



AUF VERLORENEM POSTEN?

DEUTSCHSPRACHIGE AUSLANDSKORRESPONDENTEN IN LATEINAMERIKA.

EINE QUALITATIVE KOMMUNIKATORSTUDIE ZU ARBEITSREALITÄT UND ROLLENSELBSTVERSTÄNDNIS.

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades einer Magistra Artium
im Fach Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Erstgutachter: Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl
Zweitgutachter: Hon.-Prof. Dr. Manfred Buchwald

vorgelegt von

Silvia Lange

Berlin, September 2002

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst
und die benutzten Hilfsmittel und Quellen kenntlich gemacht habe.

Berlin, 11. September 2002

Mein ausdrücklicher Dank gilt

allen befragten Auslandskorrespondenten für ihre anregende Auskunftsbereitschaft,

der *Karl Gerold-Stiftung* für ihre finanzielle Unterstützung,

meinen Freunden und meiner Familie in Lateinamerika und Deutschland
für ihre herzliche Unterstützung und ihre kritischen Anmerkungen.

*Ein guter Auslandskorrespondent braucht sieben Eigenschaften:
eine gute Gesundheit, eine starke Psyche, Glück und Neugier, die Welt kennenzulernen.
Außerdem muss man sich in der jeweiligen Politik auskennen, möglichst viele Sprachen sprechen
und bereit sein, alles zu essen.*

Ryszard Kapuściński, langjähriger Auslandskorrespondent in Asien, Afrika, Lateinamerika.

*In Lateinamerika werden die Nachrichten von Europäern gemacht, deren selektive Wahrnehmung von
Politik, Wirtschaft und Kultur die Auswahl von Nachrichten aus der Region
für wiederum andere Europäer bestimmt.*

*Die Auslandskorrespondenten – ich bin viele Jahre selbst einer gewesen – werden einerseits zum Filter
und andererseits zum Vergrößerungsglas für die Ereignisse und die Probleme in einer
‘fernen’ Region. Die ihnen aufgebürdete Verantwortung ist ungeheuer groß.
Ein Auslandskorrespondent kann mit einer Nachricht kaputtmachen,
was Diplomaten über Jahre aufgebaut haben.*

Wolf Grabendorff, erster ARD-Fernsehkorrespondent in Lateinamerika

INHALTSVERZEICHNIS

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	XII
<u>I. EINLEITUNG</u>	<u>1</u>
I.1. PROBLEMSTELLUNG	1
I.2. FORSCHUNGSSTAND	4
I.3. KONZEPTION UND STRUKTUR DER ARBEIT	5
<u>II. THEORETISCHE ÜBERLEGUNGEN</u>	<u>7</u>
II.1. AUSLANDSKORRESPONDENTEN ALS VERMITTLER INTERNATIONALER UND INTERKULTURELLER KOMMUNIKATION	7
II.1.1. BEGRIFFSDEFINITION UND BERUFSZUGANG	8
II.1.2. ROLLE UND AUFGABE VON KORRESPONDENTEN	10
II.1.3. EINFLÜSSE DER GLOBALEN TECHNISCHEN VERNETZUNG AUF DIE ARBEITSREALITÄT DER KORRESPONDENTEN	12
II.1.4. JOURNALISTISCHES SELBSTVERSTÄNDNIS	15
II.1.5. AUSLANDSKORRESPONDENTEN ALS <i>GATEKEEPER</i>	18
II.1.6. NACHRICHTENFAKTOREN UND SELEKTIONSKRITERIEN – DIE NACHRICHTENWERT-THEORIE	20
II.1.7. DIE DEBATTE UM DEN INTERNATIONALEN INFORMATIONSFLUSS	24
II.2. STANDORT LATEINAMERIKA	28
II.2.1. DER SUBKONTINENT ALS PROJEKTIONSFLÄCHE FÜR EUROPÄISCHE PHANTASIEN	28
II.2.2. ENTSTEHUNG DES KORRESPONDENTENWESENS IN LATEINAMERIKA	33
II.2.3. LATEINAMERIKA-BERICHTERSTATTUNG IN DEUTSCHEN MEDIEN	35
II.3. DIE „NEUE WELTORDNUNG“ DER MEDIEN – SPEZIFIKA DES GLOBALISIERTEN KOMMUNIKATIONSSYSTEMS	38
II.3.1. DIE UTOPIE DER WELTGEMEINSCHAFT	38
II.3.2. DIE „KOMMERZIALISIERUNG DER WELTÖFFENTLICHKEIT“	41
II.3.3. DIE DOMINANZ DER WESTLICHEN NACHRICHTENAGENTUREN	43
II.3.4. DIE ÖKONOMIE DER AUFMERKSAMKEIT	45
<u>III. ZENTRALE FORSCHUNGSFRAGEN</u>	<u>47</u>

<u>IV. UNTERSUCHUNGSINSTRUMENTARIUM</u>	48
IV.1. DIE METHODE: QUALITATIVER ANSATZ	48
IV.2. DIE BEFRAGUNG:	
HALBSTANDARDISIERTE, QUALITATIVE LEITFADEN-INTERVIEWS	49
IV.3. DAS UNTERSUCHUNGSDESIGN: ENTWICKLUNG DES INTERVIEWLEITFADENS	50
IV.4. AUSWAHL DES <i>SAMPLE</i> UND DURCHFÜHRUNG	52
IV.5. DIE AUSWERTUNG: QUALITATIVE INHALTSANALYSE	54
 <u>V. EMPIRISCHE ERGEBNISSE</u>	 55
V.1. ARBEITSREALITÄT DER AUSLANDSKORRESPONDENTEN	55
V.1.1. KORRESPONDENTENPROFILE	55
V.1.2. RECHERCHEQUELLEN	57
V.1.3. ANSTOß FÜR DIE THEMENAUSWAHL	58
V.1.3.1. Der „Deutschland-Bezug“	60
V.1.4. VERHÄLTNIS ZUR ABNEHMERREDAKTION	61
V.1.4.1. Empfundene Selektionskriterien: Leicht und schwer „verkäufliche“ Themen	63
V.1.4.2. Empfundene Relevanz der Nachrichtenagenturen	66
V.1.4.3. Empfundene Relevanz der Sonderkorrespondenten	68
V.1.5. VERHÄLTNIS ZUM BERICHTSGEBIET	69
V.1.5.1. Empfundenes Lateinamerika-Bild in der deutschsprachigen Öffentlichkeit	74
V.1.6. EINFLÜSSE DER TECHNISCHEN VERNETZUNG AUF DIE ARBEITSREALITÄT	77
V.2. ROLLENSELBSTVERSTÄNDNIS DER AUSLANDSKORRESPONDENTEN	82
V.2.1. SELBSTBILD	82
V.2.2. HANDLUNGSZIELE UND ROLLENSELBSTVERSTÄNDNIS	85
V.2.3. ANSPRUCH UND WIRKLICHKEIT	92
V.2.3.1. Anspruch	93
V.2.3.2. Wirklichkeit und Handlungsrelevanz	95
V.2.3.3. Probleme und Verbesserungsvorschläge	96
V.3. TRENDS IM GLOBALISIERTEN MEDIENSYSTEM	99
V.3.1. KONJUNKTURSCHWANKUNGEN DES INTERESSES AN LATEINAMERIKA	99
V.3.2. SINKENDER STELLENWERT DER AUSLANDSBERICHTERSTATTUNG	101
V.3.3. ZUKUNFTSAUSSICHTEN	103
 <u>VI. FAZIT UND AUSBLICK</u>	 108

<u>VII.</u>	<u>LITERATURVERZEICHNIS</u>	<u>112</u>
<u>VIII.</u>	<u>ANHANG A: INTERVIEWLEITFADEN</u>	<u>129</u>
<u>IX.</u>	<u>ANHANG B: TABELLE 1</u>	<u>135</u>
<u>X.</u>	<u>ANHANG C: TRANSKRIBIERTE LEITFADEN-INTERVIEWS</u>	<u>im 2. Band</u>

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

	Seite
Abb. 01: Modell der Einflussfaktoren zwischen Journalisten und Medieninhalten	07
Abb. 02: Journalismus-Konzeptionen	15
Abb. 03: Verknüpfung von Korrespondentenansprüchen und Journalismus-Konzeptionen	17
Abb. 04: Modell der potenziellen Einflussfaktoren zwischen Auslandskorrespondenten und Medieninhalten	19
Abb. 05: Nachrichtenfaktoren nach Galtung/ Ruge	21
Abb. 06: Themenbereiche der Befragung mit Dimensionen und Unterkategorien	51
Abb. 07: Interviewte Korrespondenten in Lateinamerika	53
Abb. 08: Genese des Interesses für Lateinamerika	56
Abb. 09: Der Einfluss des „Deutschland-Bezugs“ auf die Themenauswahl	61
Abb. 10: Welche Themen lassen sich wie leicht „verkaufen“?	64
Abb. 11: Verhältnis zum Berichtsgebiet	69
Abb. 12: Facetten des empfundenen Lateinamerika-Bildes in der deutschen Öffentlichkeit	75
Abb. 13: Handlungsziele und Rollenselbstverständnis der Auslandskorrespondenten (AK)	86
Abb. 14: Die häufigsten Handlungsziele der Korrespondenten	87
Abb. 15: Ansprüche der Korrespondenten an ihre Tätigkeit	92
Abb. 16: Korrespondentenaufgaben: Anspruch	94
Abb. 17: Korrespondentenaufgaben: Anspruch und Wirklichkeit	94
Titelbild: Dreharbeiten des <i>ZDF</i> am Strand von Leblon/ Ipanema in Rio de Janeiro, Brasilien. (Foto: Silvia Lange)	

I. EINLEITUNG

I.1. PROBLEMSTELLUNG

Das politische und wirtschaftliche Chaos, das sich im Dezember 2001 in Argentinien auf den Straßen manifestierte und zum Rücktritt des Präsidenten führte – der sogenannte *argentino* – verdrängte als Top-Meldung der *Tagesschau* zeitweilig sogar den Krieg in Afghanistan.¹ Selbst die Berliner Boulevardzeitung *B.Z.* – sonst nicht gerade für ihre Auslandsberichterstattung bekannt – schlagzeitelte an relativ prominenter Stelle „Anarchie in Argentinien – Präsident auf der Flucht“². Obwohl sich die Wirtschaftskrise in Argentinien schon jahrelang hinzog, erfuhren viele Rezipienten in Deutschland erst davon, als die Proteste eskalierten und sich die Kameras der Weltöffentlichkeit in der nachrichtenarmen Vorweihnachtszeit auf die kochtopfschlagenden Argentinier richteten – bis sie sich dem nächsten konfliktreichen Schauplatz zuwandten.

„Für einen Augenblick wird die Szenerie grell erleuchtet, gleich darauf ist für den Zuschauer aber alles wieder zappenduster.“³

So beschreibt der ehemalige stellvertretende *WDR*-Chefredakteur Jürgen Thebrath die diskontinuierliche Berichterstattung aus entlegenen Regionen, die uns oft als kurzes, sensationalistisches Schlaglicht in Europa erreicht. Ganze Erdteile kommen in der aktuellen Berichterstattung nicht oder selten vor, beklagt selbstkritisch die langjährige *ARD*-Fernsehkorrespondentin Sonia Mikich:

„Wir produzieren für unsere Zuschauer zweierlei Ausland. Da ist erstens die Bühne unserer Politiker, Experten, Helfer und Prominenten. Es ist eigentlich nicht notwendig, dieses Ausland, es dient als Fototapete für Auftritte, die daheim mit Wichtigkeit oder Weltläufigkeit verwechselt werden. Dann existiert noch das Ausland eo ipso. Diese Welt ist problemverhaftet: der Krieg, die Katastrophe, die Krise, die Krankheit. (Die 'vier Ks').“⁴

Platz und Raum für Hintergründe und komplexe Analysen zu Ereignissen aus entfernten Regionen, gerade auch unabhängig von Krisen und Katastrophen, schrumpfen in vielen Medien oder werden auf unattraktive Sendeplätze verdrängt. Es scheint, als habe Auslandsberichterstattung keine Konjunktur.⁵

¹ *Tagesschau* vom 21.12.2001: Von drei Uhr morgens bis 15 Uhr nachmittags war die Top-Schlagzeile „Argentiniens Präsident tritt zurück“, ab der *tagesschau* um 5 trat dann wieder die „Entscheidung über den Afghanistan-Einsatz“ an die erste Stelle. Vgl. Sendearchiv unter www.tagesschau.de [02.09.2002]

² *B.Z.* vom 22.02.2002, S. 2.

³ Jürgen Thebrath, zit. nach: Kubitz (1997: 55).

⁴ Mikich (2001: 2).

⁵ Vgl. Scharf/ Stockmann (1998: 73), Meckel (1998: 258), Neubauer (1995). Wilke/ Schmidt (1997: 103) haben 1995 im Basisdienst der Deutschen Presse-Agentur eine Abnahme der Auslandsnachrichten und

Paradox – denn noch nie war es einfacher als in der heutigen globalisierten Welt, aus entlegenen Regionen zu berichten, da geografische Entfernung immer weniger Bedeutung hat und Nachrichten innerhalb weniger Sekunden von einem Ende der Welt ans andere übermittelt werden können. Doch obwohl wir durch die ausgereiften technischen Möglichkeiten und die größere Mobilität zunehmend den Eindruck gewinnen, in einem „globalen Dorf“⁶ zu leben, finden unter der Oberfläche der wirtschaftlich bedingten Annäherung von Kontinenten, Kulturen und Gesellschaften Ausdifferenzierungsprozesse statt, die immer unübersichtlicher werden. Milliarden von Menschen erleben die Welt vollkommen anders als die globalisierte Informationselite, die trotz ihres ausgereiften Mediensystems kaum von den Erfahrungen und Lebenswelten dieser Menschen erfährt.⁷ Es scheint, als orientierten sich Berichterstatter wie Rezipienten angesichts der „neuen Unübersichtlichkeit der Welt“⁸ lieber an Bekanntem und Nahem. Vielfach wird ein „neuer Provinzialismus“ in den Medien beklagt, der bewirkt, dass geografisch und zeitlich begrenzter, sensationsorientierter und facettenärmer berichtet wird.⁹ So stellt Mikich fest:

„Mit Ausnahme der alten politischen Dauerbrenner USA und Russland: Ausland ist in den letzten Jahren weniger geworden. Ausland wird trivialisiert. Ausland muss knallen – dramatisch oder bunt. Viele Berichte wollen nicht relevant sein, sondern menschn. Geschichten, die zufällig im Ausland spielen. Das Drama der Familie Wallert, der Absturz der Concorde, Tunnelunglück in den Alpen. Human interest, am liebsten verquickt mit jenem dümmlichen Gebot, einen Bezug zu Deutschland zu haben. `Die deutschen Opfer`, `der Deutschen Reiseziel`, `die Kölner Krankenschwester, die in Afghanistan hilft`. Das ist, nach dem Ende des Kalten Krieges und der Geopolitik, meiner Meinung nach die geistige Provinzialisierung.“¹⁰

Dies trage zur „lähmenden Selbstbespiegelung“ der Deutschen bei und blockiere den Blick auf die anderen, so dass der Horizont kleiner statt größer werde.¹¹ Gleichzeitig werden in einem zunehmend von Konkurrenz und Kommerzialisierung geprägten Kommunikationssystem Korrespondentenplätze unter dem Druck der Kosten reduziert, so schloss das ZDF zum 01.03.2001 sein Studio in Mexiko „aus wirtschaftlichen Grün-

eine Zunahme der Inlandsnachrichten festgestellt. Nach Wilke (1998a: 49) zeigt Köchers Befragung, dass das Interesse an der Auslandsberichterstattung nach einem stetigen Anstieg bis 1991 im Jahr 1997 auf das Niveau der fünfziger Jahre zurückgefallen sei, wonach sich nur noch 42% der deutschen Bevölkerung für politische Berichte aus dem Ausland interessieren.

⁶ Vgl. das gleichnamige Buch von McLuhan/ Powers (1995).

⁷ Vgl. Johnson (2000: 12).

⁸ Vgl. das gleichnamige Buch von Habermas (1985).

⁹ Den „neuen Provinzialismus“ im Fernsehjournalismus apostrophierten erstmals: Schatz/ Immer/ Marcinkowski (1989: 17). Sie belegten u.a., dass die Ereignisse in Magazinbeiträgen öffentlich-rechtlicher Fernsehprogramme zu 79,5 % (privat-kommerzielle Anbieter zu 97,1 %) in der BRD stattfanden, zu 5,2% (1,8%) in Westeuropa zu 4 % (1,2%) in den USA und zu 0,8 % (0%) in Mittel- und Südamerika. Vgl. dazu auch: Bruns/ Marcinkowski (1997: 287/288), Scharf /Stockmann (1998: 73), Hübner (1987: 87), Diskussionsforum deutscher Journalisten (1997: 57), Groß (1996), Schipanski (2000).

¹⁰ Mikich (2001: 3).

¹¹ Ebd.

den¹². Viele Privatsender und kleinere Zeitungen leisten sich gar keine eigenen Auslandskorrespondenten, sondern greifen auf das Angebot der Nachrichtenagenturen zurück, die aus Kostengründen jedoch auch nur über ein „Korrespondentennetz mit Löchern“ verfügen.¹³ Meckel fasst die gegenwärtigen Entwicklungen des globalen Mediensystems und ihre Konsequenzen für die Gesellschaft folgendermaßen zusammen:

„Der Prozess der Globalisierung bringt eine strukturell vernetzte Weltgesellschaft hervor, nicht aber eine kommunikativ und kulturell integrierte Weltgemeinschaft.“¹⁴

Mit anderen Worten:

„Die räumliche Distanz schwindet, die mentale Distanz wächst.“¹⁵

Im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen die Auslandskorrespondentinnen und –korrespondenten¹⁶, die als im Berichtsgebiet ansässige Kommunikatoren große Verantwortung tragen.¹⁷ Sie fungieren als „Auge und Ohr“ ihrer Heimatredaktionen und prägen unseren Blick auf das Ausland. Gerade sie könnten dazu beitragen, die wachsende „mentale Distanz“ durch kenntnisreiche Berichte zu verringern, da sie als relativ wichtige *gatekeeper* (Schleusenwärter) im internationalen Nachrichtenfluss entscheiden, welche Themen die Schleuse passieren und welche nicht.¹⁸ Insofern können sie auf das Verhältnis zwischen den Kulturen und Kontinenten bzw. zwischen „Nord und Süd“ einwirken.¹⁹ Vor diesem Hintergrund widmet sich die vorliegende qualitative Kommunikatorstudie der Arbeitsrealität und dem Rollenselbstverständnis deutschsprachiger Auslandskorrespondenten in Lateinamerika.

¹² So lautete die Begründung der ZDF-Pressestelle in einem Telefongespräch mit der Autorin im März 2001. Seitdem hat sich das Berichterstattungsgebiet des Studios in Rio de Janeiro immens erweitert und erstreckt sich jetzt von Feuerland (Argentinien) bis zum Río Grande (Mexiko). Die Karibik wird nunmehr vom Studio Miami mitbetreut.

¹³ Zschunke (1994: 62).

¹⁴ Meckel (1998: 367).

¹⁵ Johnson (2000: 12).

¹⁶ Aus Platzgründen verzichte ich im Folgenden auf die weibliche Form. Die Korrespondentinnen sind jedoch explizit auch gemeint, wenn von „Auslandskorrespondenten“ die Rede ist. Auch bei anderen Begriffen (z.B. Rezipienten, Berichterstatter, Forscher, Argentinier) steht in dieser Arbeit die männliche Form stellvertretend für beide Geschlechter.

¹⁷ Die Studie orientiert sich an der gängigen Vorgehensweise der Kommunikatorforschung, die sich mit den Personen und Organisationen befasst, die an der Entstehung und Verbreitung von Medieninhalten beteiligt sind, und die verschiedenen Einflussfaktoren auf ihre Tätigkeit untersucht. Vgl. Kunczik/ Zipfel (2001: 18).

¹⁸ Vgl. zum *gatekeeper*-Modell Kapitel II.1.5.

¹⁹ Wie groß der Einfluss der Korrespondenten sein kann, muss an dieser Stelle offen gelassen werden. Der US-amerikanische Kolumnist und Medienkritiker Reeves (2001: 12) weist den Korrespondenten eine relativ starke internationale Bedeutung zu: Seiner Einschätzung nach war die US-amerikanische Berichterstattung im ersten Monat nach dem 11. September 2001 auch deshalb sehr patriotisch und einseitig, weil die Zeitungen in den vergangenen zehn Jahren 80 Prozent der Korrespondenten aus Kostengründen aus dem Mittleren Osten abgezogen hatten.

