespondenten, Ausdruck von Redaktionskultur. Umgekehrt prägt das traditionelle Vorhandensein von vielen Auslandskorrespondenten auch die Kultur einer Redaktion, deren Redakteure dann eine umfassende Auslandsberichterstattung als nicht weiter hinterfragte Selbstverständlichkeit ansehen. Denkbar sind natürlich Brüche da, wo der Verlag ökonomisch motivierte Strukturentscheidungen trifft, zum Beispiel die Auflösung einer Außenredaktion, die dann mit der etablierten Redaktionskultur kollidieren, was sich zum Beispiel in Protesten seitens der Redakteure äußern kann.

Methodisch orientiert sich die Erforschung von Redaktionskulturen an den drei Prinzipien einer kulturorientierten sozialwissenschaftlichen Forschung, die oben entwickelt wurden: Sie verfolgt einen verstehenden Ansatz, erhebt triangulativ Daten und folgt einem komparativen Fallstudiendesign.

Redaktionskulturforschung verfolgt einen *verstehenden Ansatz*, der im oben definierten Sinne ein ‚verstehendes Erklären‘ des Journalismus liefern soll. Kulturorientierte Journalistik analysiert dann nicht nur die formalen Strukturen von Redaktionen im Sinne der Rollenaufteilung und der Zeit, die Journalisten mit dieser oder jener Tätigkeit verbringen. Über eine streng standardisierte und ausschließlich quantifizierende Rekonstruktion von Journalismus müsste Redaktionskulturforschung hinausgehen. Redaktionskultur beschreibt nicht nur, was Journalisten tun, sondern auch, wie sie es tun, warum sie es tun und warum sie es so tun, wie sie es tun. Diese Fragen lassen sich nur durch eine hinreichend sensible, qualitative Datenerhebung und Auswertung beantworten. Ein (etwas zugespitztes) Beispiel für einen verstehenden an der journalistischen Praxis orientierten Ansatz gibt Dani Wintch (2006, 131): „Interessiert man sich für journalistische Entscheidungskriterien genügt es

nicht, die Redaktoren zu befragen und als Antwort ‚Aktualität‘ zu erhalten. Aus ethnomethodologischer Sicht muss vielmehr untersucht werden, wie die Journalisten den aktuellen Bezug ihres Berichts im und durch alltagspraktisches Handeln hervorbringen“.

Dieser offene, qualitative Ansatz schließt keineswegs aus, dass eine konkrete Forschungsfrage verfolgt wird. Auch wenn am Anfang einer ethnographischen Studie zunächst einmal nach Clifford Geertz die staunende Frage stehen mag ‚what the hell is going on here?‘, so darf (und sollte aus meiner Sicht) das Verstehen-Wollen auch auf ein bestimmtes Forschungsziel hin gerichtet werden, das eine vorher identifizierte Forschungslücke füllt und komplementär zu anderen stärker standardisierten Designs angelegt ist.

Redaktionskulturen artikulieren sich auf verschiedenen Ebenen, die nur durch eine *Triangulation* verschiedener Erhebungsmethoden erfasst werden können. Redaktionskultur kann sich explizit in ‚mission statements‘ und ‚Redaktionsstatuten‘ manifestieren, aber primär wird sie unausgesprochen darin liegen, wie man die Dinge in der jeweiligen Organisation tut. Diesen Aspekt betont Joann Keyton (2008, 25) als zentrales Merkmal von Organisationskultur: „Values that are shared inevitably become transformed into assumptions, taken-for-granted beliefs that are so deeply entrenched that organizational members no longer discuss them“. Neben expliziten Äußerungen müssen also gerade auch die unreflektierten Praktiken der Journalisten Gegenstand der Analyse werden. In Redaktionen bieten sich somit einerseits leitfadengestützte Experteninterviews an, die bewusste Weltdeutungen der Journalisten erfragen, explizite redaktionelle Vorgaben ermitteln können und die allgemeinen Strukturen rekonstruieren. Darüber hinaus können teilnehmende Beobachtungen das erkunden, was den Journalisten selbst nicht unbedingt bewusst aber Teil ihrer täglichen Arbeit ist und in ihren Praktiken deutlich wird. Als drittes Element können vorhandene Dokumente wie Redaktionsstatute analysiert werden. Eine weitere ebenfalls auf der Ebene der Artefakte angesiedelte Datenquelle sind natürlich die Medieninhalte. Sie sind das Ergebnis der journalistischen Produktion, an ihnen lassen sich die Interviewaussagen der Journalisten validieren. Darum würde eine umfassende Redaktionskulturanalyse auch die Inhalte mit untersuchen und geht dabei über die klassischen Grenzen der Redaktionsforschung hinaus. Es ist aber selbstverständlich, dass nicht in jedem Forschungsdesign eine Analyse auf allen genannten Ebenen möglich oder auch im Hinblick auf die Beantwortung der jeweils zugrunde liegende Fragestellung notwendig sein wird.

Es gilt aber zumindest mehr als eine Ebene zu untersuchen, um die oben genannten Schwächen der einzelnen Datenerhebungsmethoden ausgleichen zu können. Demnach sind von den Erhebungsmethoden Beobachtung, Befragung, Dokumentanalyse mindestens zwei miteinander zu kombinieren.

