

balen Fernsehprodukten vor dem Hintergrund einer europäischen Integration untersucht und zu dem Schluss kommt, dass ein ‚globales Publikum‘ im Kontext eines kommunikativen Prozesses zu verstehen ist, der die Rezeption von Medieninhalten einschließt und aufzeigt, dass sich Menschen eines Landes in Bezug zu anderen aus ihrer eigenen Perspektive heraus verstehen. Im zweiten Abschnitt des ersten Teils wird die Bedeutung des Internets im Verhältnis zu politischen Prozessen untersucht. Zunächst geht William Uricchio der Funktion des Internets als Gegengewicht eines kulturellen Monopols nach. Mark Poster schlägt den Begriff „humachines“ als „an intimate mixture of human and machine that constitutes an interface outside the subject/object binary“ (S. 90) und als zentralen Aspekt der Globalisierung vor, und Dagmar Eberle zeigt aus historischer Perspektive die mit der Einführung neuer Technologien verbundenen Erwartungen auf. In Teil 3 des Clusters beschäftigen sich die Autoren Joan Kristin Bleicher, Jürgen Link und Horst Tonn schließlich mit den formellen Konventionen, den Mythen, Ikonen und, wie Tonn festhält, den „visiotypes“ als „standardized visualizations, collectively accepted forms of perception and representation“ (S. 144).

Der zweite Teil des Sammelbandes wendet sich im Anschluss den „Media Specificities“ zu. In einem ersten Beitrag kritisiert Joshua Meyrowitz den ‚Mainstream‘ des amerikanischen Journalismus und seine einseitige Berichterstattung zum Irak Krieg. Er bezeichnet die alternativen Medien, „as fueled by the Internet“, als „embryonic force“ (S. 186), die in diesem Prozess zwar noch nicht die volle Wirksamkeit als mögliches demokratisierendes Gegengewicht, jedoch eine bedeutende, da Demokratietendenzen stärkende Funktion haben. Tom Heneghan beschäftigt sich mit der Rolle des Fernsehens während des Irak-Kriegs und hält fest, dass die Live-Berichterstattung den Krieg zwar näher brachte, die Hintergründe jedoch weiter im Dunkeln bleiben. Karin Ikas untersucht die Rolle der Medien bei der Identitätskonstruktion. Donna Coates schreibt aus kanadischer Perspektive und analysiert die repetitiven Strukturen der Heldeninszenierung im interkulturellen Vergleich, wobei sie deutliche Unterschiede zwischen kanadischen, US und europäischen Helden herausstellt. Zwei Beiträge gliedern sich unter dem Cluster „The Media Ensemble and the Aesthetics of War“: Patricia

Mellencamp begründet eine Zunahme an Heldenbildern mit Freuds Theorie der Angst. Sie bezeichnet die Fernscherfahrung „post-9/11“ in vielen Genres als eine Erfahrung der Angst, eine Situation der Hilflosigkeit. Bärbel Tischleder verbindet die Analysen von Mellencamp und Bleicher, indem sie die verschiedenen Formen der Katastrophenberichterstattung, des Visuellen, Akustischen und Narrativen darlegt. Durch die Verbindung dieser Elemente in der Darstellung des 11. September und der dauernden Wiederholung, so argumentiert Tischleder, erscheint das Ereignis fast wie Fiktion.

Festzuhalten ist: Der Sammelband versucht, durch die verschiedenen Perspektiven das komplizierte Zusammenspiel von Medien und Kultur im Rahmen einer komparativen Analyse von Medienarten, geschichtlichen Ereignissen und kulturellen Kontexten aufzugliedern. Statt zu einer definitorischen Präzisierung von Medien-Kulturen zu gelangen, werden ihre verschiedenen Facetten aufgezeigt, um so ihre Vielschichtigkeiten zu ergründen. Dies geschieht vornehmlich vor dem Hintergrund des 11. September und des Irak-Kriegs. Im Großen und Ganzen liegt hiermit ein Band vor, der für so manchen eine Fundgrube und Inspirationsquelle für weitere Analysen bietet. Der Band bildet eine Fülle von verschiedenen Ansätzen ab, die den Nährboden für weitere Forschungen legen. Und ja: Den Herausgebern ist die Aufgabe gelungen, die unterschiedlichen interdisziplinären Richtungen zu bündeln und zugleich neue Anstöße für weitergehende Analysen zu geben.