I.2. FORSCHUNGSSTAND

Wie die Berichterstattung aus entfernten Regionen unterliegt auch die Forschung zur internationalen Kommunikation „offensichtlich konjunkturellen Schwankungen“.²⁰ Nach Schneider lassen sich weltpolitische Veränderungen und neue außenpolitische Interessen jeweils an einer gesteigerten Forschungsintensität ablesen. So wurde die Berichterstattung der *New York Times* über die Russische Revolution zum Untersuchungsobjekt der ersten Studien zur Auslandsberichterstattung im Jahre 1920.²¹ In den Anfangsjahren des Kalten Krieges steckten insbesondere militärische, wirtschaftliche und politische Ziele den Rahmen für die internationale Kommunikationsforschung, die sich vor allem im englischsprachigen Raum etablierte.²² In den 1960er Jahren wurden verstärkt Zusammenhänge zwischen Kommunikation und nationaler Entwicklung, Außenpolitik sowie der interkulturellen Kommunikation untersucht. Die Forderungen der Entwicklungsländer nach einer „Neuen Weltinformationsordnung“ im Rahmen der UNESCO-Debatten Ende der 1970er Jahre verliehen auch der Wissenschaft einen erneuten Impuls und erweiterten das Forschungsspektrum um die Nord-Süd-Thematik.

Gerade im deutschsprachigen Raum fällt jedoch auf, dass es an neueren und gründlichen publizistikwissenschaftlichen Untersuchungen und insbesondere an einer systematischen Weiterentwicklung des Forschungsgebietes mangelt.²³ Die Produzenten der Auslandsberichterstattung, die Korrespondenten, stehen nur relativ selten im Interesse der Forschung zu internationaler Kommunikation.²⁴ Nach Böckelmanns Bibliographie zur Kommunikatorforschung im deutschsprachigen Raum entstanden von 1945 bis

²⁰ Vgl. Schneider (1984: 303). Zudem existieren verschiedene Begriffe parallel: Neben „globaler“, „transnationaler“, „trans-“ oder „interkultureller Kommunikation“ hat sich allerdings der Terminus „internationale Kommunikation“ weitgehend durchgesetzt. Er bezeichnet die mediale Kommunikation, die Beziehungen zwischen den Nationen herstellt. Obwohl die Arbeit von deutschsprachigen Auslandskorrespondenten in Lateinamerika auch interkulturelle Züge trägt (vgl. dazu Kapitel II.1) und der Begriff „international“ aus verschiedenen Gründen problematisch ist, wird er aufgrund seiner Etablierung im Forschungsdiskurs auch in dieser Arbeit verwendet. Vgl. zum Konzept und zur Problematik des Begriffs Meckel/ Kriener (1996: 11-16).

²¹ Lippmann, Walter/ Charles Merz: A Test of the News. In: „New Republic“, Vol. XXIII / Nr. 296, 4. August 1920 (Supplement), zitiert nach: Wilke (1986: 54). Einen guten Forschungsüberblick über die frühen anglo-amerikanischen Studien zur internationalen Kommunikation bietet Lugert (1974: 11-26).

²² Vgl. Schneider (1984: 303) bzw. Gysin (2000: 4-8).

²³ Vgl. Gysin (2000: 4-5). Schneider (1984: 303) merkt hierzu an: „‘Internationale Kommunikation’ ist dennoch weniger eine einheitliche Disziplin als vielmehr ein Sammelbegriff für unterschiedlichste Studien zu Auslandsberichterstattung und Auslandspresse, Propaganda und Auslandsrundfunk, vergleichende Medienstrukturanalysen, Satellitentechniken, internationaler öffentlicher Meinung und Imagebildung, zur Analyse von grenzüberschreitenden Informationsströmen, aber auch zu Formen der Diplomatie, des Völkerrechts und Internationaler Politik.“

²⁴ So beschrieben Gyzicki (1977: 10-14) und Marten (1987: 23) den Auslandskorrespondenten als das „unbekannte Wesen“ der kommunikationswissenschaftlichen Forschung.

1990 nur 25 Veröffentlichungen zu Auslandskorrespondenten.²⁵ Die Debatte um eine Neue Weltinformationsordnung war der Auslöser für einige Studien in den 1980er Jahren, die sich teilweise mit der Dritten Welt beschäftigten²⁶ oder einzelne, nicht miteinander in Beziehung stehende Aspekte der Auslandsberichterstattung untersuchten.²⁷ Erst gegen Ende der 90er Jahre erschienen erneut einige Studien: zu niederländischen Korrespondenten in Deutschland (Piel 1999), zu Auslandskorrespondenten deutsch-schweizer Printmedien und ihrem Verhältnis zur Außenpolitik (Gysin 2000), zu Rolle und Arbeitsrealität deutscher Korrespondenten in Polen (Siemes 2000) und in Afrika südlich der Sahara (Bengelstorff 2001).

I.3. KONZEPTION UND STRUKTUR DER ARBEIT

Die vorliegende Arbeit soll dazu beitragen, einen weiteren „weißen Fleck“ auf der Forschungslandkarte zu beseitigen. Ziel der Studie ist es, Arbeitsrealität und Rollenselbstverständnis von deutschsprachigen Auslandskorrespondenten in Lateinamerika zu untersuchen. Dabei möchte ich den Prozess erforschen, wer mit welcher Berufsmotivation und unter welchen Bedingungen das über die Medien transportierte Bild Lateinamerikas vor Ort produziert.²⁸ Dies erfolgt unter Berücksichtigung der spezifischen Rahmenbedingungen des globalisierten Kommunikationssystems – ein integrierter Ansatz, der meines Wissens ein Novum in der Kommunikationswissenschaft darstellt.

Dank eines Stipendiums der *Karl Gerold-Stiftung (Frankfurter Rundschau)* hatte ich Gelegenheit, 25 Auslandskorrespondenten in den drei großen lateinamerikanischen Ländern Argentinien, Brasilien und Mexiko zu interviewen und einen Einblick in ihre Arbeitsverhältnisse vor Ort zu bekommen. Die Wahl fiel auf diese drei Länder, weil die Mehrzahl der deutschsprachigen Korrespondenten von ihrem Sitz in Buenos Aires, Rio de Janeiro (bzw. São Paulo) oder Mexiko-Stadt aus eine Vielzahl von Ländern für die Redaktion abdeckt. So befinden sich beispielsweise die Studios der *ARD* in Buenos Ai-

²⁵ Diese Untersuchungen sind zudem meist Abschlussarbeiten oder Einzelstudien, vgl. Böckelmann (1993: 140-157) bzw. Jürgens (1973), Lugert (1974), Fischer (1982), Köcher (1985).

²⁶ So untersuchte z.B. Wittmann (1982) die Rolle und das Selbstverständnis von Auslandskorrespondenten aus der Dritten Welt in der BRD und Pfeffer (1988) untersuchte die Berufsrealität deutscher Korrespondenten in Südamerika. Diese Diplomarbeit, die an der Universität München entstanden ist, blieb leider unveröffentlicht, so dass ich mich auf die Zusammenfassung ihrer Ergebnisse in Böckelmanns Bibliographie stütze. Vgl. Böckelmann (1993: 151-152).

²⁷ Vgl. Jost (1986), Marten (1987), Trappel (1989), Zeh (1990). Der einzige gemeinsame Nenner dieser Studien ist, dass sie sich alle in irgendeiner Art mit Auslandsberichterstattung beschäftigen.

²⁸ Es ist wichtig, darauf hinzuweisen, dass nicht das tatsächlich in den deutschen Medien veröffentlichte Bild Lateinamerikas inhaltsanalytisch unter die Lupe genommen werden soll. Wie gerade geschildert, setzt meine Untersuchung mit dem Fokus auf den Kommunikatoren an einem früheren Zeitpunkt der medialen Vermittlung an.

res und Mexiko-Stadt, das *ZDF* ist seit der Schließung des Standortes in Mexiko lediglich in Rio de Janeiro vertreten.

Als Erhebungsmethode kam das qualitative Leitfaden-Interview im Zusammenspiel mit quantitativen Standardbefragungen zum Einsatz. Dabei habe ich bewusst Journalisten aller Medien – Print, Hörfunk, Fernsehen und Agentur – interviewt, da sie alle durch ihre Berichte zum medial geformten Bild von Lateinamerika in der deutschen Öffentlichkeit beitragen.

Da sich bisher kein übergreifendes Theoriemodell zur Erforschung von Auslandskorrespondenten entwickelt hat, orientiere ich mich an Donsbachs integralem „Modell der Einflussfaktoren zwischen Journalisten und Medieninhalten“²⁹ und ziehe dieses Sphären-Raster für die Präsentation der gängigen „Theorien mittlerer Reichweite“³⁰ heran, die speziell für die Untersuchung von Auslandskorrespondenten relevant sind. Dazu zählen journalistisches Selbstverständnis, *gatekeeper*-Modell, Nachrichtenwert-Theorie und die Debatte um den internationalen Informationsfluss (Kapitel II.1). Um die Situation der Korrespondenten vor dem Hintergrund eines globalisierten Kommunikationssystems zu betrachten, stelle ich dazu einige aktuelle Theorieansätze als Rahmenbedingungen vor (Kapitel II.3). Außerdem befasst sich der Theorie-Teil mit den Besonderheiten des Subkontinents Lateinamerika als Standort der Berichterstattung (Kapitel II.2).

Aus den theoretischen Überlegungen ergeben sich am Ende der jeweiligen Kapitel verschiedene Fragen, die in die zentralen Forschungsfragen münden (Kapitel III), als Basis für die Entwicklung der methodischen Vorgehensweise dienen (Kapitel IV.) und in den qualitativen Leitfaden-Interviews mit den Korrespondenten aufgegriffen werden (s. Anhang A: Interviewleitfaden). Die empirischen Ergebnisse zu Arbeitsrealität und Rollenselbstverständnis der Lateinamerika-Korrespondenten und zu sich daraus abzeichnenden Trends im globalisierten Mediensystem werden im Kapitel V. diskutiert und im Fazit zusammengefasst und abschließend beurteilt (Kapitel VI.).

²⁹ Donsbach (1987: 112).

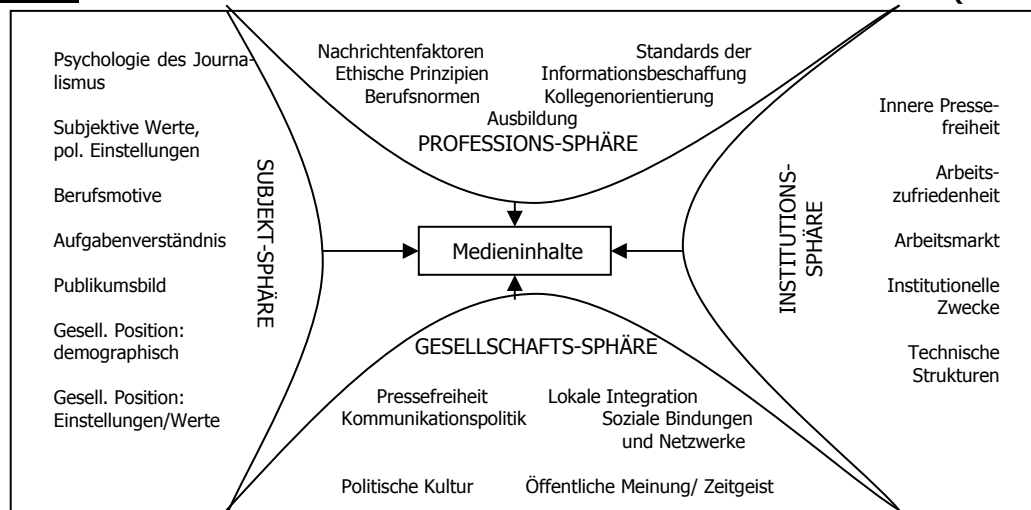
³⁰ Diesen Begriff entnehme ich dem wirtschaftswissenschaftlichen Bereich der Entwicklungstheorien. Als „Theorien mittlerer Reichweite“ bezeichnet Thiel (1999: 29) die aktuellen Erklärungs- und Strategieansätze im Meso- statt im Makrobereich, die sich nach dem von Menzel 1991 diagnostizierten „Scheitern der großen Theorie“ herausgebildet haben. Auch für die im Folgenden aufgezählten kommunikationstheoretischen Modelle erscheint mir der Begriff der „Theorien mittlerer Reichweite“ angebracht, da die „große Theorie“ für Auslandskorrespondenten bisher nicht entwickelt wurde.

II. THEORETISCHE ÜBERLEGUNGEN

II.1. AUSLANDSKORRESPONDENTEN ALS VERMITTLER INTERNATIONALER UND INTERKULTURELLER KOMMUNIKATION

Auslandskorrespondenten spielen als Kommunikatoren, die im internationalen Kommunikationsprozess „Welt-Bilder“ vermitteln, eine wichtige Rolle. Als Journalisten unterliegen sie verschiedenen Faktoren, die gleichfalls auf die Produkte ihrer Arbeit, die Medieninhalte, einwirken. Donsbach teilt diese Einflussfaktoren in vier unterschiedliche Sphären ein:³¹

Abb. 01: Modell der Einflussfaktoren zwischen Journalisten und Medieninhalten (Donsbach)³²



Dieses Analyseraster, das allgemein für die Journalismusforschung entwickelt wurde, dient im Folgenden als Grundlage für die Auseinandersetzung mit Auslandskorrespondenten als Vermittler internationaler und interkultureller Kommunikation.³³ Dabei gehe ich davon aus, dass sich die von Donsbach identifizierten „Sphären“ gegenseitig beeinflussen.³⁴ Meine Betrachtung fokussiert sich auf die speziell für Auslandskorrespondenten relevanten theoretischen Bereiche: Nach einer Begriffsdefinition gehe ich zunächst auf Aspekte ein, die der „Subjektsphäre“ zugeordnet werden können, wie `Rolle und

³¹ Vgl. Donsbach (1996: 80).

³² Donsbach (1987: 112).

³³ Nach Maletzke (1996: 37) beschreibt der Begriff „internationale Kommunikation“ eine Begegnung zwischen Menschen verschiedener Nationen, „interkulturelle Kommunikation“ eine Begegnung zwischen Menschen verschiedener Kulturen, die sich gegenseitig als „fremd“ oder „anders“ erleben. Im Fall von deutschsprachigen Auslandskorrespondenten in Lateinamerika trifft beides zu, so dass hier auch beide Termini benutzt werden.

³⁴ Dabei lehne ich mich an Scholl/ Weischenberg (1998: 29) an, die Journalismus als „soziales Funktionssystem“ verstehen, das als komplex strukturiertes soziales Gebilde mit anderen gesellschaftlichen Systemen auf vielfältige Weise vernetzt ist.

das Aufgaben von Korrespondenten´ sowie ihr `journalistisches Selbstverständnis´. Außerdem werden Faktoren untersucht, die der „Institutions-Sphäre“ (`Einflüsse der globalen technischen Vernetzung auf die Arbeitsrealität der Korrespondenten´) und der „Professions-Sphäre“ (`gatekeeper-Modell´ und `Nachrichtenswert-Theorie´) zugeordnet werden. Abschließend gehe ich in diesem Kapitel mit der Debatte um den Informationsfluss auf die „Gesellschafts-Sphäre“ und ihre internationalen kommunikationspolitischen Rahmenbedingungen ein.

II.1.1. BEGRIFFSDEFINITION UND BERUFSZUGANG

Als „Königsdziplin im Journalismus“³⁵ strahlt der Beruf des Auslandskorrespondenten seit jeher große Faszination auf Journalisten aus. So betonten die „Männer der ersten Stunde“ wie der ARD-Korrespondent Gerd Ruge gerne:

„Es gibt wenig Erstrebenswerteres als Korrespondent zu sein.“³⁶

Auch Martin Wagner, Korrespondent des *Bayrischen Rundfunks*, bestätigt im Jahr 2001 die gängigen Traumvorstellungen über diesen Beruf.³⁷ Als wissenschaftliche Definition von Auslandskorrespondenten hat sich in der Literatur folgende durchgesetzt:

"Der Auslandskorrespondent ist ein Journalist, der außerhalb des Landes, des Staates arbeitet, in dem das Informationsorgan seinen Sitz hat, keine Rolle spielt es, ob er festangestellt ist oder freiberuflich tätig ist, ob er seine Nachrichten in Wort oder Bild übermittelt, ob er für eine Agentur oder direkt für ein Kommunikationsmittel arbeitet, ob er ein ständiger oder ein Sonderberichterstatte ist." ³⁸

Diese Definition, die schon auf die verschiedenen Beschäftigungsverhältnisse und die generellen, die Arbeitsweise entscheidend prägenden Unterschiede zwischen Presse, Hörfunk, Fernsehen und Agenturen hinweist, zeichnet sich ebenso wie der Zugang zum Korrespondentenberuf durch relative Offenheit aus.³⁹ Als allgemeine Voraussetzungen gelten – neben der Beherrschung des journalistischen Handwerkszeugs – die genaue Kenntnis des Berichtsgebiets, seiner Sprache, Politik, Wirtschaft, Kultur sowie der so-

³⁵ Wagner (2001: 12).

³⁶ Ruge, zit. nach Jürgens (1973: 350).

³⁷ Nach Wagner ist das Bild, das sich Redaktionskollegen vom Korrespondentenberuf machen, durch Neid oder Mitleid geprägt: Die einen beneiden den Korrespondenten wegen seines vermeintlichen Traumjobs, die anderen wissen, dass sich das Korrespondentenleben weder an sonnigen Stränden noch in dunklen Bars abspielt. Vgl. Wagner (2001: 12).

³⁸ Marx (1982: 211).

³⁹ In diesem Zusammenhang sei darauf verwiesen, dass Journalismus in den westlichen Industrieländern keine Profession im strengen Sinne ist, da er sich statt durch Expertentum, Berufszugangskontrolle, Autonomie und dem Vorhandensein einer Klientel im allgemeinen durch fehlende Verantwortungsethik, fehlende Zweckrationalität und ausgeprägte Laienkontrolle auszeichnet. Vgl. Kunczik (1986) bzw. Kunczik (2001: 152-158).

zialen Verhältnisse und insbesondere die Fähigkeit, „in zwei Welten“ zu Hause zu sein, um „aus der Fülle der fremden Probleme und Ereignisse diejenigen auszuwählen, die gerade vom heimischen Blickwinkel aus wichtig sind, die als Entsprechung oder Gegensatz zu eigenen Problemen und Verhältnissen publizistisch wirksam und meinungsbildend darstellbar sind“. ⁴⁰ Als „Zunftgebärde“ der Korrespondenten bezeichnet von Borch „das erstaunt geöffnete Auge“ und betont die Wichtigkeit einer „ausfragende(n) Geistesverfassung“:

„Wenn er sich in einem Land nicht mehr wundern kann, sollte er abreisen. Aber um sich wundern zu können, muss man selbst Fragen stellen, und diese wiederum setzen nicht nur Sensibilität, sondern auch eigne [sic] Wertsetzungen, sogar „Überzeugungen“ voraus.“ ⁴¹

Zu günstigen persönlichen Eigenschaften und Prädispositionen der Korrespondenten zählt Tern eine scharfe Beobachtungsgabe, Sensibilität, Ausdruckskraft, Erkundungsgeschick, gutes Kontaktvermögen und Einfühlungsgabe, ist jedoch davon überzeugt, dass sich die Wirklichkeit nicht daran halte. ⁴² Auch Jost macht darauf aufmerksam, dass die Auswahl der Korrespondenten statt durch die Qualifikation der Bewerber eher durch Zufälligkeiten bestimmt wird und diese Posten in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten oft nach internen Gründen und Proporzverhältnissen besetzt werden. ⁴³ Neudeck beschreibt die tarifrechtlichen Zwänge der Sendeanstalten, nach denen ein Korrespondent – wenn er einmal Studioleiter geworden ist – nicht mehr aus dieser Gehaltsgruppe „herauspurzeln“ kann, und kommt zu dem Schluss:

„Der Hauptgrund dafür, dass jemand Korrespondent wird – ist, dass er es schon vorher war.“ ⁴⁴

Natürlich werden auch immer wieder Journalisten Korrespondenten, die vorher noch keine waren. Da Ausbildung und Berufssozialisation das Rollenselbstverständnis und die Arbeitsorganisation prägen, soll in dieser Studie auch erfragt werden, wie der Werdegang der heutigen Lateinamerika-Korrespondenten verlief. (Vgl. Kapitel V.1.1.)