Standardisierte ländervergleichende Journalistenbefragungen und andere auf einer Methode basierende Designs haben natürlich ihre Berechtigung, nur dass damit journalistische Kultur nicht umfassend erforschbar ist, da insbesondere Befragungsdaten nur auf den explizierbaren und von den Journalisten bereitwillig kommunizierten Teil journalistischer Deutungsmuster zugreifen können. Je stärker standardisiert die Befragung und je geschlossener die Fragen sind, desto größer ist auch die Gefahr, dass die Deutungsmuster der Journalisten gar nicht zu Wort kommen können.

Schließlich sollte Redaktionskulturforschung über die ethnographische Beschreibung eines Einzelfalls hinausgehen. Das Konzept Redaktionskultur legt sich auf die Redaktion als Fall fest, der vergleichend untersucht wird, um typische kulturelle Muster der Produktion journalistischer Aussagen identifizieren zu können. Dabei lässt sich ein Vergleich zwi-

schen verschiedenen Organen anstellen (z.B. FAZ und SZ), zwischen verschiedenen Medientypen (z.B. TV-Nachrichten vs. Online-Nachrichtensites) und schließlich zwischen Medien in unterschiedlichen Ländern, so dass typische Muster pro Organ, pro Medientyp und schließlich auch pro Land identifiziert werden können. Ob beziehungsweise bis zu welchem Grad es nationale Journalismuskulturen gibt, ist dann eine offene empirische Frage, die sich erst als Ergebnis der Forschung beantworten lässt.²

Ein solcher Mehrebenenvergleich von Redaktionskulturen erfordert ein großes Sample an zu untersuchenden Redaktionen. Dieses ist jedenfalls dann erforderlich, wenn nationale Gemeinsamkeiten von Charakteristika einzelner Mediengattungen und von den Eigenschaften einzelner Redaktionen systematisch unterschieden werden sollen.

Mit dieser konzeptionellen und methodischen Entscheidung wird die Meso-Ebene als das allseits gesuchte ‚missing link‘ zwischen Mikro- und Makro-Ansätzen in den Mittelpunkt des Forschungsinteresses gestellt. Damit vermeidet der Ansatz zwei Fallstricke. Der klassische Fehler in der Tradition der personenzentrierten Journalisten-Forschung besteht darin, Journalisten als isolierte Individuen zu betrachten, die nach eigenem Gusto entscheiden, was in die Zeitung kommt. Demgegenüber wird die Redaktion als der unmittelbare Arbeitszusammenhang in den Blick genommen, der seinerseits verschiedene Kontextfaktoren politischer, wirtschaftlicher und kultureller Natur reflektiert. Der andere Fallstrick ist eine voreilige Aggregation von Daten auf nationaler Ebene, eine Praxis, die bei international vergleichenden standardisierten Befragungen vorkommt. Aggregiert werden Individualdaten dann auf nationaler Ebene, so dass nationale Journalismuskulturen mit gewissen transnationalen Gemeinsamkeiten das notwendige Ergebnis eines solchen Vorgehens sind. Möglicherweise sind sie aber auch nur ein Artefakt des Forschungsdesigns. Bei qualitativen Einzelfallstudien einzelner Medien ergibt sich ein anderes Problem der voreiligen Projektion auf die Makro-Ebene der Nation. Geertz (1995 [1973]) nennt diesen Fehler das „Jonesville-ist-die-USA“-Modell, bei dem ein typisches Kleinstadtleben als typisch US-amerikanisch missinterpretiert wird. Ähnlich geht es den Forschern, die die Redaktion der New York Times als repräsentativ für den amerikanischen Journalismus sehen und nicht als einen herausragenden Fall, der gerade durch seine Einzigartigkeit und seine besondere Führungsrolle im amerikanischen Journalismus interessant wird. Das Konzept der Redaktionskulturen hilft hier ab, indem es journalistische Kulturen zunächst auf der Ebene der Redaktionen lokalisiert und dann erst in einem weiteren Vergleichsschritt medientypspezifische, nationale oder universale Gemeinsamkeiten identifiziert.

Ziel des vorgeschlagenen Ansatzes ist es, mit dem Andocken an ethnographische Methoden eine größere Tiefe des Verständnisses zu erreichen, als dies mit standardisierten Methoden der Fall ist, und gleichzeitig mit dem komparativen und von expliziten Forschungsfragen geleitetem Design abzusichern, dass eine Verallgemeinerungs- und Anschlussfähigkeit der Ergebnisse gegeben ist. Der teilnehmende Aufenthalt im Forschungsfeld wird dabei aus pragmatischen und theoretischen Erwägungen heraus verkürzt. Ein komplexes Forschungsdesign kann diesen Mangel kompensieren, wenn verschiedene Erhebungsmethoden auf angemessene Weise kombiniert werden. Wie ein solches Design empi-

² Einzelfallstudien können allerdings dann von den Vorteilen eines komparativen Ansatzes profitieren, wenn sie entweder komparativ zu anderen bereits existierenden Fallstudien angelegt sind (externer Vergleichsmaßstab) oder innerhalb der Fallstudie verglichen können (interner Vergleichsmaßstab), wenn zum Beispiel ein Konflikt zwischen unterschiedlichen Arbeitskulturen innerhalb einer Redaktion vorliegt und diese verglichen werden können.

risch aussehen kann, wird im Folgenden am Beispiel eines konkreten Forschungsprojekts erläutert, das Redaktionskulturen im Rahmen eines weiter gesteckten Forschungsprogramms untersucht.