Katrin Döveling

**Sandra Hermes**

### **Qualitätsmanagement in Nachrichtenredaktionen**

Köln: von Halem, 2006. – 383 S.

ISBN 3-938258-23-3

Wie steht es um die Qualitätssicherung in den Medienhäusern unseres Landes? Sandra Hermes hat die Qualitätsdebatte, die in den vergangenen Jahren zunehmend lebhaft geführt wurde, zum Anlass genommen, um im Rahmen ihrer Dissertation an der Universität Hamburg eine Vollerhebung deutscher Nachrichtenredaktionen durchzuführen. Und kommt dabei zunächst zu einem erfreulichen Ergebnis: Von

den 549 angeschriebenen Verantwortlichen in deutschen Nachrichtenredaktionen meldeten sich knapp die Hälfte mit einem ausgefüllten Fragebogen zurück – was Hermes sicher zu Recht „als Indiz für das große Interesse der Praktiker am Thema Qualitätsmanagement in Redaktionen“ wertet (S. 230).

Doch das positive Bild einer für Qualitätsfragen aufgeschlossenen Praxis trübt sich, sobald Hermes dezidiert nach dem Einsatz der von ihr zuvor unter Bezug auf die einschlägige Forschungsliteratur hergeleiteten Instrumente der Qualitätssicherung fragt. Hermes geht dabei von einem weiten Begriff der Qualitätssicherung aus: Im Sinne eines prozessorientierten *Total-Quality-Managements* (TQM) im Journalismus beginnt Qualitätssicherung für Hermes bei der Auswahl der Nachrichten durch qualifiziertes Redaktionspersonal und mündet in einer praktizierten „Kritikkultur“, die nicht zuletzt auch externen Gästen bei der Blatt- bzw. Sendungskritik das Wort verleiht.

Aber nur rund zwei Drittel der Befragten gaben an, dass in ihren Redaktionen überhaupt regelmäßig Blattkritik stattfindet. Immerhin rund 70 Prozent der Befragten erklärten, dass ihre Redaktion ein Qualitätsziel (mündliche oder schriftliche Vereinbarung, Leitbild, Stylebook o. Ä.) erarbeitet hat – doch Hermes zufolge ist es längst noch nicht Usus, dass dieses Leitbild, sofern vorhanden, auch an die wachsende Zahl freier Mitarbeiter weitergeben wird: Hier wird, so Hermes, eine Möglichkeit verschenkt, ein Stück Qualitätssicherung zu leisten. Immerhin knapp ein Drittel der Befragten verlässt sich auf eine einzige Nachrichtenagentur, wenn es um die Absicherung der Verlässlichkeit einer Nachricht geht. „Fast jeder zehnte Befragte gibt an, dass in seiner Redaktion überhaupt keine Gegenrecherche von Agentur- und PR-Meldungen möglich ist.“ (S. 287) In einem Viertel der Redaktion wird nicht regelmäßig gegengelesen; in vier von zehn Online-Redaktionen wird sogar erst nach der Veröffentlichung (!) „gegengelesen“, was Hermes als „grob fahrlässig“ kritisiert (S. 304). Andererseits stellt Hermes fest, dass Mediennutzungsdaten inzwischen vergleichsweise intensiv für das redaktionelle Marketing fruchtbar gemacht werden und auch auf diese Weise ein Beitrag zur Qualitätssicherung erbracht wird: „Oft vorgebrachte Vorwürfe, eine Publikums- und Marktorientierung gingen zwangsläufig zu Lasten der journalistischen Professionalität,

müssen anhand der vorgestellten Befunde zumindest relativiert werden.“ (S. 302)