⁴⁰ Walter Hagemann: Die Zeitung als Organismus. Ein Leitfaden, Heidelberg 1950, zit. nach Fischer (1982: 36). Dabei hat der Korrespondent zwangsläufig einen „fremden Blick“ auf die Kulturen, über die er zu berichten hat, vgl. Hetkämper (1995).

⁴¹ Borch (1982: 236).

⁴² So bemerkt Tern spitz: „Dass jemand einen gelernten Anglisten nach London schicken möchte, gilt schon fast als befremdlich – lieber einen flotten Sportredakteur, wenn schon keinen Apostel der marktwirtschaftlichen Ideologie. Sachkenntnis und Nachdenklichkeit könnten ja beim Schreiben pointierter Features hinderlich sein.“ Tern (1986: 219).

⁴³ Jost (1986: 47).

⁴⁴ Neudeck (1991: 49).

II.1.2. ROLLE UND AUFGABE VON KORRESPONDENTEN

Als zentrale Rolle wird den Korrespondenten immer wieder die Funktion des Vermittlers internationaler und interkultureller Kommunikation zugeschrieben. Gerade bei Ereignissen im Ausland fehlen den meisten Rezipienten Primärerfahrungen, den Großteil unseres Wissens über das Ausland schöpfen wir aus Sekundärquellen, wie z.B. Korrespondentenberichten. Je fremder und entlegener die Kultur, um so erklärungsbedürftiger ist sie und um so größere Verantwortung trägt der Korrespondent, der das *image*⁴⁵ des Auslands prägt, das nur selten durch eigene Anschauungen der Rezipienten modifiziert werden kann. Einigkeit besteht in der Literatur darüber, dass der Korrespondent seine anspruchsvolle Aufgabe erst dann erfüllt, wenn er „mehr ist als ein bloßer Berichterstatte⁴⁶“:

„Der Korrespondent hat nicht nur über das große politische Ereignis zu berichten, größer noch ist die Aufgabe, dessen Kommen zu spüren, es zeitig zu erkennen, es in einer lebendigen und gemeinverständlichen Berichterstattung vorzubereiten und deutlich zu machen.“⁴⁷

An verschiedenen Stellen wird der normative Auftrag betont, zur interkulturellen Verständigung beizutragen.⁴⁸ Auch im öffentlich-rechtlichen Informationsauftrag für die Auslandsarbeit des Rundfunks ist der Beitrag zu Völkerverständigung und Frieden festgehalten.⁴⁹ In diesem Zusammenhang kritisiert Schneider, dass dieses Informationsverständnis ein Mythos sei, der in dem demokratischen Traditionen verhafteten Glauben an die Kraft und Unbestechlichkeit der öffentlichen Meinung wurzele. Demnach bedeute der Effekt eines gesteigerten Kommunikationsflusses zwischen den Nationen noch keine friedlichere Welt.⁵⁰ Um so mehr kommt es allerdings auf die Qualität der Information und die Qualifikation der Korrespondenten an.

Die Mittlerfunktion zwischen zwei Gesellschaftssystemen hat insbesondere bei Kommunikatoren, die an der Schnittstelle zwischen Erster und Dritter Welt stehen, eine große Bedeutung.⁵¹ Wolf Grabendorff, der als erster fester Korrespondent 1972 das

⁴⁵ Wilke interpretiert die *image*-Definition von Kenneth Boulding als das „subjektive Wissen von der Realität“. Dabei handele es sich nicht nur um kognitive Konstrukte, sondern durchaus um Gebilde, die Verhalten und praktisches Handeln steuern. Vgl. Wilke (1987: 8).

⁴⁶ In diesem Zusammenhang muss das geflügelte Wort vom Korrespondenten als „Diplomat in Hemdsärmeln“ (Dovifat), der nicht nur seine Zeitung, sondern auch sein Land vertritt, endgültig als überholt gelten. So weist Jürgens schon 1973 (351-352) auf die Problematik des „Botschafterkomplexes“ hin.

⁴⁷ Emil Dovifat / Jürgen Wilke: Zeitungslehre II, 6.Aufl., Berlin-New York 1976, zit. nach Fischer (1982: 37).

⁴⁸ Vgl. Hagemann (1950), zit. nach Fischer (1982: 36), bzw. Hans-Dietrich Genscher in Fischer (1982: 7).

⁴⁹ Vgl. Scharlau (1989: 61). Dieser normative Auftrag spiegelt sich oft auch im journalistischen Rollenverständnis wider, vgl. Kapitel II.1.4 bzw. Gysin (2000: 85).

⁵⁰ Schneider (1984: 305 bzw. 309).

⁵¹ Vgl. Wittmann (1982: 330). Der Begriff Dritte Welt orientiert sich in dieser Arbeit an der Definition von Nohlen/ Nuscheler (1993: 30), die auch nach Ende des Ost-West-Konflikts daran festhalten: „Die Dritte Welt besteht aus Entwicklungsländern, die sich im Selbstverständnis, 'Opfer und Ohnmächtige der

ARD-Studio in Buenos Aires aufbaute, sieht sich und seine Kollegen als Übersetzer, Vermittler und Kommentatoren:

„Der Versuch, sich in die Logik oder auch in die idiosincrasia [Wesensart/ Eigentümlichkeit, Anm. Silvia Lange, im Folgenden S.L.] einer anderen Gesellschaft hineinzuversetzen, ist das, was die Kunst eines wirklichen Auslandskorrespondenten ausmacht. Die Vermittlung der Unterschiedlichkeit und nicht die Suche nach der Ähnlichkeit scheint mir das wichtigste Element in der Arbeit eines Auslandskorrespondenten zu sein.“⁵²

Auch Richard Bauer, langjähriger Lateinamerika-Korrespondent der *Neuen Zürcher Zeitung*, betont im Vergleich zum Sonderkorrespondenten die Vorteile eines im Land residierenden Korrespondenten, der sich eingelebt hat und heimisch fühlen kann:

„Er muss differenzieren können, um die berühmten Stereotypen abzubauen. Er muss nicht nur ein Berichtersteller sein, er muss ein Vermittler sein. Er muss nicht nur die Agenda, die Themen des jeweiligen Gastlandes, die in der Lokalpresse auftauchen, übernehmen, sondern er muss sie kritisch analysieren und sich überlegen, ist das nun tatsächlich newsworthy, soll ich das nach außen bringen? Er muss Zeit haben, um sich einzelnen Themen zu widmen.“⁵³

Das ideale Verhältnis zwischen Land und Korrespondent ist nach Jürgens durch 'Affinität' gekennzeichnet. So sollte der Korrespondent eine gewisse Zuneigung, aber keine extremen Gefühle zum Berichtsgebiet verspüren, sondern ihm mit einer gewissen Distanz begegnen.⁵⁴

Insgesamt werden hohe Erwartungen an Auslandskorrespondenten gestellt. Sie müssen eher *allround*-Journalisten denn Spezialisten sein und trotzdem ein fundiertes Hintergrundwissen haben, mit dem sie ein breites Themenspektrum von politischen, wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Ereignissen in fremden Ländern bearbeiten, diese sachverständig und interessant darstellen und sich in der Redaktion mit ihren Themen durchsetzen können. Insofern agieren Auslandskorrespondenten als „Vermittler von Weltpolitik“⁵⁵, „Mittler zwischen den Kulturen“, „Nachbarschaftsvermittler“ oder „Kulturdolmetscher“.⁵⁶

Weltwirtschaft' zu sein (nach Nyerere), zur Durchsetzung ihrer wirtschaftlichen und politischen Ziele gegenüber den Industrieländern in der 'Gruppe der 77' zusammengeschlossen haben.“

⁵² Grabendorff (1997: 46). Vgl. dazu auch Hetkämper (1995: 125): „[...] die Aufgabe des Korrespondenten besteht in der Vermittlung, der Analyse und der 'Übersetzung' fremder Phänomene für das heimische Publikum.“

⁵³ Richard Bauer, in: Diskussionsforum deutscher Journalisten (1997: 71). Zur redaktionsinternen Mittlerfunktion im Informationsfluss aus der Dritten Welt, die den Korrespondenten nach Laudan außerdem zukomme, vgl. Laudan (1984: 227-229).

⁵⁴ Vgl. Jürgens (1973: 353-355).

⁵⁵ Vgl. Fischer (1982: 15).

⁵⁶ Vgl. Siemes (2000: 29).

II.1.3. EINFLÜSSE DER GLOBALEN TECHNISCHEN VERNETZUNG AUF DIE ARBEITSREALITÄT DER KORRESPONDENTEN

Inbesondere durch die technische Entwicklung der letzten zwanzig Jahre hat sich die Arbeitsrealität von Auslandskorrespondenten verändert.⁵⁷ Das Motto „schneller, kürzer, öfter“ gilt insbesondere für Hörfunkkorrespondenten, die in der Hektik des Nachrichtenflusses verstärkt sogenannte „Nachrichtenminuten“ produzieren müssen, „Berichte, die für einzelne Sendungen oftmals sogar auf die Kernaussage von 20 oder 30 Sekunden Länge gekürzt werden“.⁵⁸ Alle Korrespondenten können per E-mail intensiver mit ihrer Heimatredaktion in Kontakt stehen und sich gleichzeitig schneller und leichter Informationen über das Internet beschaffen. Als Kehrseite der Medaille ist allerdings zu erwähnen, dass sie nicht mehr exklusiv über Informationen aus ihrem Berichterstattungsgebiet verfügen, wie Wolf Grabendorff beschreibt:

„Das Verhältnis zwischen Redaktion und Auslandskorrespondent ist per definitionem ein schwieriges, doch obwohl die Arbeitsbedingungen in den letzten Jahren eigentlich leichter geworden sind, ist das Verhältnis schwieriger geworden: Früher hatte man als Auslandskorrespondent die Berichterstattungshoheit, heute hat die Redaktion so viele verschiedene Möglichkeiten, Bilder oder Berichte anzukaufen.“⁵⁹

Oft ist die Heimatredaktion durch die Nachrichtenagenturen schneller über aktuelle Geschehnisse im Berichterstattungsgebiet des Korrespondenten im Bilde als er selbst. Verfügen die Redakteure über die entsprechende Sprachkenntnis, können sie sich über das Internet die entsprechenden Hintergrundinformationen aus den Medien und Diensten des jeweiligen Landes besorgen, ohne ihr Redaktionsbüro verlassen zu müssen. Versprühte der Auslandskorrespondent früher sehr viel stärker den „Duft der großen weiten Welt“ und wurde als ein Marco Polo beschrieben, „der auf eigene Faust und auf sich allein gestellt in unbekannte Gebiete vordringt und den Daheimgebliebenen davon berichtet“⁶⁰, so ist dieser Informationsvorsprung durch die Vernetzung und den weltweiten Tourismus zusammengeschmolzen:

„Vom Globetrotter, der seine exklusiven Eindrücke aus der weiten Welt dem staunenden Publikum zu Hause näher bringt, ist nicht mehr viel geblieben.“⁶¹

So verfügen die Medien mit ihrem Korrespondenten zwar über ein „wertvolles Instrument“, Trappel weist jedoch darauf hin, dass dieser „Startvorteil“ leicht verspielt wer-

⁵⁷ Vgl. dazu auch Piel (1999: 27).

⁵⁸ Grotzky (1995: 52), s.a. Kämmerlings (2000), Voß (1999), Schamari (2001).

⁵⁹ Telefongespräch der Autorin mit Wolf Grabendorff am 14.08.2001, s. Anhang C.

⁶⁰ Wittmann-Hausner (1984: 450).

⁶¹ Wagner (2001: 9).

de.⁶² Kirschstein hat gezeigt, dass die seit den 1980er Jahren zunehmende Technisierung und Kommerzialisierung im Fernsbereich eine Tendenz zur „Live-Berichterstattung im `Feuerwehrstil`“ ausgelöst haben, bei der die Korrespondenten als *parachutists*⁶³ ohne profundes Hintergrundwissen von Krise zu Krise hetzen und „immer live, immer aktuell, immer mit dem Anschein exklusiver und wichtiger Informationen“ auf Sendung sind, „auch wenn sich kaum etwas Berichtenswertes ereignet hat“. ⁶⁴ Aktualität, Präsenz und Unmittelbarkeit gelten demnach als Wettbewerbsvorteile und bewirken, dass die Qualität der Auslandsberichterstattung nachlasse und sich der Trend zu mehr Sensation und Unterhaltung verstärke.⁶⁵ Nach Ramonet hat die verstärkte „Live-Übertragung in Echtzeit“⁶⁶ nach dem Motto `Unser Korrespondent ist vor Ort, also weiß er´ sogar eine indirekte Veränderung des Informationsbegriffs bewirkt, wobei sich beim Fernsehzuschauer die Illusion festgesetzt habe, sehen bedeute verstehen.⁶⁷ Dieser Auslandsberichterstattung attestiert Kirschstein den Verlust ihrer Prozesshaftigkeit, was längerfristig auch eine neue Beschreibung des Berufsbildes der Auslandskorrespondenten erfordere. Feste Korrespondenten werde es in Zukunft nur noch in den Zentren der Weltpolitik geben, stattdessen werden mehr Berichtersteller als Reisekorrespondenten unterwegs sein.⁶⁸

Die veränderte Berufsrealität hat nach Wittmann-Hausner dazu geführt, dass die Korrespondenten statt `Individualjournalisten´ nunmehr `Organisationsjournalisten´ sind, die durch die entwickeltere Nachrichtentechnik und verstärkte hausinterne Rekrutierung viel enger an das „Mutterhaus“ angebunden sind als früher.⁶⁹ Inwiefern diese Veränderungen auch ein neues Bewusstsein unter den Auslandskorrespondenten bewirkte, konnte Wittmann-Hausner nur vermuten und bis heute gibt es zu diesem

⁶² Trappel (1989: 345-346) stellte bei der Untersuchung der Themenstruktur von Tageszeitungen in Österreich und der Schweiz fest, dass sich nicht weniger als drei Viertel aller Korrespondentenberichte mit offizieller Politik und Wirtschaft beschäftigen und die Korrespondenten ihre Möglichkeiten, das Alltägliche und die Kultur zu schildern, bei weitem nicht ausschöpfen.

⁶³ Diesen Ausdruck, übersetzt etwa „Feuerwehrreporter“, benutzt Hess (1996: 100), wenn er die derzeitigen Tendenzen der Auslandsberichterstattung in den USA beschreibt.

⁶⁴ Kirschstein (1996: 238-239).

⁶⁵ Kirschstein (1996: 231) beschreibt den Golfkrieg 1991 als Auftakt dieser neuen Art der Auslandsberichterstattung, die durch die zeitliche und örtliche Unmittelbarkeit der Live-Berichterstattung geprägt ist. Eine Trendwende sei nur möglich, wenn eine „Wiederentdeckung der Langsamkeit“ erfolge und Hintergrundberichterstattung und Sachkompetenz als ökonomisch wertvolle Wettbewerbsvorteile erkannt werden, vgl. Kirschstein (1996: 239).

⁶⁶ Ramonet (1999: 171).

⁶⁷ „Das vorrangige Ziel des Fernsehzuschauers und seine Befriedigung ist es nicht mehr, die Bedeutung eines Ereignisses zu verstehen, sondern ganz einfach zuzuschauen, wie es sich vor seinen Augen abspielt.“ Vgl. Ramonet (1999: 172).

⁶⁸ Kirschstein (1996: 240). Den Trend zu mehr „Blitz-Korrespondenten“ erkennt auch der Lateinamerika-Korrespondent der NZZ, vgl. Bauer, in: Diskussionsforum deutscher Journalisten (1997: 70).

⁶⁹ Zudem bestimmen organisatorische und institutionelle Rahmenbedingungen auch verstärkt den Bewegungs- und Handlungsspielraum der Korrespondenten bei der Arbeit vor Ort im Ausland, vgl. Wittmann-Hausner (1984: 450).

Thema keine gesicherten Erkenntnisse. Aus der Sicht eines Praktikers stellt Wagner zumindest fest, dass Auslandskorrespondenten heute einer viel stärkeren Kontrolle unterliegen, da die Redaktion stärker mit ihnen und den Agenturen vernetzt sei und die Skepsis der Rezipienten durch eigene Erfahrungen im Ausland gestiegen sei.⁷⁰ In der Rolle der „exklusiven Informationsvermittler“ hätten die Korrespondenten demnach ausgedient, dennoch seien sie für anspruchsvolle Medien unentbehrlich, da ihre Bedeutung als „Interpreten von Entwicklungen“ rund um den Globus gewachsen sei.⁷¹ Als ihre zentralen Aufgaben in einer nahezu komplett vernetzten Welt nennt Wagner die Bewertung und das Einordnen von Ereignissen:

„Dem Auslandskorrespondenten kommt damit die Aufgabe zu, sein Land zu erklären, damit das Publikum in Deutschland über die bloßen Fakten hinaus begreift und versteht, was da vor sich geht.“⁷²

Hier schließen sich für die vorliegende Studie folgende Fragen an:

- Welches Verständnis haben Lateinamerika-Korrespondenten von ihrer Rolle und ihren Aufgaben? Welchen Anspruch stellen sie an ihre Arbeit?
- Inwiefern hat sich ihre journalistische Arbeit durch neue technische Möglichkeiten in den vergangenen Jahren verändert?
- Welche Existenzberechtigung hat nach ihrer Ansicht ein ständiger, vor Ort lebender Korrespondent in einer vernetzten Welt?
- Hat nach ihrer Einschätzung die Entsendung von Sonderkorrespondenten zu bestimmten Anlässen zugenommen? Betrachten sie diese als Konkurrenz?

⁷⁰ Wagner (2001: 13) betont sogar die abwartende Haltung der „[...] Redaktionen in der Zentrale, die von den Nachrichtenagenturen mit Informationen gefüttert werden und von eigenen Korrespondenten die Bestätigung dessen erwarten, was sie ohnehin schon wissen.“

⁷¹ Wagner (2001: 13-14).

⁷² Wagner (2001: 14).

II.1.4. JOURNALISTISCHES SELBSTVERSTÄNDNIS

Bei der Erforschung des journalistischen Selbstverständnisses steht die Frage im Mittelpunkt, welche Vorstellungen die Journalisten von ihrer eigenen Rolle haben und welche Ziele sie sich bei ihrer täglichen Arbeit setzen. Neuere empirische Ergebnisse zeigen, dass sich Journalisten in ihrem Aufgabenverständnis international immer mehr angleichen und sich in erster Linie als „neutrale Vermittler“ verstehen,⁷³ die gleichzeitig Kritik an Missständen üben.⁷⁴ Sie wollen ihrem Publikum komplexe Sachverhalte erklären und es schnell und präzise informieren.⁷⁵ Damit widersprechen diese Studien früheren Ergebnissen der sog. „Mainzer Schule“, die deutsche Journalisten im Gegensatz zu ihren vorrangig um neutrale Berichterstattung bemühten angelsächsischen Kollegen in erster Linie als „Missionare“ und „Weltverbesserer“ beschrieb.⁷⁶

Wyss unterscheidet neun verschiedene Journalismus-Konzeptionen. In Abb. 02 hebe ich die vier Typen, die nach den neueren Studien für die Mehrheit der Journalisten von zentraler Bedeutung sind, kursiv hervor und stelle sie an den Tabellenanfang:

Abb. 02: Journalismus-Konzeptionen (nach Wyss, kursive Hervorhebung S.L.)⁷⁷

Journalismus-Konzeption	Rollenbild	Eigenschaft	Intention
<i>Informations-Journalismus</i>	<i>Vermittler</i>	<i>passiv</i>	<i>„Realität“ abbilden</i>
<i>Interpretativer Journalismus</i>	<i>Analytiker</i>	<i>aufklärerisch</i>	<i>Orientierung stiften</i>
<i>Anwaltschaftlicher Journalismus</i>	<i>Anwalt</i>	<i>engagiert</i>	<i>Verständnis schaffen</i>
<i>Investigativer Journalismus</i>	<i>Kontrolleur</i>	<i>aktiv</i>	<i>Machtmisbrauch aufdecken</i>
Präzisions-Journalismus	Forscher	wissenschaftlich	Wissenschaftlich erhärtet recherchieren
Literarischer Journalismus	Stilist	sprachbewusst	Sensibilität ausdrücken
Thesen-Journalismus	Agent provocateur	streitlustig	Aufmerksamkeit erwecken
Marketing-Journalismus	Dienstleister	kundenorientiert	Zielpublika zufrieden stellen
Public Journalism	Dialog-Organisator	lösungsorientiert	Lösungen anbieten

⁷³ Vgl. für den deutschsprachigen Raum: Schneider et al. (1993), Weischenberg et al. (1994), Scholl/ Weischenberg (1998), Esser (1998: 89), Donsbach (1999: 509).