4 Kulturanalyse als Forschungsdesign

Bisher wurde Kultur als eine Forschungsperspektive entwickelt, die den dem menschlichen Handeln zugrunde liegenden kollektiven Deutungsmuster auf die Schliche kommen will und dabei einen verschiedene Erhebungsmethoden kombinierenden, verstehenden, komparativen Fallstudienansatz verfolgt. Zur Erforschung des Journalismus aus kulturtheoretischer Perspektive wurde das Konzept der Redaktionskulturen vorgeschlagen, das dabei helfen soll, unterschiedliche Muster journalistischer Produktion in verschiedenen Redaktionen zu beschreiben und zu erklären. Wie dies ganz konkret geschehen kann, wird nun am Beispiel eines Forschungsdesigns diskutiert. Zunächst folgt ein kurzer Gesamtüberblick über das Forschungsprojekt. Dies kombiniert klassische Methoden kommunikationswissenschaftlicher Forschung wie Durchführung von leitfadengestützten Experteninterviews mit weniger etablierten Instrumenten, die im Folgenden genauer diskutiert werden.

Der Hintergrund ist ein Forschungsprojekt zur Transnationalisierung von nationalen Öffentlichkeiten in Europa. Die Europäisierung von nationalen Öffentlichkeiten wurde als ein Wandlungsprozess modelliert, der auf verschiedenen Dimensionen abläuft. Dabei unterscheiden sich unter anderem die vertikale Dimension mit zunehmenden Bezügen zu EU-Institutionen und die horizontale Dimension mit zunehmenden Bezügen zu anderen europäischen Ländern. In der ersten Forschungsphase haben quantitative und qualitative Inhaltsanalysen verschiedene Muster von Europäisierung in unterschiedlichen Zeitungen identifiziert, die über die Jahre relativ stabil geblieben sind (Brüggemann & Kleinen-v. Königslöw 2009; Wessler et al. 2008). Der Hintergrund könnte gerade in der oben bereits diskutierten Trägheit von Kulturen liegen. Die Ergebnisse der Inhaltsanalysen lassen sich kulturell sowohl auf der Makro-Ebene politischer Diskurskulturen (vgl. Hepp & Wessler 2009) als auch auf der Meso-Ebene unterschiedlicher Redaktionskulturen kontextualisieren. Wie oben argumentiert, schlägt dieser Aufsatz vor, kulturelle Muster journalistischer Produktion zunächst auf der Ebene der redaktionellen Arbeit zu verorten. Die forschungsleitende Frage lautet dann: Wie prägen unterschiedliche Redaktionskulturen die Europa- und Auslandsberichterstattung von Tageszeitungen in verschiedenen europäischen Ländern?

In sechs Untersuchungsländern (Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Polen, Dänemark, Österreich) wurden im Rahmen unserer Studien zwei führende Qualitäts- und jeweils eine Boulevard- und Regionalzeitung untersucht.

Die Untersuchung von Redaktionskulturen vollzog sich nun in zwei Studien mit unterschiedlicher Methodologie, von denen die eine das gesamte Sample abdeckt, dafür aber Redaktionskultur nur ausschnittsweise erfasst, indem sie an ausgewählten „Europa-Artikeln“³ rekonstruiert, wie und warum sie in die Zeitung kamen (im Folgenden ‚Trigger-Studie‘ genannt). Die zweite Studie (‚Redaktionsstudie‘) erfasst Redaktionskultur umfas-

³ Als „Europa-Artikel“ werden hier sowohl Artikel bezeichnet, die zur vertikalen Dimension von Europäisierung gehören, indem sie die EU, ihre Policies und Institutionen thematisieren, als auch Artikel, die der horizontalen Verknüpfung dienen, indem sie über andere europäische Länder berichten oder Sprecher aus diesen zu Wort kommen lassen (vgl. Brüggemann et al. 2009).

sender, indem sie in zwölf Redaktionen verschiedene Interviewformen und Redaktionsbeobachtung miteinander verknüpft hat. Ein Team von sechs Länderexperten hat die Interviews und Redaktionsbesuche zeitgleich im Oktober und November 2008 durchgeführt, so dass eine länderübergreifende Vergleichbarkeit des Redaktionsgeschehens sichergestellt war. Dem ging die Erstellung eines detaillierten Forschungsplans mit Leitfäden für alle Interviews und Vorlagen für die Dokumentation von Beobachtungen sowie eine ausführliche Schulung aller Beteiligten voraus.