Im Medienvergleich weist sich insbesondere der – finanziell noch immer vergleichsweise solide ausgestattete – öffentlich-rechtliche Rundfunk als Hort der Qualitätssicherung, während sich oftmals Defizite bei Tageszeitungen und Online-Medien zeigen. Hermes schließt ihre Arbeit mit einem „Ideenkatalog redaktionellen Qualitätsmanagements“, den sie an die Adresse der Praxis richtet. Hier wird noch einmal deutlich, dass Wunsch und Wirklichkeit in den Redaktionen hierzulande oft weit auseinanderklaffen. Beispiel Personalmanagement: Während in weniger als 5 Prozent der untersuchten Redaktionen Mitarbeiter durch Boni oder Gehaltserhöhungen für gute Leistungen belohnt werden, gab knapp die Hälfte der Befragten an, dass sie Leistungslohnsysteme persönlich für wichtig halten. „Entgegen den früheren Vermutungen sind Journalisten einer extrinsischen Motivation also durchaus nicht abgeneigt,“ schließt Hermes (S. 262) In der Schweiz werden finanzielle Anreize für Journalisten übrigens bereits doppelt so oft eingesetzt: Da sich Hermes an der Pilotstudie von Vinzenz Wyss von 2002 zu TQM in Schweizerischen Redaktionen orientiert, stellt ihre Arbeit auch ein kleines Stück vergleichender Forschung dar. Explizit bekannten sich in Hermes' Studie nur rund 5 Prozent der Befragten zum systematischen Einsatz von TQM in ihren Redaktionen; rund 30 Prozent gaben an, dass in der Redaktion andere Management-Strategien genutzt werden. Frage man derweil „nach den konkreten Werkzeugen eines redaktionellen Qualitätsmanagements, die in Nachrichtenredaktionen Bestandteil von TQM sein können, wird deutlich, dass zahlreiche Redaktionen diese durchaus im Sinne eines redaktionellen Routineprogramms anwenden.“ (S. 318f.) Handelt es sich hier also letztlich um „alten Wein in neuen Schläuchen“?

Im theoretischen Teil ihrer Arbeit liefert Hermes einen weit gespannten Überblick über die Literatur zu Theorien und Instrumenten der Qualitätssicherung – auch die Medieninhaltsforschung wird von ihr beispielsweise unter dem Aspekt der Qualitätssicherung diskutiert. Originell sind die fünf „W-Fragen der Qualitätsforschung“ (vgl. S. 75), die Hermes im Rahmen ihrer Literaturschau formuliert: So solle man sich beispielsweise stets fragen, wer denn von Fall zu Fall journalistische Qualität bewerte, und was und warum eigentlich bewertet wird.

Allen, die sich aus wissenschaftlicher Perspektive mit Qualitätssicherung im Journalismus befassen, bietet Hermes eine anregende Lektüre und viel Stoff für weitere Debatten.

Susanne Fengler

## Katrin Döveling

### Emotionen – Medien – Gemeinschaft

Eine kommunikationssoziologische Analyse

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005. – 340 S.