⁷⁴ Diese beiden Motive schließen sich in der Realität nicht aus: Kritik zu üben ist nach der Untersuchung von Schneider et al. (1993: 371) sogar ein zentrales Motiv für west- und ostdeutsche Journalisten und rangiert noch vor der Rolle des neutralen Berichterstatters.

⁷⁵ Nach Weischenberg et al. (1994: 65-66) hielten knapp drei Viertel der in ihrer Untersuchung „Journalisten in Deutschland“ Befragten Erklärung und Vermittlung komplexer Sachverhalte für wichtig, als Kritiker von Missständen sahen sich knapp zwei Drittel. Für Benachteiligte in der Bevölkerung wollten sich nur noch 40 % einsetzen. Vgl. dazu auch Schneider et al. (1993).

⁷⁶ Vgl. dazu Donsbach (1996) und Köcher (1985).

⁷⁷ Vgl. Wyss (2001: 275). Einige journalistische Aufgabenverständnisse fehlen in dieser Liste, wie das des Journalisten als 'Pädagogen' (Donsbach 1982) und das des 'Pfadfinders' für neue Ideen oder Themen (Noelle-Neumann 1972), beides zit. nach Kunczik (2001: 165). Kunczik (1986) beschreibt den Typus des *development journalism*, der v.a. Journalisten aus Entwicklungsländern zugeschrieben wird.

Zunehmende Bedeutung hat zudem das Konzept des 'Unterhaltungsjournalismus' erhalten.⁷⁸ Insgesamt wird immer wieder betont, dass die diversen Journalismus-Konzeptionen in der Realität nicht in Reinform vorkommen, sondern pluralistische Rollenvorstellungen überwiegen. Problematisch ist dabei, dass sich die Befunde immer nur auf Selbstauskünfte der befragten Journalisten stützen und nicht direkt aus ihren journalistischen Aktivitäten abgeleitet werden können. Weischenberg et al. definieren den Begriff „Rollenselbstverständnis“ als

„[...] selbstgesteckten Rahmen des Handelns, also die Beobachtung der sich selbst zugeschriebenen Rolle, die jedoch nicht identisch mit der tatsächlich ausgefüllten Rolle oder sogar mit dem konkreten Handeln innerhalb dieser Rolle sein muss.“⁷⁹

Dabei wird davon ausgegangen, dass das Rollenselbstverständnis Ausdruck des beruflichen Handelns oder Voraussetzung für dieses ist. Um die „Handlungsrelevanz“, also die Differenz zwischen Ziel (Rollenaspekt) und Umsetzung (Strukturaspekt) festzustellen, bauten Weischenberg et al. in ihrer Studie drei Mechanismen ein, von denen die ersten beiden auch in dieser Arbeit verwendet werden sollen.⁸⁰ Statt einer binären Antwortvorgabe konnten die Befragten angeben, in welchem Maß ein bestimmtes Rollenselbstverständnis für sie zutrifft. Außerdem sollten sie einschätzen, ob und in welchem Maß sie dieses in ihrem beruflichen Alltag auch tatsächlich umsetzen können. Als weiteres Korrektiv baten Weischenberg et al. die Journalisten um einen in ihren Augen besonders gelungenen Artikel oder Beitrag, der als Handlungsprodukt extern untersucht wurde (Perspektivenwechsel). Eine solche inhaltsanalytische Untersuchung ist sinnvoll, kann jedoch aus forschungsökonomischen Gründen in der vorliegenden Arbeit nicht durchgeführt werden.

Auch bei Auslandskorrespondenten dominiert nach empirischen Studien das Selbstbild des neutralen Vermittlers, wobei es durch die Berichterstattung aus einem 'fremden' Land meist um eine 'erklärende' Dimension erweitert wird und daher einen größeren interpretativen Anteil enthält. Siemes hat drei Extrempole des Spannungsfelds möglicher Ansprüche an die Korrespondententätigkeit mit den folgenden Zielsetzungen identifiziert, die ich in Abb. 03 mit den entsprechenden Konzeptionen und Intentionen von Wyss verknüpfe.⁸¹

⁷⁸ So stimmten in der repräsentativen Studie von Weischenberg et al. (1994: 66) 47,4 Prozent der befragten Journalisten in Deutschland der Aussage zu, dem Publikum solle Unterhaltung und Entspannung geboten werden.

⁷⁹ Vgl. Weischenberg et al. (1994: 60).

⁸⁰ Weischenberg et al. (1994: 65).

⁸¹ Vgl. Siemes (2000: 57).

Abb. 03: Verknüpfung von Korrespondentenansprüchen und Journalismus-Konzeptionen (eigener Entwurf)

Ansprüche an die Korrespondententätigkeit (Siemes) => Intention	Journalismus-Konzeption (Wyss) => Intention
<i>Neutral-faktenorientierte Ansprüche:</i>	<i>Informations-Journalismus</i>
=> „objektive“, „umfassende“ und „ausgewogene“ Weitergabe von Informationen über ein Berichtsland ohne wertende Einschätzungen und Kommentare.	=> eher passiv „Realität abbilden“.
<i>Vermittelnd-erklärende Ansprüche:</i>	<i>Interpretativer Journalismus</i>
=> Vorgänge und Phänomene in anderen Ländern verständlich machen (vermitteln), die den Rezipienten wegen ihrer geringen Kenntnis nicht unbedingt verständlich sind (und deshalb erklärt werden müssen).	=> Orientierung stiften, aufklärerisch analysieren, interpretieren.
<i>Diplomatisch-missionarische Ansprüche (im Folgenden: Anwaltschaftlich-investigative Ansprüche)⁸²:</i>	<i>Anwaltschaftlicher/investigativer Journalismus</i>
=> Änderung eines (vermuteten) Werturteils und die Generierung einer bestimmten Meinung, evtl. beschränkt auf eine bestimmte Gruppe von Rezipienten (z.B. Elite in Politik und Wirtschaft).	=> engagiert Verständnis schaffen/aktiv Machtmissbrauch aufdecken.

Nach den Ergebnissen der vier aktuellsten, auf S. 5 genannten, Studien stellen deutsche Auslandskorrespondenten in Afrika und Polen sowie die Korrespondenten deutschschweizer und niederländischer Medien in erster Linie vermittelnd-erklärende Ansprüche an ihre Arbeit.⁸³ Die Südamerika-Korrespondenten der 1980er Jahre wollen nach Pfeffer Problembewusstsein entwickeln und Vorurteile gegenüber südamerikanischen Ländern abbauen. Sie sehen ihre Aufgabe vor allem in der Vermittlung zwischen den Sichtweisen der Ersten und der Dritten Welt, während die Redakteure in den Heimatredaktionen in erster Linie an neutralen Beobachtern interessiert sind.⁸⁴

Für die vorliegende Arbeit ergeben sich daraus folgende Fragen:

- Inwiefern lassen sich die heutigen Lateinamerika-Korrespondenten der erklärenden Vermittler-Position zuordnen bzw. von welchen anderen Motiven lassen sie sich bei ihrem journalistischen Handeln leiten?
- Inwieweit lässt sich der Anspruch, den die Korrespondenten an ihre Arbeit stellen, nach ihrer Einschätzung auch realisieren?

⁸² Da der Begriff 'diplomatisch-missionarisch' eher negative Assoziationen hervorruft, die dazugehörigen Intentionen aber 'anwaltschaftlich-investigativ' sind, erscheint mir letzterer Begriff passender.

⁸³ Nach Gysin (2000: 85) wollen fast alle deutschschweizer Auslandskorrespondenten komplexe Sachverhalte vermitteln bzw. Hintergründe darstellen. Gleichzeitig sehen sich rund 60% als „Mitgestalter/innen der Völkerverständigung“, die Weltbilder vermitteln. Nach Piel (1999: 165) verstehen sich niederländische Korrespondenten v.a. als „Mitgestalter im politisch-gesellschaftlichen Bereich“ und als „neutrale Beobachter“. Auch Siemes (2000: 135) und Bengelstorff (2001: 90) schlussfolgern, dass Auslandskorrespondenten in Polen bzw. in Afrika in erster Linie vermittelnd-erklärende Handlungsabsichten verfolgen.

⁸⁴ Vgl. Böckelmann (1993: 152).

II.1.5. AUSLANDSKORRESPONDENTEN ALS *GATEKEEPER*

Der Begriff *gatekeeper* (Schleusenwärter, Torhüter) bezeichnet nach White Individuen, die innerhalb eines Massenmediums Positionen innehaben, in denen sie über die Aufnahme bzw. Ablehnung einer potentiellen Kommunikationseinheit (z.B. einer Nachricht) entscheiden können.⁸⁵ Im Prozess der Massenkommunikation findet das *gatekeeping* meist mehrmals hintereinander und auf verschiedenen Stufen statt, in jedem Fall bedeutet es eine Begrenzung der Informationsmenge durch Themenauswahl. Daher entscheiden die Schleusenwärter, „welche Ereignisse zu öffentlichen Ereignissen werden und welche nicht, und tragen damit zur Formung des Gesellschafts- bzw. Weltbildes der Rezipienten bei.“⁸⁶ Im Zentrum der *gatekeeper*-Forschung steht die Frage:

- Welche Faktoren bzw. Eigenschaften des einzelnen Journalisten oder der Medienorganisation beeinflussen die Themenauswahl?

Während in den ersten individualistischen Studien vor allem die persönlichkeitsbedingten Merkmale der Selektion untersucht wurden, entwickelten spätere Studien einen institutionellen Ansatz, bei dem auch die strukturellen Zwänge der journalistischen Arbeit einbezogen wurden. Demnach übernimmt der Journalist als Mitglied einer „Nachrichtenbürokratie“ eher passiv das Angebot der Agenturen, die als die eigentlichen *gatekeeper* angesehen werden.⁸⁷ Auch nach dem kybernetischen Modell von Robinson steuern die Journalisten nicht mehr den Informationsfluss, sondern sind eher passiv in ein Organisationssystem eingebunden, das sich permanent selbst reguliert.⁸⁸

Auch wenn Auslandskorrespondenten ebenfalls in ein System eingebunden sind und von verschiedenen externen Faktoren bestimmt werden, so sind sie durch die geografische Distanz unabhängiger als ein Reporter in der Heimatredaktion. Ihre Berichte können von der Heimatredaktion nicht ohne großen Aufwand überprüft werden, erst recht nicht von den Rezipienten, deren Bild vom Ausland die Korrespondenten entscheidend formen. Insofern muss davon ausgegangen werden, dass Auslandskorrespondenten relativ wichtige *gatekeeper* sind, die darüber entscheiden, welche Informationen aus „ihrem“ Land bzw. Kontinent über die Heimatredaktion, die wiederum *gatekeeping* betreibt, zum Publikum gelangen. Dabei können sie von professionellen und

⁸⁵ White griff das von Kurt Lewin entwickelte *gatekeeper*-Konzept auf und entwickelte es für die Kommunikationswissenschaft weiter. White, David Manning (1950): „The ‘Gate Keeper’: A Case Study in the Selection of News.“ In: Journalism Quarterly 27, 383-390, zit. nach Kunczik (2001: 241-245).

⁸⁶ Kunczik (2001: 242).

⁸⁷ Vgl. Kunczik (2001: 244) zu den Studien von Gieber (1956; 1972).

⁸⁸ Vgl. Kunczik (2001: 244) zur Studie von Robinson (1973), bzw. Lugert (1974: 149).

individuellen Faktoren beeinflusst werden, die sich nach den bisherigen Studien wie folgt zusammenfassen lassen:

Abb. 04: Modell der potenziellen Einflussfaktoren zwischen Auslands-korrespondenten und Medieninhalten (eigener Entwurf)



Für Kluge sind die persönlichen Interessen und Einstellungen „speziell bei Auslandskorrespondenten [...] von erheblichem Gewicht für das Bild, das von den angesprochenen Berichtsgebieten gezeichnet wird“⁸⁹. Diesen Befund bestätigt Piel für die niederländischen Korrespondenten in Deutschland, die bei ihrer Arbeit sehr unabhängig sind und

⁸⁹ Kluge, Herbert (1981): Die Bundesrepublik Deutschland als Objekt der Auslandsberichterstattung. Die Arbeit ausländischer Korrespondenten in der Bundesrepublik, zit. nach: Gysin (2000: 34).

mit ihrer *gatekeeper*-Entscheidung für oder gegen ein Thema maßgeblich zur Wahrnehmung Deutschlands in ihrer Heimat beitragen.⁹⁰ Nach Gysin dominiert das antizipierte Publikumsinteresse weit vor den Wünschen der Abnehmerredaktion oder dem Konkurrenzdruck das Selektionsverhalten deutschschweizer Printkorrespondenten.⁹¹ Insbesondere bei der Berichterstattung aus geografisch entlegeneren oder kulturell fremden Regionen scheint die Dominanz der Nachrichtenagenturen eine große Rolle zu spielen. Nach der Einschätzung deutscher Afrika-Korrespondenten bestimmt die Agenturberichterstattung maßgeblich die Themensetzung und das Auftrags- und Auswahlverhalten der Abnehmerredaktionen.⁹²

Um zu untersuchen, inwiefern die Auslandskorrespondenten in Lateinamerika als *gatekeeper* agieren, müssen folgende Fragen beantwortet werden:

- Wer oder was veranlasst die Korrespondenten üblicherweise, einen Bericht zu verfassen?
- Wie ist das Verhältnis zur Heimatredaktion? Welche Seite ergreift bei der Themenauswahl eher die Initiative?
- Vor dem Hintergrund welcher Überlegungen wählen die Korrespondenten Themen aus und bieten sie ihrer Heimatredaktion an?
- Welche (individuelle, professionelle, politische) Motivation steckt hinter ihrem Selektionsverhalten?

II.1.6. NACHRICHTENFAKTOREN UND SELEKTIONSKRITERIEN – DIE NACHRICHTENWERT-THEORIE

Im Gegensatz zur *gatekeeper*-Forschung setzt die Nachrichtenwert-Theorie nicht bei den Kommunikatoren, sondern in erster Linie bei den Medieninhalten an. Kepplinger betont allerdings das „Zwei-Komponenten-Modell“ der Nachrichtenauswahl, das sich sowohl aus den Selektionskriterien als auch aus den Merkmalen der Objekte, aus denen selektiert wird, zusammensetzt. In der europäischen Forschungstradition wurden diese beiden Aspekte lange Zeit gleichgesetzt und als „Nachrichtenfaktoren“ bezeichnet.⁹³ Der Nachrichtenwert eines Ereignisses ist nach Schulz jedoch nichts anderes als

⁹⁰ Vgl. Piel (1999: 151).

⁹¹ Vgl. Gysin (2000: 75).

⁹² Vgl. Bengelstorff (2001: 115-117).

⁹³ Vgl. Kepplinger (1998: 19-38). Zum Unterschied zwischen europäischer und US-amerikanischen Forschungstradition vgl. Staab (1990: 42).

eine „journalistische Hilfskonstruktion zur Erleichterung der notwendigen Selektionsentscheidungen.“⁹⁴ Daher plädiert Kepplinger für eine stärkere Beachtung der in der bisherigen Forschung vernachlässigten Vorstellungen der Journalisten von der Publikationswürdigkeit der Ereignisse (Selektionskriterien).⁹⁵

Der Begriff der Nachrichtenfaktoren geht auf Galtung und Ruge zurück, die mit einem wahrnehmungspsychologischen Ansatz zwölf Ereignismerkmale auflisteten und den bekannten Nachrichtenfaktoren-Katalog entwickelten:⁹⁶

Abb. 05: Nachrichtenfaktoren nach Galtung/ Ruge⁹⁷

01. Frequenz	Je mehr der zeitliche Ablauf eines Ereignisses der periodischen Erscheinungsweise der Medien entspricht, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass es zur Nachricht wird.
02. Schwellenfaktor	Damit ein Ereignis zur Nachricht wird, muss es eine bestimmte Aufmerksamkeitsschwelle überwinden. Je größer die Intensität eines Ereignisses ist [...], desto eher wird darüber berichtet.
03. Eindeutigkeit	Je klarer und eindeutiger ein Ereignis ist, desto eher wird es als berichtenswert eingestuft.
04. Bedeutsamkeit	Je größer die Tragweite eines Ereignisses [...], desto eher wird das Ereignis zur Nachricht. 'Bedeutsamkeit' kann sich auch auf kulturelle Nähe beziehen.
05. Konsonanz	Je mehr Ereignisse den Erwartungen und Wünschen des Publikums entsprechen, desto eher werden sie zu Nachrichten.
06. Überraschung	Je unerwarteter bzw. seltener ein Ereignis eintritt, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass dieses Ereignis zur Nachricht wird.
07. Kontinuität	Hat ein Ereignis erst einmal die Nachrichtenschwelle überwunden, wird weiter darüber berichtet, auch wenn der Nachrichtenwert [...] absinkt.
08. Variation	Wird das Nachrichtenbild vorwiegend durch bestimmte Ereignisse geprägt (z.B. Innenpolitik), dann haben komplementäre Ereignisse (z.B. Außenpolitik) eine größere Chance, zu Nachrichten zu werden, da sich die Massenmedien um eine ausgewogene Darstellung der Welt bemühen.
09. Bezug zu Elite-Nationen	Ereignisse, an denen mächtige und bedeutende Nationen beteiligt sind, haben einen besonders hohen Nachrichtenwert.
10. Bezug zu Elite-Personen	Ereignisse, an denen mächtige und bedeutende Personen beteiligt sind, haben einen besonders hohen Nachrichtenwert.
11. Personalisierung	Ereignisse, die als Folge des Handelns konkret identifizierbarer Menschen dargestellt werden können, besitzen einen höheren Nachrichtenwert als abstrakte, strukturelle Geschehnisse. [...]
12. Negativismus	Je negativer ein Ereignis ist, desto eher wird es zur Nachricht.

Je mehr dieser Nachrichtenfaktoren ein Ereignis aufweist, um so größer ist der Nachrichtenwert und desto wahrscheinlicher wird es zur Nachricht (Additivitätshypothese).⁹⁸

Nach der Replikationshypothese von Galtung/ Ruge verstärken sich Selektion und Ver-

⁹⁴ Schulz (1990: 30).

⁹⁵ Vgl. Kepplinger (1998: 20), Kunczik (2001: 261).

⁹⁶ Vgl. Galtung/ Ruge (1970: 261-266). Erste Ansätze der Nachrichtenwert-Theorie lassen sich allerdings schon bei Walter Lippmann in „Public Opinion“ (1922) finden, der bei der Benennung von journalistischen Selektionskriterien erstmals den Begriff *news value* verwendete. Vgl. Kunczik (2001: 246-247).

⁹⁷ Vgl. Kunczik (2001: 248). Diese fundamentalen Nachrichtenfaktoren wurden von verschiedenen Forschern weiterentwickelt und teilweise neu formuliert, dies kann jedoch aus Platzgründen hier nicht aufgelistet werden, vgl. Schulz (1990: 32-34), Hagen et al. (1998) und Meckel/ Kamps (1998: 23).