4.1 Die Triggerstudie

Für diese Studie wurde eine *Methode zur Rekonstruktion der ‚Biographien‘ ausgewählter Artikel* entwickelt. In einer zeitlich parallel in allen Zeitungen verlaufenden Untersuchung wurden über zwei Wochen pro Zeitung je vier prominent platzierte Artikel über die EU und vier Artikel über das europäische Ausland ausgewählt, um die ‚Biographien‘ von insgesamt 200 ‚Europa-Artikeln‘ zu rekonstruieren. Die forschungsleitende Frage dabei lautete: Wie kommt ‚Europa‘ in die Zeitung? Was gab konkret den Anstoß (‚Trigger‘) zu einem Artikel, wie entstand er und wie gelangte er an seinen Platz in der jeweiligen Zeitung? Das Ziel dabei war, typische Verlaufsmuster der Entstehung von Europaberichterstattung anhand konkreter Artikelbiographien zu identifizieren und Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Redaktionskulturen herauszuarbeiten. Im Mittelpunkt stand die genaue Untersuchung zentraler Praktiken der Journalisten von der Entwicklung einer Artikelidee bis zur Veröffentlichung. Dabei wird gleichermaßen gefragt, welche äußeren Anlässe Artikel ‚getriggert‘, also unmittelbar ausgelöst haben, welche zugeschriebenen Merkmale den Artikel veröffentlichungswürdig machen (Nachrichtenwerte), welche Quellen bei der Recherche eine Rolle gespielt haben, wie die Redaktion das ursprüngliche Manuskript weiter verarbeitet hat und wie der Artikel letztlich seinen Platz in der Zeitung bekommen hat. Ausgehend vom konkreten Artikel wurde dann allgemein gefragt, ob diese Vorgehensweise typisch für die jeweilige Redaktion sei und ob andere Medien darüber anders berichtet haben. Die Fragen zum konkreten Artikel führten also zu einer allgemeineren Diskussion über die Redaktionskultur der jeweiligen Zeitung im Vergleich zu ihren Mitbewerbern. Somit lässt sich die „Artikelbiographie-Methode“ einerseits von der alten Idee von David M. White (1950) inspirieren, der ebenfalls seinen Mr. Gates nach den Gründen für die Auswahl und Aussortierung von Artikeln befragte. Hier geht es nun aber nicht nur um die Selektion, sondern um Konstruktion von Nachrichten, die zudem in einem redaktionellen und gesellschaftlichen Kontext verortet werden.

Für die Analyse ausgewählt wurden prominent platzierte, längere Artikel, die mit einem Autornamen oder Autorkürzel versehen waren: Darunter sollten wenn möglich nicht nur Berichte und Hintergrundstücke, sondern auch Interviews und Kommentare sein. Dann wurde jeweils der Autor des Artikels identifiziert und telefonisch kurz nach Erscheinen des jeweiligen Artikels interviewt. Über die Website der Zeitung oder über einen Anruf in der Redaktion konnte die E-Mailadresse oder die Telefonnummer des Autors des jeweiligen Artikels ermittelt werden. Häufig wurden, da es um EU-Artikel und Auslandsberichterstattung ging, letztlich verschiedene Korrespondenten der Zeitungen gefragt, die als Halb-Außenstehende sogar noch besser in der Lage waren, über die Besonderheiten ihrer Heimatredaktion zu reflektieren: Je stärker das Korrespondentenbüro aber eine eigenständige

Einheit war (zum Beispiel bei der WAZ komplett ‚outgesourced‘), desto weniger konnten die Korrespondenten kompetent über ihre Heimatredaktion Auskunft geben.

Das Interview fand eine bis drei Wochen nach dem Erscheinen des Artikels statt, so dass sich die Journalisten an die in Frage stehenden Artikel und Abläufe erinnern konnten. Für das Interview, das auf etwa 30 Minuten ausgelegt war, wurde ein Fragebogen mit offenen und geschlossenen Fragen entwickelt, der Raum auch für offene Zusatzfragen bot. Das Interview wurde digital aufgezeichnet. Auf Basis der Aufzeichnung wurde unmittelbar danach ein Antwortprotokoll verfasst, das in Stichworten und kurzen wörtlichen Zitaten den Verlauf des Interviews wiedergab.

Befürchtungen und Zweifel, ob man die Artikelautoren identifizieren und ans Telefon bekommen kann, ob sie sich erinnern und bereit sind, zum Beispiel über Recherchemethoden Auskunft zu geben, haben sich als unbegründet erwiesen. Für fast alle ausgewählten Artikel konnten Interviews geführt werden und die Journalisten hatten keine Mühe, sich an den konkreten Artikel zu erinnern. Nur bei der britischen Regionalpresse scheiterte die Artikelbiographie-Methode an der Tatsache, dass verschiedene größere britische Regionalzeitungen im betreffenden Zeitraum keinen einzigen Artikel veröffentlichten, in dem die EU oder andere europäische Länder eine Rolle gespielt hätten – was an sich auch schon ein aussagekräftiges Ergebnis über die Redaktionskultur der britischen Regionalpresse ist. Bei der BILD Zeitung ergab sich das Problem, dass keiner der relevanten Artikel mit Namen oder Kürzel gekennzeichnet war. Der dazu befragte BILD-Redakteur erklärte, dass Artikel bei der BILD in der Regel nicht einem Autor, sondern dem Produktionsprozess zuzuschreiben sind, – auch dies ein interessanter Einblick in die Arbeitskultur der BILD Zeitung.

So wurde mit moderatem Aufwand ein breites Sample an Redaktionen erreicht und deren Produktionspraxis konnte beispielhaft für das Thema EU und Auslandsberichterstattung rekonstruiert werden. Die Stärke des Instruments ist die Aufhängung am konkreten Artikel. Es werden also nicht allgemeine Statements von den Redakteuren abgerufen, wie in vielen standardisierten Journalistenbefragungen üblich, sondern es wurde eine strukturierte Reflexion über einen konkreten nicht weit zurückliegenden Arbeitsprozess eingefordert. Der Vorteil dieser Form der Befragung ist somit ihre Rückbindung an die Praxis durch den konkreten Artikel. So werden hier verschiedene Ebenen von Redaktionskultur, die Diskurse der Journalisten, ihre Praktiken und schließlich ihre Artefakte, die ausgewählten Artikel, nachträglich in einen Dialog gebracht, der tatsächlich den Anspruch haben kann, ein Stück Produktionskultur des Journalismus transparent zu machen. Dennoch kann die Triggerstudie, da sie ausschließlich auf Telefoninterviews beruht, Redaktionskultur nicht umfassend erfassen. Daher wurde sie ergänzt durch eine zweite Studie, die mehr in die Tiefe geht, aber auch erheblich mehr Ressourcen beansprucht hat und dabei nur weniger Redaktionen abdecken konnte.