ISBN 3-531-14236-4

Zugl.: Erfurt, Univ. Diss. 2004

Emotionen sind seit gut einem Jahrzehnt ein Trendthema in Psychologie und Hirnforschung, samt deren Empfehlungen für effektives Lernen. Dass sie auch ein lohnendes Thema für die Kommunikationswissenschaft werden könnten, beweist die Erfurter Dissertation von Katrin Döveling. Zwei Drittel der gut 300 Seiten umfassenden Arbeit bilden eine gelungene und zielgerichtete Systematisierung soziologischer Emotionstheorien. Dabei erweisen sich die Klassiker Durckheim, Simmel, Weber, Mead und Goffman als erstaunlich anregend; zeitgenössische Autoren wie Randall Collins, Jonathan H. Turner, Theodor D. Kemper und Heinz-Günter Vester führen diese Ansätze fort, wobei sie mehrheitlich dem symbolischen Interaktionismus verpflichtet sind. Emotionen haben demnach Bedeutung nicht nur für den Einzelnen, sondern ganz entscheidend auch für das soziale Verhalten, für die gefühlte Gruppenzugehörigkeit – und Emotionen sind kulturell codiert. In biologischen und sozialen Grundbedürfnissen wurzelnd, sind Emotionen nach kultur- oder gruppenspezifischen Gefühlsregeln zu bearbeiten; der Lohn dafür sind emotionale Gratifikationen wie das Erleben der Zugehörigkeit, Sicherheit, gemeinsamer Stolz. Dies zeigt Döveling im letzten Drittel ihrer Arbeit an den religiösen Vergemeinschaftungsprozessen vor und nach dem Papstbesuch in den Erzdiözesen Washington D.C. (1995) und Köln (1996). Diese gut 100 Seiten umfassende „Fallstudie“ nimmt die bei kirchlichen Großereignissen relevanten Emotionen und kognitiven Faktoren als Kategorien für eine vergleichende qualitative Inhaltsanalyse der beiden diözesanen Kirchenzeitungen.

Döveling geht davon aus – und das macht ihre

Arbeit zu einer kommunikationswissenschaftlichen – dass die Medien beim Aufbau und Erhalt der gruppenspezifischen „Gefühlskultur“ einen wichtigen Anteil haben, zumindest die entsprechenden Dynamiken und Spannungen in ihr spiegeln. Dabei greift die Autorin (ab S. 172) auf eine Studie von Saxer/Märki-Koepf (1992) zurück, in der für sie zu Recht bemängelt wird, dass die Nachrichtentheorie bisher nur kognitive und zu wenig die emotionalen Faktoren berücksichtigte; denn Medien finden bei ihrem Publikum nur dann genügend Akzeptanz, wenn sie auch die vorhandenen Gefühle ansprechen und „führen“. Die Gefühlslage der US-amerikanischen Katholiken unterscheidet sich, wie Döveling zutreffend herausarbeitet, sehr von der der deutschen Katholiken: hier die von der Kirchensteuer abgesicherte Behabigkeit, dort die von Konkurrenz geprägte „marktwirtschaftlich religiöse Ökonomie“. Entsprechend verschieden fallen die Mobilisierungsstrategien und das Framing der beiden Diözesanblätter (mit annähernd gleicher Auflagenhöhe) im Vorfeld und Nachklang zu den Papstbesuchen aus. Die „Kirchenzeitung für das Erzbistum Köln“ ist uneinheitlich in ihrem Meinungs- und Gefühlsspektrum und leistet sich den Luxus eines Zitierens und Bekämpfens papstkritischer Stimmen, während „The Catholic Standard“ in der US-amerikanischen Konkurrenzsituation ein geschlossenes Bild abgibt und die für Gemeinschaftsbildung relevanten Emotionen effektiver mobilisiert. Dazu passt das von Döveling auf emotional wirkende Gesten hin analysierte Bildmaterial.

Die Arbeit von Döveling besticht in formaler Hinsicht durch akribisches Referieren und Diskutieren der relevanten Forschungsansätze (die Nummerierung der Anmerkungen erreicht die Zahl 1.664!), was streckenweise auf Kosten der Lesbarkeit geht. Die Methodenwahl (z. B. bei der Text- und Bildanalyse) geschieht reflektiert und kenntnisreich. Den Wert der Studie macht jedoch ihr inhaltliches Ergebnis aus. Der Zusammenhang von Emotionen und Gemeinschaft, wie ihn Döveling in ihrer Zusammenschau soziologischer Theorien zeigt, sowie der Zusammenhang von sozial bedeutsamen Emotionen und Medienberichterstattung, wie er in ersten kommunikationswissenschaftlichen Ansätzen entwickelt wurde, können durch die beispielhafte Anwendung als bestätigt gelten. Weitere Forschungen zum emotionalen Agenda-Setting sind sinnvoll und Erfolg verspre-