⁹⁸ Galtung/ Ruge entwickelten insgesamt fünf solcher Hypothesen, vgl. Kunczik (2001: 249).

zerrung mit jedem Übermittlungsstadium im Nachrichtenfluss, so dass Auslandsnachrichten als besonders verzerrt gelten können. Diese Annahme bestätigt Schulz:

„Je mehr Stufen im Nachrichtenfluss ein Ereignis durchläuft, desto stärker werden die Merkmale, die seinen Nachrichtenwert bestimmen, akzentuiert; zweifellos haben internationale Nachrichten einen oft sehr viel längeren Übermittlungs- und Verarbeitungsweg als innerdeutsche Meldungen.“⁹⁹

In der internationalen Berichterstattung spielen zudem die Nachrichtenfaktoren 'Personalisierung' und 'Bezug zu Elite-Nationen' bzw. 'Elite-Personen' eine große Rolle, da Journalisten bevorzugt jene Ereignisse auswählen, an denen mächtige, einflussreiche Staaten oder prominente Persönlichkeiten beteiligt sind.¹⁰⁰ Auch der Faktor 'Negativismus' ist kennzeichnend für die Auslandsberichterstattung: Negative Ereignisse besitzen einen hohen Nachrichtenwert, da sie in der Regel die Erfordernisse der 'Frequenz', 'Überraschung' und 'Eindeutigkeit' erfüllen.¹⁰¹ Wenn ein Land nicht unmittelbar in politischer und wirtschaftlicher Hinsicht bedeutsam für das eigene System ist und es keine intensiven kulturellen, politischen oder wirtschaftlichen Beziehungen gibt, so konzentriert sich die Berichterstattung auf wesentliche, herausragende – und meist negative – Ereignisse.¹⁰²

„[...] je entfernter ein Land und je geringer sein Status in der internationalen Mächtehierarchie, desto höher muss der Nachrichtenwert eines Ereignisses sein, um in die internationale Berichterstattung zu gelangen.“¹⁰³

Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass Krisen-Berichterstattung kein spezifisches Merkmal westlicher Nachrichtengebung ist, sondern einen festen Bestandteil der Auslandsberichterstattung eines jeden Mediensystems darstellt.¹⁰⁴ Weltweit hat sich außerdem das Selektionskriterium des 'Regionalismus' herauskristallisiert, wonach jedes nationale Mediensystem zuerst und vorrangig über die eigene Region berichtet.¹⁰⁵ Die internationale Nachrichtengeographie – die medial konstruierte „Weltkarte im Kopf“ – wird zudem weitgehend durch die Nachrichtenfaktoren 'Machtstatus' und 'Intensi-

⁹⁹ Schulz (1990: 99).

¹⁰⁰ Vgl. Abb. 05 bzw. Wilke (1987: 28 bzw. 1998: 42). Diese Faktoren fasst Schulz (1990: 33-34) unter der Dimension 'Status' zusammen.

¹⁰¹ Dies trifft natürlich auch auf die Inlandsberichterstattung zu. Hagen et al. (1998: 62-63) machen darauf aufmerksam, dass 'Negativismus' ein Merkmal von bestimmten Ereignistypen ist, die mit bestimmten Ländermerkmalen korrelieren, während 'Status' und 'Nähe' originäre Merkmale von Ländern sind.

¹⁰² Dies verdeutlicht die Relevanz der Faktordimensionen 'Status' und 'Nähe' nach Schulz (1990: 32-34). Hagen et al. (1998: 79) zeigen allerdings, dass die geografische Nähe (im Gegensatz zum Machtstatus) als Nachrichtenfaktor kaum eine Rolle spielt.

¹⁰³ Schenk (1987: 50). Dies entspricht der „Komplementaritätshypothese“ von Galtung/ Ruge, vgl. Kunczik (2001: 249).

¹⁰⁴ Nach der von der UNESCO 1979 in Auftrag gegebenen „Foreign Images Study“ erfolgt die Nachrichtenauswahl nach universell gültigen Kriterien, wobei das Ungewöhnliche (Katastrophen, Unruhen, Staatsstreich etc.) besonders beachtet wird. Vgl. Kunczik (2001): 428.

¹⁰⁵ An zweiter Stelle rangieren Nachrichten über Westeuropa und den USA, gefolgt von Nachrichten aus den jeweils aktuellen Krisengebieten, vgl. Schenk (1987: 38) bzw. Hagen et al. (1998: 60).

tät ökonomischer Beziehungen' dominiert.¹⁰⁶ Auch der Nachrichtenfaktor 'Ethnozentrismus' beeinflusst weiterhin entscheidend die deutsche Auslandsberichterstattung, wie Schmidt/ Wilke herausstellen:

„Das Ausland ist vor allem dann von Interesse, wenn das Geschehen auch einen Bezug zu Deutschland hat.“¹⁰⁷

Bei der Nachrichtenauswahl handelt es sich jedoch nicht um einen Automatismus, da sich politische Sichtweisen und subjektive Wertvorstellungen in den Selektionskriterien der Journalisten bzw. Redaktionen durchaus niederschlagen. Entgegen früherer Annahmen gehen Kepplinger und Staab davon aus, dass die Nachrichtenwert-Theorie nicht apolitisch ist, sondern ihre Geltung in erheblichem Maße von zeitgeschichtlichen, kulturellen und situativen Faktoren abhängt.¹⁰⁸

„Zu Nachrichtenfaktoren gehören notwendigerweise die journalistischen Selektionskriterien. Sie erst verleihen den Nachrichtenfaktoren ihren Nachrichtenwert. Allein besitzen die Nachrichtenfaktoren überhaupt keinen Nachrichtenwert.“¹⁰⁹

Vor diesem Hintergrund sind die Kriterien, nach denen Auslandskorrespondenten in ihrer spezifischen Situation Themen auswählen, sowie die Gründe für die Entscheidung über die Publikationswürdigkeit dieser Themen von besonderem Interesse:

- Wie beschreiben die Lateinamerika-Korrespondenten ihre eigenen Selektionskriterien?
- Wie lassen sich nach ihrem Empfinden die Selektionskriterien der Heimatredaktion beschreiben?
- Welche Themen lassen sich der Redaktion leicht, welche schwer „verkaufen“?
- Inwieweit achten sie bei der Themenauswahl auf einen „Deutschland-Bezug“?

¹⁰⁶ Mit 'Machtstatus' meinen Hagen et al. (1998: 78-79) die Fähigkeit, durch militärische, wissenschaftliche und wirtschaftliche Macht auf ein anderes Land einzuwirken. Zur Nachrichtengeographie und Veranschaulichung der „fragmentarischen Welt-Bilder“ vgl. Meier (1984) bzw. Kamps (1998).

¹⁰⁷ Schmidt/ Wilke (1998: 176-178).

¹⁰⁸ Schulz (1990: 28-30) hatte zwar schon die „Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien“ betont und war von der These ausgegangen: „Je mehr eine Meldung dem entspricht, was Journalisten für wichtige und mithin berichtenswerte Eigenschaften der Realität halten, desto größer ist ihr Nachrichtenwert.“ Doch erst durch die Ergebnisse der *news bias* –Forschung erhielten die journalistischen Selektionskriterien ihre ursprüngliche Bedeutung für die Konstruktion der „Medienrealität“ zurück. Vgl. zur *news bias*-Forschung Staab (1990: 27 bzw. 93-100) bzw. Gysin (2000: 38) und zur Geltung der Nachrichtenwert-Theorie Kepplinger (1998: 30).

¹⁰⁹ Kepplinger (1998: 20). Statt eines einfachen Kausalmodells, das auf einem eher passivem Reiz-Reaktions-Verhalten beruht, plädiert auch Staab (1990: 96 bzw. 187) für die Ergänzung durch ein Finalmodell, das die Möglichkeit der Instrumentalisierung von Nachrichtenfaktoren beinhaltet.

II.1.7. DIE DEBATTE UM DEN INTERNATIONALEN INFORMATIONSFLUSS

Den Auslandskorrespondenten kommt die Rolle einer „Schlüsselfigur im internationalen Nachrichtenfluss“¹¹⁰ zu. Kritik an der daraus resultierenden Definitionsmacht der westlichen Korrespondenten in der Dritten Welt übten insbesondere viele Entwicklungsländer der Blockfreien Bewegung im Rahmen der Debatte um den internationalen Informationsfluss, die nach der Unabhängigkeit vieler afrikanischer Staaten in den 1960er und 70er Jahren in der UNESCO geführt wurde.

Als einige Ursachen für die negative und oft zusammenhanglose Berichterstattung über die Dritte Welt beklagten sie, dass die Korrespondenten ungenügend für ihren Posten ausgebildet bzw. eingearbeitet seien und dass es generell zu wenige Korrespondenten in der Dritten Welt gäbe, wodurch die Gebiete zu groß für eine adäquate Berichterstattung seien.¹¹¹ Es komme hinzu, dass die Korrespondenten aufgrund ihrer westlichen Sozialisation Schwierigkeiten hätten, Verständnis für die Entwicklungsländer zu entwickeln. Sie orientierten sich an westlichen Nachrichtenwerten, die nicht den Bedürfnissen der Dritten Welt entsprächen. So sei es ihnen kaum möglich, über wichtige Ereignisse ihres Gastlandes zu berichten, wenn diese in den westlichen Medien keinen hohen Nachrichtenwert erzielten.¹¹² Ein weiterer zentraler Kritikpunkt am herrschenden Kommunikationssystem war die dominante Rolle der Weltagenturen (*AP, UPI, AFP, Reuters*) im „einseitigen Nachrichtenfluss“ von Nord nach Süd und die daraus folgende verzerrte Berichterstattung, die sich auf die USA und Westeuropa fokussiert.¹¹³

Anstelle des von den Gründungsstaaten der UNESCO festgelegten Prinzips des freien Informationsflusses (*free flow of information*) forderten die Entwicklungsländer in Anlehnung an die in der UNO diskutierte „Neue internationale Wirtschaftsordnung“ eine „Neue internationale Informationsordnung“ (NIIO)¹¹⁴. Ein zentrales Konzept stellte

¹¹⁰ Der Begriff stammt John T. Mc Nelly (1959), zit. nach Marten (1987: 23).

¹¹¹ Auch Quandt (1987: 141) kommt in seiner Tagungsbilanz zu dem Schluss, dass die Qualität der Berichterstattung als Folge der Arbeitsbedingungen von deutschen Auslandskorrespondenten zu wünschen übrig lasse.

¹¹² Zur zusammengefassten Kritik vgl. Alscheidt-Schmidt (1991: 151 ff.) und Becker (1985: 48-59).

¹¹³ Der globale Vorwurf, die westlichen Nachrichtenagenturen würden systematisch Länder aus der Dritten Welt publizistisch übergehen, kann nach der Studie von Meier (1984: 219) jedoch nicht aufrechterhalten werden. Allerdings stellt Meier Ungleichgewichte fest, so werden die Industrieländer in den Medien der Entwicklungsländer in einem Ausmaß überproportional präsentiert, das realen Austauschbeziehungen nicht entspricht. S.a. Schenk (1987: 39).

¹¹⁴ Die Abkürzungen werden in der Literatur unterschiedlich verwendet. Nach den anfänglichen Forderungen nach einer NIIO wird später v.a. von westlichen Industrieländern der Begriff „Neue Weltinformations- und Kommunikationsordnung“ (NWIKO, NOMIC, NWICO) geprägt. Vgl. Meier (1984: 5). bzw. Breunig (1996: 72).

das dialogorientierte „Recht auf Kommunikation“ dar, das das Recht auf Teilnahme an der öffentlichen Kommunikation betont.¹¹⁵ „Ein freier Fluss und eine umfassendere und besser ausgewogene Verbreitung von Informationen“ (*free and balanced flow of information*) wurden letztendlich als Ziele festgelegt, womit nach zehnjähriger kontroverser Debatte ein Kompromiss zwischen westlichen, südlichen und östlichen Positionen geschlossen werden konnte.¹¹⁶

Als praktische Folge dieser Debatte wurden mit internationaler Unterstützung alternative „Dritte Welt Agenturen“ gegründet, z.B. 1964 *IPS (Inter Press Service)* und 1983 *ALASEI (Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información)*.¹¹⁷ Hintergrundberichte, Analysen und Features zu Themen wie politischer und sozialer Entwicklung, kultureller Identität und Integration Lateinamerikas stehen im Vordergrund dieser Dienste, die die Berichterstattungslücken der großen Nachrichtenagenturen füllen sollen. Noch relativ jung ist *NPLA (Nachrichtenpool Lateinamerika)*¹¹⁸, der 1989 entstand und mittlerweile drei verschiedene Dienste anbietet: *poonal*, ein wöchentliches, per E-mail vertriebenes Bulletin, das Hintergründe v.a. zu Menschenrechts- und Umweltthemen auf deutsch aufbereitet, *npl*, ein Service, der 15-20 deutschsprachigen Tages- und Wochenzeitungen in Europa Artikel anbietet und *onda*, ein Radioprojekt, das über freie und professionelle Radiosender in Deutschland „basisnahe“ Berichte aus Lateinamerika verbreitet. Die Informationen stammen aus einem Netzwerk von kleinen, unabhängigen Nachrichtenagenturen in diversen lateinamerikanischen Ländern. Damit verfolgt auch dieser Nachrichtenpool das Ziel, den Informationsfluss von Süd nach Nord zu verstärken, eine kontinuierliche Berichterstattung aus der Perspektive von lateinamerikanischen Journalisten zu gewährleisten und ein differenzierteres Bild des Subkontinents zu formen.

Seit dem Zusammenbruch des Ostblocks 1989 ist die UNESCO-Diskussion um die NIIO endgültig beendet.¹¹⁹ Das westliche Konzept des *free flow of information* hat sich

¹¹⁵ Damit geht es über die „klassischen Kommunikationsfreiheiten“ (Rede-, Presse-, Informations- und Versammlungsfreiheit) hinaus. Vgl. MacBride, Sean (1981: 222) bzw. Meier (1984: 22-25).

¹¹⁶ Zu den Details der „UNESCO-Mediendeklaration“ von 1978 vgl. Breunig (1998: 370).

¹¹⁷ Die „non profit“-Kooperative *IPS* war ursprünglich auf Lateinamerika spezialisiert und weitete 1971 ihre Berichtsgebiete auf Afrika, Asien und den Mittleren Osten aus. Vgl. www.ipsglobal.net [02.09.2002] bzw. Heyn/Uekermann (1984) sowie Giffard (1998). Zu *ALASEI* vgl. Weller (1987).

¹¹⁸ Wissenschaftlich hat *NPLA* bisher nur Beachtung bei Longin/ Wilke (1993: 296) gefunden, daher wird der Pool an dieser Stelle kurz vorgestellt. Die Informationen darüber beruhen auf Aussagen von Gerold Schmidt, dem deutschen Ansprechpartner des Nachrichtenpools in Mexiko, der den Informationstransfer von Lateinamerika nach Deutschland organisiert und den die Autorin zum persönlichen Gespräch in Mexiko traf. S.a. www.npla.de [02.09.2002].

¹¹⁹ Eine Entideologisierung der Debatte setzte schon Mitte der 80er Jahre ein, als die USA 1984 und Großbritannien 1986 aus Protest gegen die NIIO aus der UNESCO austraten. Großbritannien ist seit Mitte der 90er Jahre wieder Mitglied. Vgl. Breunig (1996: 83) sowie Meckel (2001: 94).

weitgehend durchgesetzt, so dass sich die heutige UNESCO-Medienpolitik vor allem auf praktische Medienhilfe regionaler Initiativen in Entwicklungsländern konzentriert, die zur Demokratisierung und zu einer gleichmäßigen Verbreitung von Informationen in allen Teilen der Welt beitragen soll.¹²⁰ Breunig kommt jedoch zu dem Schluss, dass praktisch verwertbare Handlungsanweisungen ausbleiben und die Entwicklungsländer durch den Ausstieg vieler Industrieländer aus den multilateralen Medienhilfsprogrammen wieder zu alten NIIO-Forderungen zurückkehren könnten.¹²¹

Auf der Ebene von Nichtregierungsorganisationen wird die Debatte um den Informationsfluss indes seit den Tagungen des „Weltsozialforums“ im Januar 2001 und 2002 im brasilianischen Porto Alegre intensiv weiter geführt. Die zivilgesellschaftlichen Akteure kritisieren die allgemeine Wahrnehmung der Information als eine auf dem Markt zu verkaufende Ware und streben eine grundlegende „Demokratisierung der Kommunikation“ an.¹²² Drei Monate nach dem 11. September 2001 haben auch internationale Medienexperten und -herausgeber die unbefriedigende Krisenberichterstattung kritisiert und sich für die Schaffung eines „*new global public TV*“ ausgesprochen,

*"[...] that serves the public interest of the peoples of the world along the lines of a truly independent public broadcaster, controlled by a board broadly representative of the global population. Such a service would be credible for the majority of world citizens, create space for global dialogue and help to bridge real and perceived gaps between continents and cultures."*¹²³

Im Kontrast dazu argumentiert Schenk in ihrer Meta-Analyse der empirischen Nachrichtenfluss-Studien aus dem Jahr 1987 explizit mit der „Marktabhängigkeit“ der Nachricht:

*„Tatsächlich steht hinter dem Wunsch nach einem „balanced flow“ eine etwas naive Vorstellung vom Wesen der Nachricht. [...] Die geforderte „Chancengleichheit“ der Länder in Bezug auf den ihnen zuzumessenden Anteil an der internationalen Berichterstattung kann infolge der unterschiedlichen politischen Bedeutung der Staaten als realitätsfremd betrachtet werden.“*¹²⁴

¹²⁰ Das *International Programme for the Development of Communication (IPDC)* ist jedoch auf freiwillige Spenden der UNESCO-Mitgliedsstaaten angewiesen, vgl. Breunig (1998: 375). Die wachsende Kluft zwischen Informationsbesitzenden in den reichen Ländern und „Habenichtsen“ in den ärmeren Ländern (*digital divide*) und die zunehmende Medienkonzentration bezeichnet die UNESCO als Probleme, die die neuen Technologien mit sich bringen. Vgl. www.unesco.org/webworld/ und www.unesco.de [02.09.2002].

¹²¹ So werde zwar im UNESCO-Bericht „Unsere kreative Vielfalt“ (1996) z.B. vorgeschlagen, Satellitenfrequenzen nicht mehr kostenlos privaten Satelliten- und Medienanbietern zur Verfügung zu stellen, sondern im öffentlichen Interesse eine Gebühr zu erheben, mit der dann alternative oder öffentlich-rechtliche Rundfunk- und Medienprojekte finanziert werden sollten. Breunig (1998: 374) kritisiert allerdings, dass der Bericht über die praktische Durchsetzung dieses Vorschlags nichts aussagt.

¹²² Vgl. www.portoalegre2003.org/publicue/ [02.09.2002]. Als praktisches Beispiel einer „Alternative gegen den Marktjournalismus“ gründeten die NGOs für die Zeit des Weltsozialforums ein Internetforum für kritischen Journalismus: www.ciranda.net/publicue/ [02.09.2002], s.a.: McChesney/ Nichols (2002).

¹²³ Vgl. www.fes-geneva.org/reports/peacekeeping_report.htm [02.09.2002]. Zur Medienberichterstattung nach dem 11. September s.a. Baum/ Fischer (2001).

¹²⁴ Schenk (1987: 51).

Neuere empirische Studien bestätigen, dass die internationale Berichterstattung die machtpolitischen Verhältnisse der Welt darstellt. Demnach gibt es – ebenso wie in den 70er Jahren kritisiert – „Nachrichtenzentren“ (USA, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Russland), über die konstant berichtet wird und „Nachrichtenperipherien“, Länder, über die nur punktuell und eher zufällig berichtet wird.¹²⁵ Im 1999 veröffentlichten „MacBride Update“ konstatieren die Herausgeber sogar ein „New World Disorder“:

*„In general however, technological resources are now so unevenly distributed that the gap between North and South seems almost unbridgeable [...]“*¹²⁶

Eine ausgeglichene Informationsgesellschaft strebt auch der *World Summit on the Information Society* (WSIS) an, der auf Beschluss der UN-Generalversammlung vom Dezember 2001 im internationalen Zusammenspiel mit staatlichen, privaten und zivilgesellschaftlichen Akteuren 2003 in Genf und 2005 in Tunis stattfinden soll.¹²⁷

¹²⁵ Kamps (1998: 291-293) unterscheidet außerdem „Nachrichtennachbarn“ (Länder wie Japan oder Italien, die mit einiger Permanenz in die Berichterstattung eingebunden werden) und „thematische Nachrichtennachbarn“ (Länder, die noch relativ häufig integriert werden, dies aber v.a. durch besondere Themen oder Ereignisse). Zu weiteren Studien, die einen ungleichgewichtigen Nachrichtenaustausch zwischen Peripherie und Zentrum feststellen, vgl. Kunczik (2001: 431-433).

¹²⁶ Vincent, Richard C. / Nordenstreng, Kaarle / Traber, Michael (Hrsg.) (1999): „Towards Equity in Global Communication. MacBride Update“, Cresskill, zitiert nach Kunczik (2001: 426).

¹²⁷ Weitere Informationen: www.itu.int/wsisis/index.html [02.09.2002].