4.2 Die Redaktionsstudie

Die Redaktionsstudie erfasst Redaktionskultur in größerer Tiefe, indem sie verschiedene Interviewformen und Beobachtung miteinander verbindet, so dass tatsächlich „ethnographische Miniaturen“ (Bachmann & Wittel 2006) entstanden. Wenn möglich sollten die beteiligten Forscher jeweils fünf Tage in einer Qualitäts- und Boulevardzeitung verbringen. Die Redaktionsstudie ergänzte die Trigger-Forschung auch in dem Sinne, dass nun die Auf-

merksamkeit auf den Prozessen in der Redaktion lag, während die erste Studie primär die Sicht des schreibenden Journalisten wiedergab, der häufig als Korrespondent in einem anderen Land war.

Im Vorfeld ging es darum, einen Kontaktredakteur zu identifizieren, der für die Platzierung von ‚Europa-Artikeln‘ in der jeweiligen Redaktion eine maßgebliche Rolle spielte. Dieser war dann Gesprächspartner für das erste Interview vor Ort. Es handelt sich dabei um ein leitfadengestütztes, halbstandardisiertes Experteninterview: der Redakteur wurde im Hinblick auf seine Expertise zur Genese der Europaberichterstattung der jeweiligen Zeitung befragt. Die Interviewleitfäden sicherten eine Orientierung an den Forschungsfragen des Projekts und eine Vergleichbarkeit der Vorgehensweise ab. Wenn möglich sollte dann vor Ort noch ein Interview mit der Redaktionsleitung und einem weiteren für Ausland/EU zuständigen Redakteur vereinbart werden. Die etablierte Methode des leitfadengestützten Experteninterviews wurde um die weniger verbreitete Methode der egozentrierten Netzwerkkarte ergänzt, die als innovatives Element im Folgenden näher beschrieben wird.

Als Teil der geführten Interviews sollten die Redakteure eine *Karte ihres professionellen Netzwerks* zeichnen. In der Mitte steht der befragte Journalist, der seine beruflich wichtigen Interaktionspartner in ein Modell aus konzentrischen Kreisen eintragen sollte und dabei mit Pfeilen einzeichnet, ob diese Personen eher ihn kontaktieren oder ob es sich um Ansprechpartner handelt, die er selbst regelmäßig kontaktiert. Dabei ging es nicht um die Namen der Ansprechpartner, sondern um deren berufliche Verortung: Diplomaten, Kollegen in Brüssel, Mitarbeiter im Kanzleramt, etc. Hier wurde eine Methode für die Journalistik fruchtbar gemacht, die im kommunikationswissenschaftlichen Kontext bisher vor allem im Zusammenhang mit den persönlichen und kommunikativen Netzwerken von Migranten zur Anwendung kam (erstmalig publiziert in Hepp 2007, als Methode reflektiert in Scheibelhofer 2006).

Entscheidend war für den Forschungsprozess, dass das Zeichnen der Karten die Redakteure in fast allen Fällen dazu brachte, konkret und nicht nur abstrakt über ihr Netzwerk zu reflektieren. Die Netzwerkkarte funktioniert also nicht allein als Modell der professionellen Beziehungen aus Sicht des Akteurs, sondern als Anstoß für einen Kommunikationsprozess, der durch eine abstrakte Frage nach dem professionellen Netzwerk, nicht unbedingt in Gang gekommen wäre.

Die *Redaktionsbeobachtung* begleitete einen oder abwechselnd zwei Redakteure über den gesamten Arbeitstag und schloss nach Möglichkeit auch den Besuch von Redaktionskonferenzen ein. In den Konferenzen, so die Annahme, wird in besonderem Maße Redaktionskultur ausgehandelt. Teilnehmend waren die Beobachtungen nur insofern, als das – sofern die Situation dies zuließ – Fragen gestellt werden durften, um einordnen zu können, zu welchem Zweck der Redakteur zum Beispiel gerade im Internet recherchiert oder telefoniert. Ein offenes, detailliertes Beobachtungsprotokoll hielt jede einzelne sinnvoll abgrenzbare Einzelhandlung fest (z.B. ein Telefonat, das Abrufen der E-Mails usw.) und setzte sie in den jeweiligen Kontext (z.B. ein Telefonat, um die Information XY für den Artikel zum Thema YZ zu überprüfen).