II.2. STANDORT LATEINAMERIKA

Kollektiv von Lateinamerika zu sprechen bedeutet eine grobe Vereinfachung der mehr als 30 Länder mit ihren unterschiedlichen kulturellen, historischen, sprachlichen, politischen und ökonomischen Verhältnissen.¹²⁸ Dennoch wird der Begriff in dieser Arbeit verwendet, da er die geografische Einteilung der Welt aus Sicht der Medien („unser Lateinamerika-Korrespondent“) sowie die außenpolitischen Beziehungen zwischen „Deutschland und Lateinamerika“ berücksichtigt und sich in Kultur-, Politik- und Wirtschaftswissenschaften durchgesetzt hat.¹²⁹ Nicht zuletzt begreifen sich die Lateinamerikaner selbst in vielfacher Hinsicht nach außen als *comunidad* („*nosotros los latinos*“)¹³⁰.

Als zentrale Besonderheit weist das Berichterstattungsgebiet Lateinamerika auf, dass der Subkontinent seit seiner „Entdeckung“ immer auch als Projektionsfläche für europäische Phantasien fungierte. Inwiefern dies das wahrgenommene Bild von Lateinamerika beeinflusst, wie sich das Korrespondentenwesen dort entwickelte und wie deutsche Medien über Lateinamerika berichten, wird im Folgenden dargestellt.

II.2.1. DER SUBKONTINENT ALS PROJEKTIONSFLÄCHE FÜR EUROPÄISCHE PHANTASIEN

*„Sie sind die besten Menschen der Welt und viel gesünder ...
sie lieben ihre Nächsten wie sich selbst... sie sind treu und ohne Habsucht“¹³¹*

In Kolumbus' begeisterter Beschreibung der ersten Einwohner, die er in der Karibik „entdeckte“ und entsprechend seiner Vorstellung, in Indien gelandet zu sein, prompt „indios“ nannte, schwingt schon mit, was sich bis heute fortsetzt: Der amerikanische

¹²⁸ Nach meiner Zählung gehören zu Lateinamerika und der Karibik (die im Folgenden ebenfalls unter dem Begriff Lateinamerika subsumiert werden soll) 33 Länder und 17 abhängige Inselterritorien. Zur Zählung der karibischen Inseln vgl. Nohlen/ Nuscheler (1995: 308). Lateinamerika macht knapp ein Sechstel der Erdoberfläche aus und beherbergt rund ein Zwölftel der Weltbevölkerung, vgl. Wilke (1987: 9).

¹²⁹ Vgl. Mols/ Wagner (1994), Wilke/ Quandt (1987) bzw. ADLAF (Arbeitsgemeinschaft Deutsche Lateinamerika-Forschung, vgl. www.adlaf.de [02.09.2002]). Der Begriff 'Lateinamerika' umfasst mittlerweile neben den iberischstämmigen Ländern auch Staaten mit britischer und niederländischer Kolonialgeschichte. Zu den wichtigsten Gemeinsamkeiten der Länder Lateinamerikas zählt Esser (1999: 263) die gleichzeitige Stabilität der Machtstrukturen und Heterogenität der Gesellschaftssegmente.

¹³⁰ Vgl. Mols (1994: 8). Trotz einiger Tendenzen zur Regionalisierung bedeutet dies jedoch nicht, dass die Integration innerhalb des sehr heterogenen Lateinamerikas weit vorangeschritten ist. Im Gegenteil beklagt Rouquié (1998: 16), dass die lateinamerikanischen Nationen mit dem Rücken zueinander stehen und jede für sich entschlossen nach Europa oder Nordamerika schaut.

¹³¹ Christoph Kolumbus im Jahr 1492 bei seiner ersten Begegnung mit den *Indígenas*: „Son la mejor gente del mundo y más sana... aman a sus prójimos como a sí mismos... son fieles y sin codicia a lo ajeno“, in: Panesso (1981: o.S.)

Kontinent war seit jeher, selbst als er noch für Indien gehalten wurde, eine Projektionsfläche für europäische Wünsche und Phantasien.

„Die Analyse der Bilder von Amerika zeigt, dass positiv oder negativ besetzte Vorstellungen und Entwürfe unserer eigenen Gesellschaft immer wieder auf „Amerika“ projiziert worden sind.[...] Die Suche nach den Bildern von Amerika führt deshalb unvermutet in die Innenwelt europäischen Bewusstseins.“¹³²

Diese Projektion wird einzigartig durch die hoffnungsvolle Metapher „Neue Welt“ verkörpert, mit der die ersten spanischen Entdecker nicht nur das neu entdeckte Land und die leuchtenden Farben der üppigen Natur mit ihren besonderen Menschen assoziierten, sondern auch und vor allem Gold und Reichtum für sich und ihr Königreich.¹³³ Zahlreiche Legenden rankten sich um *el dorado* und ließen immer wieder Expeditionen auf der Suche nach dem König der legendären, goldreichen Stadt Manoa in See stehen.¹³⁴

Die Mythen, die die Europäer im 16. Jahrhundert auf den neuen Kontinent projizierten, stammten aus der Antike oder der Bibel und waren neben der verheißungsvollen Vorstellung Amerikas als irdischem Paradies im „Goldenen Zeitalter“¹³⁵ auch negativ geprägt: Mit seinen Aussagen über Kannibalismus und sexuelle Promiskuität konnte der Brief des italienischen Seefahrers Amerigo Vespucci das Sensationsbedürfnis der europäischen Leser stärker befriedigen als die eher nüchternen Berichte des Kolumbus.¹³⁶ An die Stelle des sanften, edlen und naturverbundenen Wilden trat das Bild des verabscheuungswürdigen, heidnischen Menschenfressers, den es zu bekehren, unterwerfen und auszurotten galt.¹³⁷ Zum Sinnbild des neu entdeckten Kontinents wurde die nackte, männermordende „America“:

„Dieses Schreckensbild der nackten, verführerischen Menschenfresserin ist ein kollektives Phantasiegebilde, mit dessen Hilfe der alte Kontinent die Erfahrung des Neuen im Rekurs auf überlieferte Motive der eigenen Mythologie bewältigte. Solche Bilder von Amerika [...] sagen daher mehr über ihre Urheber, ihre Ängste und Phantasien aus als über die Menschen in den neu gefundenen Territorien.“¹³⁸

¹³² Vgl. das Vorwort von Hans Bohrmann in Mesenhöller (1992a: 7).

¹³³ Mesenhöller (1992a: 11) zitiert hierzu Carlo Ginzburg und merkt an: „Die Metapher ‘neue Welt’ glitt dabei vom geografischen in den sozialen Kontext hinüber: Nacktheit und sexuelle Freiheit, Fehlen des Privateigentums und jeder sozialen Differenzierung vor dem Hintergrund einer außergewöhnlich fruchtbaren und einladenden Natur‘ waren nicht nur amerikaspesifische Topoi, sondern feste Bestandteile auch einer eigenen gesellschaftlichen Utopie, deren historische Bedeutung auch für die folgenden Jahrhunderte kaum zu überschätzen ist.“

¹³⁴ Manoa, das die Spanier *el dorado* nannten, beschrieb der englische Pirat Walter Raleigh nach seiner Rückkehr aus Südamerika im Jahr 1595, vgl. Panesso (1981).

¹³⁵ Seit der Antike wurde eine angebliche paradiesische Vorzeit, in der die Menschen untereinander und mit der Natur in harmonischer Eintracht lebten, als solches bezeichnet. Vgl. Bitterli (1991: 377).

¹³⁶ Vgl. Mesenhöller (1992: 10-12) sowie Brednich (1992: 25).

¹³⁷ Generell ist darauf hinzuweisen, dass ein ritueller Kannibalismus bei den indigenen Völkern Südamerikas in der heutigen Ethnologie bestritten wird. Vgl. Mesenhöller (1992: 29).

¹³⁸ Vgl. Brednich (1992: 30).

Selbst den indianischen Hochkulturen wie den Azteken wurden grauenhafte Kinderopfer unterstellt, um die spanischen Gräueltaten vor der europäischen Öffentlichkeit zu rechtfertigen.¹³⁹ Erst allmählich führten die Schrift von Bartolomé de las Casas und die Verbreitung der antispanischen *leyenda negra* in Europa dazu, das Bild des grausamen Kannibalen zu modifizieren und zunehmend durch die Vorstellung des „Edlen Wilden“ zu ersetzen, die sich Ende des 18. Jahrhunderts im Zuge der Aufklärung durchsetzte.¹⁴⁰ Der in Europa einsetzende philosophische Disput über „Edle Wilde“ oder „Barbaren“ zeigt jedoch, dass auch die Intellektuellen mit ihren rivalisierenden Konzepten zwischen Europamüdigkeit und Fortschrittsglauben weniger über Amerika als über Europa debattierten.¹⁴¹ Erst mit der sogenannten „zweiten Entdeckung Lateinamerikas“ durch Naturforscher wie Alexander von Humboldt wurden die vorherrschenden autoritativ verbreiteten Bilder kritisiert und korrigiert.¹⁴² Im 19. Jahrhundert verstärkte sich der Realitätsbezug zwar durch das wachsende wirtschaftliche Interesse am amerikanischen Kontinent, der allerdings von nun an vor allem mit Nordamerika gleichgesetzt wurde.¹⁴³ Außerdem wurde die überseeische Fremde im aufkommenden Exotismus von europamüden Restaurationskritikern weiterhin idealisiert.¹⁴⁴

Insofern ist das Lateinamerika-Bild seit jeher sehr ambivalent gewesen und es stellte insbesondere einen Gegenentwurf zur eigenen europäischen, oft als bedrückend oder dekadent erfahrenen Wirklichkeit dar:

„Nicht wie sie WAR, sondern wie sie sein SOLLTE, bestimmte das Bild von der 'neuen' Welt“ (Hervorhebung im Original)¹⁴⁵

Diese „schön geträumte[n] Bilder“¹⁴⁶ waren – neben materieller Not in Europa – ein starker Auslöser für die europäischen Emigrationswellen, die in verschiedenen Schüben erfolgten.¹⁴⁷ Viele Migranten erhofften sich ein besseres Leben und mehr Entfaltungsmöglichkeiten in der verlockenden „Neuen Welt“.¹⁴⁸ Im 20. Jahrhundert wurde Latein-

¹³⁹ Vgl. Brednich (1992: 28). Zum Aufbau von Feindbildern s.a. Kunczik (1999b, 1990) bzw. Giffard/ Rivenburgh (2000).

¹⁴⁰ Die „Schwarze Legende“ bezeichnet eine im frühen 16. Jh. von Italien ausgehende Kampagne, die das grausame Vorgehen der Spanier in ihren Kolonien anprangerte. Vgl. Diehl (1994: 17) bzw. Las Casas (1981).

¹⁴¹ Vgl. Siebenmann (1992: 4-5) bzw. Bitterli (1991: 367-376).

¹⁴² Vgl. Siebenmann (1992: 5).

¹⁴³ So betraf das wirtschaftliche Interesse sowie der Großteil der Auswanderung vor allem Nordamerika, das nach der Revolution 1774 als Regenerationsraum Europas fungierte. Vgl. Garber (1992: 54).

¹⁴⁴ Vgl. Siebenmann (1992: 6).

¹⁴⁵ Mesenhöller (1992a: 9).

¹⁴⁶ Mesenhöller (1992b: 92).

¹⁴⁷ Von den deutschen transatlantischen Auswanderern des 19. Jahrhunderts hatten zwar nur 10 Prozent Lateinamerika zum Ziel, doch sie hatten großen Einfluss auf die lateinamerikanischen Gesellschaften. Vgl. zu den verschiedenen Auswanderungswellen Diehl (1994: 25-30).

¹⁴⁸ S.a. Siebenmann (1992: 7).

amerika erneut zum Fluchtziel deutscher Exilanten, die vor den Nationalsozialisten flohen. Auch viele Nazis richteten sich dort später eine zweite Heimat ein, um den Nürnberger Prozessen zu entkommen.¹⁴⁹

In den 1950er und 60er Jahren wurde Lateinamerika zum Versuchslabor für die praktische Durchführung von Entwicklungstheorien, die in den Industrieländern des „Nordens“ entstanden waren.¹⁵⁰ Spätestens mit der vom US-amerikanischen Präsidenten John F. Kennedy 1961 ausgerufenen „Allianz für den Fortschritt“ sollten nach dem Sieg Fidel Castros in Kuba weitere Revolutionen in der westlichen Hemisphäre verhindert werden. Gleichzeitig prägte die kubanische Revolution und die mythische Figur Che Guevara die Revolutionsromantik einer ganzen Generation in Westeuropa, die insbesondere mit dem weltweit ersten demokratisch gewählten sozialistischen Präsidenten Salvador Allende in Chile eine große Hoffnung verband. Dem entsprach das beträchtliche Interesse der europäischen Öffentlichkeit an den sogenannten Stellvertreterkriegen, die seit dem Putsch von Pinochet und den anderen lateinamerikanischen Militärdiktaturen in den 70er und 80er Jahren vor dem Hintergrund des Kalten Krieges stattfanden. So berichtet der erste *ARD*-Fernsehkorrespondent in Lateinamerika, Wolf Grabendorff, von – journalistisch gesehen – „paradiesischen Zuständen“ Anfang der 70er Jahre, in denen er alle zehn Tage („über Politik und Wirtschaft, Lifestyle war damals nicht in Mode“) für die *Tagesschau* und mindestens einmal im Monat für den *Weltspiegel* berichten konnte:

„Lange Zeit, vor allem in den 70er und 80er Jahren, wurde Lateinamerika als ein Experimentierfeld für soziale und politische Entwicklungen betrachtet. Seit Mitte der 90er Jahre wird Lateinamerika als Normalfall angesehen – es ist nicht mehr der Vulkan, kein Experimentierfeld mehr. Deshalb ging das Interesse runter.“¹⁵¹

Der Schauplatz der Konflikte war damals Lateinamerika, doch das westeuropäische Interesse wurde vielfach geleitet durch den Streit der Ideologien im Ost-West-Konflikt, der „vor der eigenen Haustür“ im geteilten Europa stattfand. Die westdeutsche Solidaritätsbewegung für die mittelamerikanischen revolutionären Guerillagruppen prägte z.B. das Selbstbewusstsein der 1979 in Berlin gegründeten *taz – die tageszeitung*.

¹⁴⁹ Vgl. Meding (1992).

¹⁵⁰ Dabei sind insbesondere die Wachstums- und Modernisierungstheorien von Rosenstein-Rodan und Rostow zu erwähnen, mit denen staatliche Entwicklungskeynesianisten versuchten, „unterentwickelte“ Regionen durch geplante Industrialisierung zu modernisieren. Vgl. Menzel (1993: 131-155) bzw. Martiussen (1997: 56-72).

¹⁵¹ Telefongespräch der Autorin mit Wolf Grabendorff am 14.08.2001, s. Anhang C.

„Das neue, sich schnell verbreitende Lateinamerikabild war nun das einer Region, wo Revolutionen noch tatsächlich stattfinden. Für die 68er Jugend und für viele Linksintellektuelle in Europa wurden die Lateinamerikavorstellungen schroff verkürzt auf das eine, vereinfachte Makroimagotyp des Opferkontinents, wo sich die Entrechteten in der Hoffnung auf eine Sozialutopie gewaltsam und erfolgreich zur Wehr setzen.“¹⁵²

Nach Siebenmann lassen sich die zahlreichen auf Lateinamerika projizierten „Imagotyphen“ insgesamt auf mindestens zehn Großraster zuordnen: Die Projektion antiker und biblischer Mythen, die Paradiesvorstellung, die Utopie, die Schwarze Legende, El Dorado, die monströse Wirklichkeit, die überwältigende Natur, der Gute Wilde, der bessere Amerikaner, der Opferkontinent und schließlich das Basisparadigma der Alterität (Andersheit), die sowohl bewundernde als auch verachtende Reaktionen hervorruft.¹⁵³

Seit dem vieldiskutierten „Ende der Dritten Welt“ und dem „Scheitern der Großen Theorien“ nach 1989 wurde Lateinamerika einerseits durch den neu zu „entdeckenden“ Raum in Osteuropa aus dem Fokus der Berichterstattung verdrängt.¹⁵⁴ Andererseits haben die Demokratisierungsprozesse in vielen lateinamerikanischen Ländern dazu geführt, dass die Berichterstattung sich „normalisiert“ hat und insgesamt weniger politische Projektionen auf den Subkontinent geworfen werden:¹⁵⁵ Heutzutage wird Lateinamerika von Europäern oft als Ort der ursprünglichen Lebensfreude, Leidenschaft und des „wahren“, naturverbundenen Lebens verherrlicht, im Gegensatz zu dem meist als sehr organisiert und technologisch empfundenen Leben in Europa.¹⁵⁶ Insofern wurden die einzelnen „Dias im europäischen Projektor“ im Laufe der Zeit ausgetauscht, doch die transkontinentalen Projektionen dauern weiter an.

Daraus ergeben sich folgende für die Untersuchung interessante Fragen:

- Welches Bild von Lateinamerika herrscht nach Ansicht der heutigen Auslandskorrespondenten in der deutschsprachigen Öffentlichkeit vor?
- Welche Inhalte wollen die Korrespondenten in ihren Berichten vermitteln, um das Lateinamerika-Bild möglichst differenziert zu formen?

¹⁵² Siebenmann (1992: 9).

¹⁵³ Siebenmann (1992: 3).

¹⁵⁴ Vgl. Nohlen/ Nuscheler (1993) bzw. Menzel (1991).

¹⁵⁵ Ausnahmen sind z.B. die Sympathie der europäischen Intellektuellen mit den Zapatistas in Mexiko oder die wiederholte Auswahl der brasilianischen Stadt Porto Alegre zum Tagungsort des „Weltsozialforums“.

¹⁵⁶ Brasilien wird beispielsweise immer noch als das Land des Fußballs, des Karnevals und des Kaffees wahrgenommen. Das zeigen die Ergebnisse einer Umfrage des brasilianischen Meinungsforschungsinstituts Sensus im November 2001, für die knapp 9.000 Menschen aus 22 Ländern zu Brasilien befragt wurden. Die Hauptattraktionen Brasiliens sind demnach Sonne, Strand und Natur. Vgl. Oliveira (2001: 11). Auch das spätestens seit dem Kino-Erfolg von Wim Wenders' „Buena Vista Social Club“ enorm gestiegene Interesse an kubanischer Musik in Deutschland und Frankreich weist in diese Richtung, in der sich Europäer an der „ursprünglichen“ Musik von in Würde gealterten, achtzigjährigen kubanischen Herren erquicken.

II.2.2. ENTSTEHUNG DES KORRESPONDENTENWESENS IN LATEINAMERIKA

Auch wenn die ersten Reiseberichte erheblich das europäische Lateinamerika-Bild formten, war die Art dieser Berichterstattung eher von Zufälligkeiten bestimmt. Von einem Korrespondentensystem kann erst seit der Gründung der Nachrichtenagenturen im frühen 19. Jahrhundert gesprochen werden, die mit dem Kartellvertrag von 1870 die Welt in fest umrissene Berichterstattungsgebiete aufteilten.¹⁵⁷

Lateinamerika gehörte neben Italien, Spanien, Portugal, Frankreich und dessen Kolonien zum Einflussgebiet der französischen Agentur *Havas*. *Reuters* sicherte sich das britische Imperium, Holland und die dazugehörigen Kolonien sowie den Fernen Osten, während sich die deutsche Agentur *Wolff* auf den kontinental-europäischen Bereich beschränkte.¹⁵⁸ Heute wird der lateinamerikanische Nachrichtenmarkt durch die drei großen Weltagenturen *Associated Press (AP)*, *Reuters* und *Agence France Press (AFP)* dominiert, die die Nachfolge von *Havas* antrat und sich schnell wieder eine starke Stellung aufbaute.¹⁵⁹ Von großer Bedeutung ist auch die spanische *EFE*, die sich als meistbenutzte Agentur in Lateinamerika und als Sprachrohr der spanischsprachigen Welt bezeichnet.¹⁶⁰ Die *Deutsche Presseagentur (dpa)* ist mit drei entsandten Korrespondenten für den deutschsprachigen Dienst (Buenos Aires, Rio de Janeiro, Mexikostadt) und 31 Mitarbeitern des spanischsprachigen Dienstes in verschiedenen Ländern Lateinamerikas vertreten. Trotz des im Vergleich zu anderen Entwicklungsländern traditionell gut entwickelten Zeitungswesens in Lateinamerika und der frühen Gründung von Nachrichtenagenturen in den einzelnen Ländern (1900 Argentinien, 1928 Mexiko, 1931 Brasilien, 1940 Venezuela, 1945 Chile und Uruguay) erlangten diese nie eine Bedeutung über ihr eigenes Land hinaus.¹⁶¹

Neben den Agentur- und Zeitungskorrespondenten berichteten seit den 1930er Jahren auch Hörfunkkorrespondenten, zunächst aus den USA, nach Deutschland.¹⁶²

¹⁵⁷ Die erste deutschsprachige Zeitung aus Lateinamerika stammt aus dem frühen 16. Jahrhundert. Vgl. Wilke/ Schenk (1987: 16-20). Als erste Nachrichtenagentur wurde 1835 *Havas* (später: *Agence France Press, AFP*) in Paris gegründet, 1848 folgte die Vorgängerin von *Associated Press (AP)* in New York und 1849 das *Wolffsche Telegrafnbüro* in Berlin. *Reuters* eröffnete 1851 sein Büro in London. Vgl. Mattelart (1998: 30), Schulz (1996: 314), Zschunke (1994: 11-29).

¹⁵⁸ Das Kartell wirkt teilweise bis heute auf die Weltnachrichtenströme, obgleich es durch die Expansion der US-amerikanischen Agenturen *Associated Press (AP)* und die Vorläufer von *United Press International (UPI)* in den 1930er Jahren endgültig aufgebrochen wurde, die auch zunehmend den lateinamerikanischen Markt beherrschten. Vgl. Longin/ Wilke (1993: 287), Mattelart (1998: 48), Boyd-Barrett (1998: 31) sowie Höhne (1987).

¹⁵⁹ *UPI* gehörte lange Zeit ebenfalls zu den „großen Vier“ in Lateinamerika, geriet seit den 1970er Jahren allerdings zunehmend in finanzielle Schwierigkeiten. Vgl. Longin/ Wilke (1993: 288 ff.)

¹⁶⁰ Vgl. Boyd-Barrett (1998: 32).

¹⁶¹ Vgl. Höhne (1987: 91).

¹⁶² Für Plog (1987: 17) ist der 4.9.1931 die „Geburtsstunde für ein deutsches Rundfunkkorrespondenten-netz“, da der *Deutschlandsender* die Reihe „Worüber man in Amerika spricht“ erstmalig ausstrahlte.

Auch die ersten „Bilder aus der Neuen Welt“ drehte der Reporter Peter von Zahn seit 1955 für eine *NWDR*-Filmreihe in den USA.¹⁶³ Für die Südamerika-Berichterstattung gründete die *ARD* 1972 ein Studio in Buenos Aires, 1982 folgte eines in Mexiko-Stadt, das seitdem für Mittelamerika, die Karibik und das nördliche Südamerika zuständig ist. Anstatt eigene Korrespondenten zu entsenden, kaufte das *ZDF* zunächst Berichte der Produktionsfirma *Windrose* an, die wiederum von Zahn gehörte. Er beschäftigte Kollegen in Caracas und Rio de Janeiro, aus dieser Struktur heraus entstanden dort die *ZDF*-Studios.¹⁶⁴ 1996 wurde das Studio in Caracas nach Mexiko-Stadt verlegt, im März 2001 „aus wirtschaftlichen Gründen“ endgültig geschlossen.¹⁶⁵ Seitdem ist das *ZDF*-Studio in Rio de Janeiro für ganz Lateinamerika zuständig, die Karibik wird von Miami aus betreut.

Der Standort für einen Korrespondentsitz wurde oft eher zufällig nach Kriterien wie persönlichen Kontakten, politischer Situation, Infrastruktur und dem Vorhandensein eines „guten Presseklimas“ sowie anderer Auslandskorrespondenten gewählt. Zu günstigen Beobachtungsorten zählen traditionell Mexiko-Stadt für Mittelamerika und Buenos Aires für Südamerika. Als die Pressepolitik jedoch unter der argentinischen Militärdiktatur Mitte der 1970er Jahre zunehmend repressiver wurde und auch Auslandskorrespondenten Morddrohungen bekamen, ließen sich viele in Rio de Janeiro nieder. Nachdem 1984 der *ARD*-Hörfunkkorrespondent Karl Brugger bei einem missglückten Raubüberfall auf offener Straße in Rio de Janeiro erschossen wurde, verlegte sein Nachfolger das Studio wiederum nach Buenos Aires.¹⁶⁶

Hier stellt sich folgende Frage:

- Wie stark prägt der Standort des Korrespondentsitzes nach Ansicht der Lateinamerika-Korrespondenten ihre Wahrnehmung der anderen Länder in ihrem Zuständigkeitsbereich?

¹⁶³ 1956 entsandten die *ARD*-Anstalten erstmals einen gemeinsamen Hörfunkkorrespondenten, Klaus Mehnert, nach Moskau. 1961 beschlossen die *ARD*-Intendanten, ein gemeinsames Fernsehkorrespondentennetz im Ausland einzurichten. Vgl. Plog (1987: 20).

¹⁶⁴ Das *ZDF* hat die Geschichte seines Auslandskorrespondentennetzes nach meinen Recherchen nicht zusammenhängend dokumentiert und veröffentlicht. Die dargestellten Informationen beruhen auf Aussagen des Studioleiters in Rio de Janeiro, Frank Buchwald.

¹⁶⁵ So lautete die Begründung der *ZDF*-Pressestelle in einem Telefongespräch mit der Autorin im März 2001.

¹⁶⁶ Vgl. Hanf (1987: 67-68), Informationen bestätigt durch die *ARD*-Hörfunkkorrespondentin in Buenos Aires, Andrea Böckmann.

II.2.3. LATEINAMERIKA-BERICHTERSTATTUNG IN DEUTSCHEN MEDIEN

Trotz des enger geknüpften Korrespondentennetzes hat es bis ins 20. Jahrhundert hinein keine kontinuierliche Berichterstattung über Lateinamerika in deutschen Medien gegeben. Seit dem Entstehen der periodischen Zeitungen im frühen 17. Jahrhundert stieg der Anteil der Auslandsberichterstattung zwar stark an, doch von Südamerika war darin äußerst selten die Rede.¹⁶⁷ Dies hat sich trotz der neuen technischen Möglichkeiten bis heute kaum geändert.

Als Tendenzen der (west)deutschen Lateinamerika-Berichterstattung von Qualitätszeitungen macht Wöhlcke aus, dass der Informationsfluss generell ungleichmäßig sei und der Trend zu kürzeren Artikeln (Agenturmeldungen) gehe, auch wenn einige wenige Themenbereiche sehr umfangreich und ständig behandelt würden. Der inhaltliche Schwerpunkt lag demnach im Jahr 1970 bei Politik, gefolgt von Wirtschaft, wobei die ereignis- und konfliktgebundene Information überwog. Berichte über Gesellschaft, Kultur, Bildungswesen, Religion und Vermischtes fielen kaum ins Gewicht.¹⁶⁸ Diese Ergebnisse werden von einer Mitte der achtziger Jahre durchgeführten Inhaltsanalyse bestätigt, die zudem aufzeigt, dass es sich bei der Lateinamerika-Berichterstattung hauptsächlich um Krisenschilderungen handelt, in denen „monofaktoriale Erklärungen gegenüber solchen [überwiegen], die der komplexen Vielschichtigkeit der lateinamerikanischen Länder gerecht zu werden suchen“.¹⁶⁹

In der BMZ-Untersuchung zu „Dritte Welt und Medienwelt“ aus dem Jahr 1983 wird zwar festgestellt, dass Lateinamerika mittlerweile mit dem Umfang der Asien-Berichterstattung gleichgezogen habe, doch die Autoren betonen den Nachrichtenwert `Eurozentrismus´ als Kennzeichen der Berichterstattung. Sie lasten diese „einfältige Vielfalt“ in der tagesaktuellen Berichterstattung allerdings weniger den Korrespondenten als den Redaktionen an. Als Lösungsmöglichkeit schlagen sie u.a. vor, mehr Raum für Berichterstattung zu schaffen, die nicht an aktuelle Anlässe gebunden ist.¹⁷⁰

Welche Nachrichtenfaktoren bei der Berichterstattung über Lateinamerika außerdem eine Rolle spielen, schlussfolgert Wilke:

¹⁶⁷ Vgl. Wilke/ Schenk (1987: 20).

¹⁶⁸ Vgl. Wöhlcke, Manfred (1973): Lateinamerika in der Presse. Inhaltsanalytische Untersuchung der Lateinamerika-Berichterstattung. Stuttgart. Zusammengefasst und zit. nach: Roemeling (1987: 37-38).

¹⁶⁹ Vgl. von Roemeling-Kruthaup, Susanne (1991): Politik, Wirtschaft und Geschichte Lateinamerikas in der bundesdeutschen Presse. Frankfurt. Zusammengefasst und zit. nach: Wilke (1996: 262).

¹⁷⁰ Vgl. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (Hrsg.) (1983): Dritte Welt und Medienwelt. Entwicklungspolitik und das Bild der Dritten Welt in Presse, Hörfunk und Fernsehen. Bonn. Zusammengefasst und zit. nach Roemeling (1987: 40-42).

„1. Lateinamerika bleibt aufgrund der geografischen Distanz außerhalb des 'Regionalismus', der bei der Auswahl von Auslandsnachrichten im Vordergrund steht.

2. Die Faktoren 'politische' und 'wirtschaftliche Nähe' treffen nur in Ausnahmefällen auf Nachrichten aus den Ländern Lateinamerikas bzw. auf diese selbst zu. [...]

3. Verglichen mit den Vereinigten Staaten, der UdSSR und den europäischen Industrienationen lassen sich die lateinamerikanischen Staaten international kaum als politisch einflussreiche und wirtschaftsstarke 'Elite-Nationen' bezeichnen. Damit entfallen aber auch für die Selektion von Auslandsnachrichten wichtige Voraussetzungen.

4. So bleibt 'Negativismus' offenbar ein wesentlicher, für die Lateinamerika-Berichterstattung relevanter Nachrichtenfaktor. Man denke nur an Berichte über Bürgerkriege, Umsturzversuche, Guerillabewegungen, Wahlmanipulationen, Schuldenkrisen usw.“¹⁷¹

Von diesen Aussagen aus dem Jahr 1987 kann auch heute, fünfzehn Jahre später, noch ausgegangen werden.¹⁷² Die „Foreign News“-Studie von 1995 zeigt sogar, dass sich der Trend zum 'Regionalismus' in Deutschland gegenüber der Vergleichsanalyse von 1979 verstärkt hat.¹⁷³ Es gibt auch Grund zu der Annahme, dass sich gleichzeitig die Tendenz zu 'Negativismus' und 'Ethnozentrismus' verstärkt hat, da sich die Berichterstattung nach 1989 auf Entwicklungen im wiedervereinigten Deutschland und Osteuropa konzentrierte und Lateinamerika weiterhin außerhalb des Blickfelds blieb.¹⁷⁴ So stellen Bruns/ Marcinkowski in ihrer Studie „Politische Information im Fernsehen“ fest:

„Lateinamerika und Asien spielen im Weltbild der Informationsberichterstattung auch weiterhin keine nennenswerte Rolle, und Afrika sowie der Nahe Osten werden erst im Krisen- und Konfliktfall interessant.“¹⁷⁵

Diese Entwicklungen bestätigen auch Medienpraktiker, so fasst Hans Hübner, Auslandsredakteur des WDR-Fernsehens, die Kritik an der Lateinamerika-Berichterstattung des (west)deutschen Fernsehens in den Punkten mangelnde Objektivität, ideologische Vorurteile, Eurozentrismus, Exotismus, mangelnde Kontinuität und Elendsberichterstattung zusammen.¹⁷⁶ Auch der Mitherausgeber der FAZ, Jürgen Jeske, konstatiert, dass

¹⁷¹ Wilke (1987: 30-31).

¹⁷² Speziell zur Lateinamerika-Berichterstattung gibt es derzeit keine aktuelleren empirischen Studien, vgl. Wilke (1996: 255-268).

¹⁷³ Diesen Trend beobachtet Wilke (1998a: 53) auch in Ländern wie Finnland, Argentinien und Australien.

¹⁷⁴ Wilke (1998a: 54) stellt als eine Konstante der Auslandsberichterstattung fest: „Lateinamerika wird in den Auslandsmeldungen außer in Lateinamerika selbst nach wie vor wenig beachtet.“

¹⁷⁵ 1986-1994 fanden durchschnittlich 0,8% der Ereignisse in Berichten politischer Informationssendungen von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 in Lateinamerika statt. Vgl. Bruns/ Marcinkowski (1997: 116-117).

¹⁷⁶ Hübner (1987: 86-90) stimmt der Kritik teilweise zu und plädiert für mehr kontinuierliche Berichterstattung, macht jedoch deutlich, dass das deutsche Fernsehen nicht für die Lateinamerika-Berichterstattung eingerichtet wurde, sondern weitgehend den Erwartungen der Bevölkerungsmehrheit entspricht und sich an deutschen Interessen orientiert.

Lateinamerika für den deutschen Zeitungsleser weit entfernt liege und vorwiegend durch Krisen, Naturereignisse, Tourismus oder oberflächliche Folklore (z.B. Karneval in Rio) wahrgenommen werde. Als weitere These betont er:

„In der deutschen Lateinamerika-Berichterstattung hat nach einer Phase der Ideologisierung in den siebziger Jahren eine Normalisierung stattgefunden, die aber zugleich auch weniger Aufmerksamkeit bedeutet.“¹⁷⁷

Mit der Öffnung Mittel- und Osteuropas verlagerte sich nach Jeske das Interesse der deutschen Medien in starkem Maße auf Europa zurück, da Ereignisse auf dem eigenen Kontinent die Menschen stärker berühren. Richard Bauer, langjähriger *NZZ*-Korrespondent in Lima, erkennt folgende Tendenzen der deutschsprachigen Lateinamerika-Berichterstattung:

- „Weg vom Politischen hin zum Wirtschaftlichen“
- „Weg von allgemeiner Berichterstattung in allgemein zugänglichen Fachmedien hin zu Fachpublikationen“
- „Weg von Printmedien hin zu Bild und Video“
- „Hin zu etwas Außergewöhnlichem, das aber völlig nebensächlich für das Land sein kann. Je exotischer, desto besser.“
- Verstärkter `Themenreiz`, „d.h. ein Thema kommt in einem Medium auf, und dann ist es das Thema für jedermann.“¹⁷⁸

Hier schließen sich folgende für meine Untersuchung relevante Fragen an:

- Welches Verhältnis haben die Lateinamerika-Korrespondenten zu ihrem Berichtsgebiet?
- Würden sie der Annahme zustimmen, dass es aus Lateinamerika hauptsächlich Negatives zu berichten gibt?
- Wie schätzen sie allgemein das Interesse in deutschen Redaktionen an der Berichterstattung über Lateinamerika ein?

¹⁷⁷ Vgl. Jeske (1997: 51).

¹⁷⁸ Richard Bauer, in: Diskussionsforum deutscher Journalisten (1997: 68-69).

II.3. DIE „NEUE WELTORDNUNG“ DER MEDIEN – SPEZIFIKA DES GLOBALISIERTEN KOMMUNIKATIONSSYSTEMS

„Die Globalisierung hat mehr Informationen und mehr Medien mit sich gebracht und wird dies auch weiter tun. Bisher hat dieses 'Mehr' jedoch kein 'Mehr' an Verständnis produziert, im Gegenteil. Mit dem 'Mehr' scheint mehr Verwirrung aufzutreten, als dass wir tatsächlich in der Lage wären, uns ein besseres Bild von Lateinamerika in Europa und von Europa in Lateinamerika zu machen.“¹⁷⁹

Das Phänomen der Globalisierung und die durch sie entstehende „neue Weltordnung“ wurde bisher insbesondere unter soziologischen, politischen, ökonomischen, historischen und kulturimperialistischen Gesichtspunkten diskutiert.¹⁸⁰ Als multidimensionales Phänomen betrifft es aber auch – und nach Ansicht einiger Autoren sogar in erster Linie – die Kommunikation.¹⁸¹ Bisher wurde dieses Forschungsgebiet in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft jedoch erst in relativ geringem Ausmaß untersucht.¹⁸² Wie die zunehmende Technisierung und Kommerzialisierung der Medien die Arbeitsrealität von Auslandskorrespondenten beeinflussen, wurde bereits im Kapitel II.1.3. beschrieben. Um diese Veränderungen auch vor einem weiteren Hintergrund betrachten zu können, werden im Folgenden einige für die vorliegende Arbeit relevante Theorieansätze und Spezifika des globalisierten Kommunikationssystems vorgestellt.

II.3.1. DIE UTOPIE DER WELTGEMEINSCHAFT

Wie fruchtbar ein kommunikationswissenschaftlicher Ansatz für die Untersuchung von Globalisierung ist, zeigt Meckel, die diesen Terminus recht abstrakt definiert, um seiner Komplexität gerecht zu werden:

„Globalisierung bezeichnet die prozessorientierte Ausweitung der Dreierbeziehung zwischen Kognition, Interaktionen und Institutionen [...] über Kommunikation in einem Weltkontext mit dem Ziel der Herstellung von Weltöffentlichkeit.“¹⁸³

¹⁷⁹ Grabendorff (1997: 49).

¹⁸⁰ Zu den einzelnen Ansätzen vgl. Meckel (2001: 12-13 bzw. 23-25), s.a. Beck (1998), Robertson (1997), Giddens (1997).

¹⁸¹ Vgl. Meckel (2001: 19). Hafez (2000: 93) betont: „Globale Kommunikation ist nicht nur eine Begleitscheinung der ökonomischen Globalisierung, [...] sondern ein Prozess *sui generis*.“ (Herv. im Original).

¹⁸² So befasst sich z.B. der Tagungsband „Globalisierung der Medien? Medienpolitik in der Informationsgesellschaft“ in erster Linie mit medienpolitischen und weniger mit globalisierungsrelevanten Gesichtspunkten. Vgl. Donges/ Jarren/ Schatz (1999). Im angelsächsischen Raum tragen insbesondere Boyd-Barrett und Sreberny-Mohammadi zur kommunikationswissenschaftlichen Globalisierungsdebatte bei.

¹⁸³ Vgl. Meckel (1998: 364), s.a. Meckel (2001).

Um die antagonistischen Konsequenzen von Globalisierung – Integration bei gleichzeitiger Fragmentierung sozialer und kommunikativer Prozesse – zu untersuchen, entwirft Meckel zwei Szenarien. In einer optimistischen Perspektive birgt Globalisierung die Chance, der Utopie der zivilen Weltgemeinschaft (als globaler Gemeinschaft kommunikativ integrierter Individuen) immer näher zu kommen, nach dem Motto „Die Welt wird immer kleiner“. Doch schon McLuhan wies darauf hin, dass das *global village* neben seinen Verheißungen auch eine „schlechte Nachricht“ beinhalte, da „alle Menschen, ob sie das Geschehen der computerisierten Datenübertragung mit Hochgeschwindigkeit verstehen oder nicht, ihre alten privaten Identitäten verlieren werden“¹⁸⁴ (Motto: „Die Welt wird immer größer“). Eine irrationale Desorientierung kann die Folge sein:

„Globalisierung vollzieht sich nämlich nicht nach Maßgabe eines universalisierbaren Vernunftbegriffs, sondern nach den Bedingungen eines globalisierten Wirtschaftssystems.“¹⁸⁵

Insofern bleibt die globale Integration einer Weltgemeinschaft utopisch, stattdessen kann in systemtheoretischer Perspektive auf den Begriff der „Weltgesellschaft“ zurückgegriffen werden, der im Gegensatz zum Terminus der Gemeinschaft ein differenzierendes Moment enthält und hier als „erdumspannende Gesamtheit aller möglichen Kommunikationen“¹⁸⁶ verstanden wird. Meckel resümiert:

„Der Prozess der Globalisierung bringt eine strukturell vernetzte Weltgesellschaft hervor, nicht aber eine kommunikativ und kulturell integrierte Weltgemeinschaft.“¹⁸⁷

Die Medien agieren dabei als „Schnittstelle zwischen ‘Weltgesellschaft’ und ‘Weltgemeinschaft’“ und können Momente kommunikativer Identität konstruieren, die Handlungsrelevanz haben und Weltöffentlichkeit generieren.¹⁸⁸ Aus den Reibungsverlusten der Globalisierung ergeben sich nach Meckel Aktualität und Aufmerksamkeit für diesen „transkulturellen Journalismus“¹⁸⁹, der ein sporadisches, kontingentes und fiktionalisiertes Konstrukt von Weltgeschichte produziert. Auch Hafez misst den Medien eine wichtige Rolle im Globalisierungsprozess bei, da mit der Ausweitung der globalen

¹⁸⁴ McLuhan/ Powers (1995: 167).