Die Redaktionsstudie erlaubte durch die Kombination verschiedener Methoden, den kulturellen Mustern journalistischer Bedeutungsproduktion umfassend auf die Spur zu kommen. Die größte Herausforderung dieser Studie war der Zugang zum Feld: Nicht bei allen Zeitungen durften wir über das Führen von Interviews hinausgehen. Problematisch erwies sich der Zugang zur britischen Boulevardpresse, aber auch z.B. die FAZ und die

BILD verweigerten einen längeren Redaktionsaufenthalt. Dennoch kann auch die Kombination mehrerer Interviews mit einem Redaktionsrundgang einen deutlich tieferen Einblick vermitteln, als dies zum Beispiel bei den Telefoninterviews der Triggerstudie der Fall war. Die Journalisten erwiesen sich dabei, war einmal der Zugang hergestellt, als außerordentlich offen und kooperationsbereit.

Als letztes wichtiges und zuweilen in der Kommunikationswissenschaft vernachlässigtes Tool ethnographischer Provenienz sind die *Medien- und Forschungstagebücher* zu nennen, die die beteiligten Forscher während ihres Feldaufenthalts führten. Teil dieses Aufenthalts sollte auch die intensive Nutzung nicht nur der untersuchten Medien, sondern auch andere Quellen aktueller Berichterstattung sein. Andernfalls wäre das Redaktionsgeschehen kaum zu verstehen gewesen, da es sich zu einem nicht unbeträchtlichen Teil auch darum dreht, was in den anderen wichtigen Medien gerade diskutiert wurde. Darüber hinaus ging es darum, die eigene Rolle im Forschungsprozess zu reflektieren und die gesammelten Daten auf diese Weise zu kontextualisieren: Wenn beispielsweise ein Interview auf Grund eines Konflikts zwischen Forscher und Befragtem eine unkonstruktive Wendung genommen hat, dann sollte diese Meta-Information auch bei der späteren Auswertung des Interviewtextes noch zur Verfügung stehen. Forschungstagebücher erweisen sich somit als wichtiges Dokumentations- und Kontextualisierungsinstrument, das eine sinnvolle Auswertung der Daten methodisch absichert.

Alle gesammelten Daten wurden einer computergestützten (Atlas-TI) qualitativen Inhaltsanalyse unterzogen, wobei die Kategorien deduktiv aus dem zugrundeliegenden Forschungsinteresse und induktiv durch mehrfache Auseinandersetzung mit dem gesammelten Material in einem kollektiven Diskussionsprozess der beteiligten Forscherinnen und Forscher entwickelt wurden. Entlang dieses Kategoriensystems wurden dann die verschiedenen Textsorten (Transkripte der verschiedenen Interviews, Beobachtungsprotokolle, Medientagebücher) ausgewertet und konnten sich so wechselseitig validieren und ergänzen. Der Vergleich zwischen verschiedenen Redaktionen erlaubt es, Ähnlichkeiten von Redaktionskulturen zu identifizieren, einschließlich national begrenzter und grenzüberschreitender Muster journalistischer Produktionskulturen.

Kultur hat sich somit nicht nur als ein zunehmend beliebtes Schlagwort erwiesen, sondern auch als Forschungsperspektive, die methodisch die Journalismusforschung inspirieren kann. Dabei erweisen sich konzeptionell die Cultural Studies und methodologisch die Ethnographie als fruchtbare Anknüpfungspunkte, die die Journalismusforschung wieder näher an die journalistische Praxis heranbringen, ohne dabei die Standards sozialwissenschaftlicher Forschung aufgeben zu müssen. Das Konzept der Redaktionskulturen erweist sich als nützlich für die Verortung und empirische Erforschung der Kulturen des Journalismus. Dabei wurden etablierte und innovative Forschungsinstrumente kombiniert, um journalistisches Handeln und Denken zu rekonstruieren und zu verstehen.

Abschließend sei ein Problem der Forschungspraxis aufgeworfen, das mit dem Erfolg ethnographischer Methoden in der Journalistik zu tun hat: Es handelt sich um die drohende ‚Überfischung‘ ihrer ethnographischen Jagdgründe: Wenn zu viele Forschende immer die gleichen Journalisten besuchen, beobachten und dabei auch noch die immer gleichen Fragen stellen, wird die Methode immer öfter am Zugang zu den Journalisten scheitern. Vor dem Zugang zum Feld sollte die Überlegung stehen: Ist dieses Experteninterview nicht schon vielfach geführt worden? Was ist der Sinn meiner teilnehmenden Beobachtung? Und: Bin ich gut darauf vorbereitet? Auch für qualitative Forschung gilt also: Forschung sollte

kumulativ und innovativ sein. Gerade für die Exploration *unbekannter* Welten und *neuer* Fragestellungen eignet sich die kulturerforschende Perspektive.

Literaturverzeichnis

- Altmeyden, K.-D. (1999): *Redaktionen als Koordinationszentren. Beobachtungen journalistischen Handelns*. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Altmeyden, K.-D. (2004): Entscheidung und Koordinationen. Theorien zur Analyse von Basiskategorien journalistischen Handelns. In: M. Löffelholz (Hrsg.): *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch* (2. Auflage). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 419-433.
- Bachmann, G. & Wittel, A. (2006): Medienethnographie. In: R. Ayaß & J. R. Bergmann (Hrsg.): *Qualitative Methoden der Medienforschung*. Hamburg: Rowohlt, 183-219.
- Breed, W. (1955): Social Control in the Newsroom. In: *Social Forces*, 33(4), 326-335.
- Brüggemann, M., Hepp, A., Kleinen-v. Königslöw, K. & Wessler, H. (2009): Transnationale Öffentlichkeit in Europa: Forschungsstand und Perspektiven. In: *Publizistik*, 54(3), 391-414.
- Brüggemann, M. & Kleinen-v. Königslöw, K. (2009): Let's talk about Europe. Explaining Vertical and Horizontal Europeanization in the Quality Press. In: *European Journal of Communication*, 24(1), 27-48.
- Cobley, P. (2008): Culture: Definitions and Concepts. In: W. Donsbach (Hrsg.): *The International Encyclopedia of Communication*. Blackwell Reference Online. (URL: http://www.communicationencyclopedia.com/subscriber/tocnode?id=g9781405131995_chunk_g97814051319958_ss174-1, 17.11.2010)
- Esser, F. (2004): Journalismus vergleichen. Komparative Forschung und Theoriebildung. In: M. Löffelholz (Hrsg.): *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch* (2. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag, 151-179.
- Esser, F. (2008): Dimensions of Political News Cultures: Sound Bite and Image Bite News in France, Germany, Great Britain, and the United States. In: *The International Journal of Press/Politics*, 13(4), 401-428.
- Garfinkel, H. (1984 [1967]): *Studies in Ethnomethodology*. Cambridge: Polity.
- Geertz, C. (1995 [1973]): *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Giddens, A. (1984): *The Constitution of Society*. Berkeley: University of California Press.
- Giddens, A. (1986 [1984]): *The Constitution of Society*. Berkeley: University of California Press.
- Hall, S. (1997): The Centrality of Culture: Notes on the Cultural Revolutions of Our Time. In: K. Thompson (Hrsg.): *Media and Cultural Regulation*. London: Sage, 207-238.
- Hanitzsch, T. (2007a): Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory. In: *Communication Theory*, 17(4), 367-385.
- Hanitzsch, T. (2007b): Journalismuskulturen. In: B. Thomaß (Hrsg.): *Mediensysteme im internationalen Vergleich*. Konstanz: UVK, 163-177.
- Hanitzsch, T. (2009): Zur Wahrnehmung von Einflüssen im Journalismus. Komparative Befunde aus 17 Ländern. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 57(2), 153-173.
- Hartley, J. (1996): *Popular Reality: Journalism, Modernity, Popular Culture*. London, New York: Arnold.
- Hepp, A. (2002): Translokale Medienkulturen. In: A. Hepp & M. Löffelholz (Hrsg.): *Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation*. UVK: Konstanz, 862 - 885.
- Hepp, A. (2004): *Netzwerke der Medien. Medienkulturen und Globalisierung*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Hepp, A. (2007): Kommunikative Mobilität in der Diaspora: Eine Fallstudie zur kommunikativen Vernetzung der türkischen Minderheiten-Gemeinschaft. In: *Merz*, 4, 35-46.

- Hepp, A. (2008a): Kulturtheorie in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. In: C. Winter, A. Hepp & F. Krotz (Hrsg.): *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen*. Wiesbaden: VS Verlag, 113-137.
- Hepp, A. (2008b): *Transculturality as a Perspective: Researching Media Cultures Comparatively*. In: FQS Forum qualitative Sozialforschung (URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewArticle/1221>, 27.10.2010)
- Hepp, A., Möller, J., Kleinen-von Königslöw, K., Brüggemann, M. & Lingenberg, S. (2009): Political Discourse Cultures in Europe: Explaining the Multi-Segmentation of the European Public Sphere through a Transnational and Transcultural Perspective. In: N. Carpentier et al. (Hrsg.): *Communicative Approaches to Politics and Ethics in Europe*. Brussels: ECREA.
- Hepp, A. & Wessler, H. (2009): Politische Diskurskulturen: Überlegungen zur empirischen Erklärung segmentierter europäischer Öffentlichkeit. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 57(2), 174-197.
- Kalthoff, H. (2006): Beobachtung und Ethnographie. In: R. Ayaß & J. R. Bergmann (Hrsg.): *Qualitative Methoden der Medienforschung*. Hamburg: Rowohlt, 146-182.
- Keyton, J. (2008): Organizational Culture. In: W. Donsbach (Hrsg.): *International Encyclopedia of Communication* (URL: <http://www.communicationencyclopedia.com>, 22.12.2008).
- Klaus, E. & Lünenburg, M. (2000): Der Wandel des Medienangebots als Herausforderung an die Journalismusforschung: Plädoyer für eine kulturorientierte Annäherung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 48(2), 188-211.
- Löffelholz, M. (2000): Theorien des Journalismus: Entwicklung, Erkenntnisse, Erfindungen - eine metatheoretische und historische Orientierung. In: M. Löffelholz (Hrsg.): *Theorien des Journalismus*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 15-60.
- Lünenborg, M. (2005): *Journalismus als kultureller Prozess. Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft. Ein Entwurf*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Mancini, P. (2007): *Journalism culture: A two-level proposal*. Paper presented at the ICA Annual Conference, San Francisco, 24-28.05.2010.
- Negus, K. (1997): The Production of Culture. In: P. du Gay (Hrsg.): *Production of Culture. Cultures of Production*. London [u.a.]: Sage, 67-118.
- Pfetsch, B. (2003): *Politische Kommunikationskultur. Politische Sprecher und Journalisten in der Bundesrepublik und den USA im Vergleich*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Pierson, P. (2000): Increasing Returns, Path Dependence, and the Study of Politics. In: *American Political Science Review*, 94(2), 251-269.
- Quandt, T. (2005): *Journalisten im Netz. Eine Untersuchung journalistischen Handelns in Online-Redaktionen*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Raabe, J. (2007): Journalismus als kulturelle Praxis: Zum Nutzen von Milieu- und Lebensstilkonzepten in der Journalismusforschung. In: K.-D. Altmeppen, T. Hanitzsch & C. Schlüter (Hrsg.): *Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation*. Wiesbaden: VS Verlag, 189-212.
- Raabe, J. (2008): Kommunikation und soziale Praxis: Chancen einer praxistheoretischen Perspektive für Kommunikationstheorie und -forschung. In: C. Winter, A. Hepp & F. Krotz (Hrsg.): *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen*. Wiesbaden: VS Verlag, 363-381.
- Ragin, C. (1987): *The Comparative Method. Moving Beyond Qualitative and Quantitative Methods*. Berkeley [u.a.]: University of California Press.
- Reckwitz, A. (2008): *Die Transformation der Kulturtheorien. Zur Entwicklung einer Theorieprogramms* (Studienausgabe, 2.Auflage). Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Rühl, M. (1969): *Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System*. Bertelsmann Universitätsverlag.
- Rühl, M. (1980): *Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf*. Mainz: von Hase & Koehler.

- Scheibelhofer, E. (2006): Migration, Mobilität und Beziehung im Raum: Egozentrierte Netzwerkzeichnungen als Erhebungsmethode. In: B. Hollstein & F. Straus (Hrsg.): *Qualitative Netzwerkanalyse. Konzepte, Methoden, Anwendungen*. Wiesbaden: VS Verlag, 311-332.
- Scheuch, E. K. (2003): *Sozialer Wandel. Band 1: Theorien des sozialen Wandels*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Weber, M. (1988 [1922]): *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*. Tübingen: Mohr.
- Wessler, H., Peters, B., Brüggemann, M., Kleinen-v. Königslöw, K. & Sift, S. (2008): *Transnationalization of Public Spheres*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- White, D. M. (1950): The "Gate Keeper": A Case Study in the Selection of News. In: *Journalism Quarterly*, 27(3), 383-390.
- Wintsch, D. (2006): *Doing News - Die Fabrikation von Fernsehnachrichten. Eine Ethnografie von Fernsehnachrichten*. Wiesbaden: VS Verlag.

Autorinnen und Autoren

Daniel Beck, Dr. phil., ist Oberassistent am Departement für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg/Schweiz.

Kerstin Bomhoff ist

Sophie Bonk ist

Bernd Blöbaum, Dr. phil., ist Professor für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Medientheorie und Medienpraxis an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.

Michael Brüggemann, Dr. phil., ist Oberassistent am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich.

Wolfgang Donsbach, Dr. phil., ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Technischen Universität Dresden.

Ines Engelmann, M.A., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft an der Friedrich-Schiller-Universität Jena.

Sven Engesser, M. A., ist Assistent am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich.

Volker Gehrau, Dr. phil., ist Professor für Kommunikationswissenschaft am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster.

Roland Göbbel, M.A., ist wissenschaftliche Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft der Friedrich-Schiller-Universität Jena.

Thomas Hanitzsch, Dr. phil., ist Professor für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Olaf Jandura, Dr. phil., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Anne Karthaus ist

Jan Kersten ist

Steffen Kolb, Dr. phil., ist Lektor am Departement für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg/Schweiz.

Benjamin Krämer, M. A., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Annika Kutscha ist

Martin Löffelholz, Dr. phil., ist Professor für Medienwissenschaft an der Technischen Universität Illmenau.

Wibke Loosen, PD Dr. phil., ist wissenschaftliche Referentin am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung der Universität Hamburg.

Michaela Maier, Dr. phil., ist Professorin für angewandte Kommunikationspsychologie an der Universität Koblenz Landau.

Maja Malik, Dr. phil., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster.

Joachim Marschall, Dipl.-Psych., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik und Sprechwissenschaft an der Universität Koblenz Landau.

Klaus Meier, Dr. phil., ist Professor für Journalistik an der Sprach- und Literaturwissenschaftlichen Fakultät der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

Thorsten Quandt, Dr. phil., ist Professor für Kommunikationswissenschaft insb. Interaktive Medien- und Onlinekommunikation an der Universität Hohenheim.

Liane Rothenberger, Dr. phil., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Technischen Universität Illmenau.

Mathias Rentsch, M.A., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft an der Technischen Universität Dresden

Claudia Riesmeyer, Dr. phil., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung an der Ludwig-Maximilians-Universität München

Patrick Rössler, Dr. phil., ist Professor für Empirische Kommunikationsforschung/Methoden an der Universität Erfurt.

Georg Ruhrmann, Dr. phil., ist Professor für Grundlagen medialer Kommunikation und Medienwirkung an der Friedrich-Schiller-Universität Jena

Michael Scharkow, M.A., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Hohenheim.

Armin Scholl, Dr. phil., ist Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.

Karin Stengel, Dipl.-Sozialwiss., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationspsychologie, Medienpädagogik und Sprechwissenschaft an der Universität Koblenz Landau.

Jens Vogelgesang, M.A., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Hohenheim.

Jürgen Wilke, Dr. phil., ist Professor für Publizistik am Institut für Publizistik an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Arne Freya Zillich, M.A., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft der Friedrich-Schiller-Universität Jena.