¹⁸⁵ Meckel (1998: 371).

¹⁸⁶ Die hier zugrunde gelegte Definition von „Weltgesellschaft“ stammt von Kneer, Georg/ Armin Nassehi (1993): „Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme. Eine Einführung.“ München, zit. nach Meckel (1998: 367). Auf weitere, höchst unterschiedlichen Definitionen von Weltgesellschaft soll hier nicht eingegangen werden, vgl. dazu Meckel (2001: 42-50), Scholl/ Weischenberg (1998: 201-207), Beck (1998: 31).

¹⁸⁷ Meckel (1998: 367).

¹⁸⁸ Als Beispiele nennt Meckel (1998: 368 bzw. 372) die internationalen Proteste gegen den Tod des nigerianischen Schriftstellers Ken Saro-Wiwa oder gegen die Versenkung der Ölplattform Brent Spar.

¹⁸⁹ Meckel (2001: 162) unterscheidet den transkulturellen vom internationalen und interkulturellen Journalismus und definiert ihn wie folgt: „Von nationalen Funktions- und Strukturkontexten abstrahierte, übergeordnete und nur sporadisch aktivierbare journalistische Leistung, der eine eigene, nicht-nationale Perspektive thematisiert und die Herstellung von Weltöffentlichkeit zum Ziel hat.“

Informationsmenge gleichzeitig auch der Bedarf nach journalistischer Strukturierung steigt.¹⁹⁰ Huntington beobachtet stattdessen, dass die weltweite westliche Medienpräsenz Provinzialisierung verursacht, da sich in den nicht-westlichen Kulturen ein *return to the roots phenomenon* verbreite und es gleichzeitig zu struktureller Globalisierung und kultureller Fragmentierung (Provinzialisierung) komme.¹⁹¹ Auch wenn Anzeichen einer Standardisierung von Jugend-, Pop- und Fernsehkultur zu erkennen sind¹⁹², wird in der Debatte um Homogenisierung oft vernachlässigt, dass Kultur nach dem Hybridisierungs-Konzept ihre Dynamik vielfach erst durch die Auseinandersetzung mit den Kulturen jeweils anderer Gesellschaften (Interkulturalität) erhält.¹⁹³ Dass die Auseinandersetzung zwischen globaler Homogenisierung und Heterogenisierung überholt ist, signalisiert auch der von Robertson eingeführte Begriff der 'Glokalisierung'. Er vereint die Polaritäten 'Globalisierung' und 'Lokalisierung' und weist somit auf die Ambiguität des Globalisierungsprozesses hin.

Festzuhalten bleibt, dass Globalisierung kein Synonym für Homogenisierung der gesellschaftlichen Verhältnisse, sondern vielmehr ein höchst asymmetrischer und widersprüchlicher Prozess ist, der auf verschiedenen Ebenen sehr heterogene Folgen haben kann:¹⁹⁴

*„We want to say that 'globalization' is in its very essence a process of dialectic, not least between the local, national, regional and global, a process of conflict and struggle both among the agencies of globalization and the alleged subjects of globalization.“*¹⁹⁵

Dies ist gleichwohl keine neue Entwicklung, allein die Form der Globalisierung hat sich im Laufe der Jahrhunderte geändert.¹⁹⁶

¹⁹⁰ Vgl. Hafez (2000: 101).

¹⁹¹ Huntington, Samuel P. (1993): „If not civilizations, what? The debate. A foreign affairs reader“, zit. nach Kunczik (1998: 263).

¹⁹² Nach Kunczik (1998: 264) sind die lateinamerikanischen *telenovelas* die weltweit am häufigsten gesehene Fernsehunterhaltung und der Musiksender *MTV* ist die Verkörperung einer globalen Jugendkultur. Allerdings weist Meckel (2001: 124) nach, dass gerade bei *MTV* eine Relokalisierungstendenz zu erkennen ist, da der Sender seine Programme seit Jahren sprachlich und kulturell regionalisiert.

¹⁹³ Zur Hybridisierungsdiskussion s. Bhabha (1994), García Canclini (1989) u.a. Meckel (2001: 121-146).

¹⁹⁴ Vgl. Kunczik (1998: 261) sowie Hafez (2000: 111).

¹⁹⁵ Boyd-Barrett/ Rantanen (1998: 6).

¹⁹⁶ Vgl. Boyd-Barrett/ Rantanen (1998: 5). Robertson (1997: 7) teilt den Prozess der Globalisierung in fünf historische Phasen ein, deren Beginn er im frühen 15. Jahrhundert verortet. Auch nach Wallerstein liegen die Anfänge der Globalisierung in der Arbeitsteilung der „kapitalistischen Weltökonomie“ im 16. Jahrhundert. Vgl. Meckel (2001: 16).

II.3.2. DIE „KOMMERZIALISIERUNG DER WELTÖFFENTLICHKEIT“

Die seit den 1980er Jahren eingeleitete Politik der Deregulierung und Privatisierung im Medienbereich hat einen Trend zur `Ökonomisierung` und `Kommerzialisierung`¹⁹⁷ begünstigt, der Konzentrationsprozesse fördert. Nachdem sich das Fusionsfieber (*merger mania*) der transnationalen Medienunternehmen schon Mitte der 1990er Jahre v.a. im Fernsehsektor verbreitet hatte, folgte im Jahr 2000 die zweite Konzentrationswelle, die sich durch eine noch größere und medienübergreifende Dimension auszeichnete.¹⁹⁸ Überwogen früher horizontale Konzentrationsbewegungen auf nationaler Ebene, so verstärkten sich in den vergangenen Jahren die vertikalen Prozesse, bei denen sich transnationale Unternehmen auf vor- oder nachgelagerten Märkten zusammenschließen, um möglichst geschlossene Wertschöpfungsketten zu erstellen. Dadurch kontrollieren sie oft den gesamten Produktions- und Distributionsprozess eines Mediums und umgehen die Koordination über Märkte. Mögen diese Unternehmensziele, die im globalen Wettbewerb die Vorteile der Skalenökonomie nutzen und die Transaktionskosten reduzieren, sogar nachvollziehbar erscheinen, so bergen sie doch ein enormes Gefahrenpotential für die Gesellschaft, wie Kleinsteuber/ Thomaß festhalten:

*„Oligopolistisch oder gar monopolistisch kontrollierte Märkte gefährden immer die Vielfalt der Medien und damit die Medien- und Informationsfreiheit. Mit der Expansion auf internationale Märkte entstehen Marktkonzentrationen von einer Größe, die durch keinen Nationalstaat mehr kontrollierbar sind. Diese Tendenz wird umso bedenklicher, da publizistische Macht immer auch politische Macht konstituiert.“*¹⁹⁹

In den 1990er Jahren hat sich insbesondere der Fernsehnachrichtensektor als lukrativer Markt etabliert (vgl. Kapitel II.3.3.). Das größere Angebot an Nachrichtenkanälen hat nach Zimmer jedoch keine bessere Informationsversorgung des Publikums bewirkt:

*„Es zeigt sich vielmehr, dass aufgrund des zunehmenden Wettbewerbsdrucks die `Produktion` von Nachrichten immer stärker an rein betriebswirtschaftlichen statt an journalistischen Kriterien ausgerichtet wird und zudem ein Konzentrations- und Verflechtungsprozess der im Nachrichtensektor agierenden Unternehmen im Gange ist.“*²⁰⁰

¹⁹⁷ Meier/ Trappel (2001: 183) unterscheiden diese Termini: „Während der Begriff der Ökonomisierung ganz allgemein den Trend der Medien zum Primat der ökonomischen Ausrichtung gegenüber anderen Grundsätzen bezeichnet, beschreibt die Kommerzialisierung im Medienbereich die verstärkten Einflüsse der Werbewirtschaft auf die Medienproduktion, auf den Journalismus und auf die Medienrezeption.“

¹⁹⁸ Die zweite Welle begann mit der Fusion des weltgrößten Medienkonzerns *Time Warner* mit dem weltweit erfolgreichsten Onlinedienst *AOL*, die dadurch ökonomische Synergieeffekte u. inhaltliche Konvergenz erzielen wollten. Meckel (2001: 98-100) spricht von der Integration von *Old* und *New Economy* zur *One Economy*. Zur ersten Fusionswelle s. Artopé/ Zerdick (1995), Kunczik (1997), McChesney (1999).

¹⁹⁹ Vgl. Kleinsteuber/ Thomaß (1996: 142).

²⁰⁰ Zimmer (1996: 177-178).

Die Monopolisierung im Fernsbereich hat nach Jarren/ Meier zu einer Verteuerung bei gleichzeitigem Qualitätsverlust der Produkte geführt. Dies werten sie als Indikatoren eines zunehmenden Marktversagens in kommerzialisierten Medienmärkten.²⁰¹ Die 'Selbstkommerzialisierungstendenzen' der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten, die zunehmende Privatisierung der audiovisuellen Industrie und die weltweite Auflagenstagnation bei gleichzeitiger Abnahme der Tageszeitungsleser lassen Becker die Gefahr einer „anhaltenden Ökonomisierung von Öffentlichkeit“ erkennen.²⁰² Reljić spricht von der „Kommerzialisierung der Weltöffentlichkeit“, die sich sogar in zweifacher Hinsicht im globalen Informationsfluss manifestiere: Einerseits ist die wirtschaftliche Interaktion zwischen Staaten ein bestimmender Nachrichtenfaktor (vgl. Kapitel II.1.6.), andererseits entscheiden die Nachrichtenagenturen über ihre lokale Präsenz nach Rentabilitätskriterien. So falle eine Region leicht in ein „schwarzes Loch“, wenn sie kein Büro von *AP* oder *Reuters* beherberge und könne nur durch Kriege und Katastrophen in den globalen Informationsfluss gelangen.²⁰³ Meckel schlussfolgert, dass in einem kommerzialisierten Fernsehmarkt der Anteil eigenproduzierter Auslandsinformationen geringer werde, da der hohe Konkurrenz- und Kostendruck eine rentable Auslandsberichterstattung kaum ermögliche. Die größte Chance, Auslandsthemen im Fernsehen zu behandeln, sieht sie in den Fernsehnachrichten, die allerdings kaum komplexe Sachverhalte vermitteln.²⁰⁴ Auch Jarren/ Meier stellen fest:

*„Die durch Kommerzialisierung ausgelöste unternehmerische Globalisierung führt gleichzeitig auch zu einer Regionalisierung und Lokalisierung, manchmal sogar zu einer Provinzialisierung und Banalisierung der Medieninhalte und Perspektiven. Vor allem eine durchgehende Kommerzialisierung der Medienproduktion fördert die Globalisierung von Märkten und Produkten.“*²⁰⁵

Um diesen Tendenzen entgegenzuwirken, plädieren Jarren/ Meier für verstärkte gesetzliche Vorgaben für Medienunternehmen. Diese könnten durch supranationale Akteure erlassen werden, da die nationalen Regierungen an Einfluss verloren haben, seit sie ihre Mediengesetze zunehmend deregulierten und Medienpolitik in erster Linie als Standortpolitik betreiben.²⁰⁶

²⁰¹ Dabei meinen Jarren/ Meier (1999: 239) v.a. die Vermarktungspraxis von Filmen und Sportereignissen als Paketangebote, die sich durch höchst unterschiedliche Qualität der einzelnen Produkte auszeichnen.

²⁰² Vgl. Becker (1996: 64).

²⁰³ Vgl. Reljić (2001: 67-68).

²⁰⁴ Meckel (1998: 273-274).

²⁰⁵ Vgl. Jarren/ Meier (1999: 247-248).

²⁰⁶ So haben z.B. in den USA der 1996 verabschiedete *Telecommunications Reform Act* und die Aussetzung der *prime-time access rule* Fusionen in einer vollkommen neuen Größe erst ermöglicht und zur vertikalen Konzentration von Medienunternehmen beigetragen. Vgl. Kunczik (1998: 257).

II.3.3. DIE DOMINANZ DER WESTLICHEN NACHRICHTENAGENTUREN

Obwohl sich der Nachrichtenmarkt während der letzten zwanzig Jahre veränderte, erwies sich die dominante Stellung einiger weniger westlicher Nachrichtenagenturen als Konstante. Von den ursprünglichen „großen Vier“ (*AP*, *UPI*, *Reuters*, *AFP*) zählen heute nur noch drei zu den Marktführern, *UPI* hat durch Finanzprobleme an Einfluss eingebüßt.²⁰⁷ Zwei dieser globalen `Nachrichtengroßhändler´²⁰⁸, *Reuters* und *AP*, investierten in den 1990er Jahren verstärkt in audiovisuelle Dienste (*Reuters TV* als Nachfolger von *Visnews*, *APTV* als Neugründung). Sie verzeichneten Gewinne und beherrschen zu zweit den weltweiten Markt für Fernsehnachrichten, seit *APTV* 1998 den Konkurrenten *World Television News (WTN)* aufkaufte.²⁰⁹ Neue Konkurrenz entsteht ihnen einerseits durch die globalen `Nachrichteneinzelhändler´ (*CNN*, *BBC*, *Sky News*), die zunehmend auch als `Großhändler´ auftreten, indem sie ihr Material an andere Fernsehstationen weiter verkaufen, andererseits durch neue Finanzdienstleister.²¹⁰ Insofern hat der Boom im internationalen Fernsehnachrichtenmarkt in den 1990er Jahren eine größere Anzahl an *major players* und ein verschärftes Wettbewerbsklima bewirkt. Generell ist jedoch festzuhalten, dass die großen TV-Nachrichtenagenturen aus etablierten Agenturen hervorgingen, die durch ihre „akkumulierten Marktvorteile“ ihre Vormachtstellung sichern konnten, wie Boyd-Barrett schlussfolgert:

„[...] we have seen greater diversity in terms of numbers of players, but not necessarily in terms of location or of interests represented; the major players are probably more autonomous than they were, and competition between them is more intense; they have a much larger and broader range of clients whom they serve with increasingly sophisticated technology. [...] it is also apparent that this is an arena of continuous dominance by North American and western Europe, and that the influence of the UK and France, in particular, is now out of proportion to the economic significance of these powers.“²¹¹

Nachrichtenagenturen wirken als einflussreiche *agenda setter* für andere Medien, wobei Paterson zeigt, dass dieser Prozess ebenso in umgekehrter Richtung abläuft, so dass sich auch die Nachrichtenmacher der TV-Agenturen in ihrer Themensetzung an Zeitungen und Fernsehen orientieren. Paterson erkennt einen Trend zur Homogenisie-

²⁰⁷ Vgl. Boyd-Barrett (1997: 133-134) bzw. Hess (1996: 3).

²⁰⁸ Boyd-Barrett (1997: 131-132) unterscheidet „global news `wholesalers´“ (Großhändler) und „global news `retailers´“ (Einzelhändler).

²⁰⁹ Vgl. Boyd-Barrett/ Rantanen (1998: 18) bzw. Zimmer (1996: 177-178). Die Abhängigkeit der öffentlich-rechtlichen Austauschsysteme *Eurovision* und *Asiavision* von den Videos der großen Agenturen beziffert Boyd-Barrett (1997: 135) auf fast 50 Prozent ihres Outputs. Vgl. dazu auch die Zahlen von Hjavard (1995) und Cohen et al. (1996) in: Paterson (1997: 148) sowie von Stirnberg (1998: 149).

²¹⁰ Dazu zählt Boyd-Barrett (1997: 135) *Reuters Financial TV*, *Bloomberg Information Network*, *CNNfn*, *Dow Jones' European Business News*, *Asia Business News*, *NBC's CNBC*. Allerdings beträgt z.B. die Kundenzahl von Bloomberg im Jahr 1996 nur 75.000 (*Reuters*: 340.200), vgl. Boyd-Barrett (1998: 21).

²¹¹ Boyd-Barrett (1998: 33).

rung der Fernsehnachrichten, so laufe oft am gleichen Abend das gleiche Video mit der gleichen Geschichte aus der gleichen Quelle an einer ähnlichen Stelle in Nachrichtensendungen in allen Teilen der Welt.²¹² Er resümiert:

„For now, the homogeneity of international television sources is a concern. Despite the increasing number of news services, ownership is highly concentrated, and broadcasters are becoming increasingly dependant upon a few news providers to supply the international images they use on the air; use to shape our global reality.“²¹³

Für den Printbereich belegt Meier, dass die vier Weltagenturen der achtziger Jahre den Kern der Auslandsberichterstattung in Tageszeitungen bestimmen, mit Anteilen von 45 bis 74 Prozent in Medien aus Industrieländern und von 50 bis 90 Prozent in Medien aus Ländern der Dritten Welt. Zudem besitzen sie eine große Definitions- und Steuerungsmacht, da nationale Agenturen 75 bis 80 Prozent ihrer Dienste von den „Großen Vieren“ übernehmen.²¹⁴ Aktuellere Aussagen von Medienpraktikern deuten sogar auf eine mittlerweile verstärkte *agenda setting* –Funktion der Agenturen hin, die demnach rund 80 Prozent der internationalen Berichterstattung deutscher Medien prägen.²¹⁵ Für die US-amerikanische Presse zeigt Hess, dass allein zwei Drittel der internationalen Artikel auf Material von *AP* beruhen, wodurch diese Agentur de facto die Auslandsberichterstattung in den USA determiniert.²¹⁶

Insofern agieren Nachrichtenagenturen nach Boyd-Barrett auch als *‘agents of globalization’*, die gleichzeitig zu Prozessen nationaler Konsolidierung und zur *‘globalization as westernization’* beitragen, indem sie westliche Werte von Nachrichten, Wirtschaft und Politik verbreiten, auch wenn noch zu untersuchen bleibt, wie diese globalen Bilder von den unterschiedlichen Kulturen interpretiert, genutzt und sich zu eigen gemacht werden.²¹⁷

²¹² Hier stützt sich Paterson (1997: 149 bzw. 154) u.a. auf die Untersuchung von Malik (1992): „The Global News Agenda“, in: *Intermedia*, 20/1.

²¹³ Paterson (1997: 156). Die Nachrichtensammler, die er während seiner Untersuchung in den Londoner *newsrooms* getroffen hatte, waren nur weiße Journalisten britischer, US-amerikanischer, oder australischer Abstammung mit jeweils einer ähnlichen Ausbildung. Leitende Positionen hatten ausschließlich Männer inne.

²¹⁴ Meier (1984: 217). Auch qualitativ strukturieren demnach die regionalen Dienste der Weltagenturen das jeweilige geografische Weltbild und gewichten unterschiedliche „Weltereignisse“.

²¹⁵ Vgl. Jeske (1997: 50) bzw. Zschunke (1994: 62).

²¹⁶ Hess (1996: 93). Eigene Auslandskorrespondenten leisten sich demnach nur noch die Medienunternehmen, die mit ihren Zeitungen zu 20% der täglichen Gesamtauflage in den USA beitragen. Die restlichen, die 80% der Auflage kontrollieren, verzichten darauf und benutzen stattdessen Agenturen und die Nachrichtendienste der *New York Times* oder der *Los Angeles Times*. Vgl. ebd.: 3.

²¹⁷ Vgl. Boyd-Barrett (1997: 132 bzw. 143). Ähnlich wie die Hybridisierungstheoretiker betont Meckel (2001: 126), dass kulturelle Interpretation durch Zueigenmachen fremder Angebote funktioniert und führt das Beispiel der kaukasischen Briefmarke an, auf der der Clinton-Lewinski-Skandal humoristisch überzeichnet dargestellt wurde.

II.3.4. DIE ÖKONOMIE DER AUFMERKSAMKEIT

In einer von steigender Informationsflut und fortschreitender Ökonomisierung geprägten Gesellschaft wird die Aufmerksamkeit der Menschen zu dem am stärksten umkämpften Gut. Sie ist nach dem von Franck entwickelten Konzept der 'Ökonomie der Aufmerksamkeit'²¹⁸ die knappste Ressource der Informationsverarbeitung, da Zeit und Energie, die für den Akt des Verstehens von Information aufgewendet werden, nicht vermehrt werden können. Bei wachsender Informationsmenge steigen folglich die Kosten der Selektion an:

„Der Zunahme der publizierten, um Beachtung konkurrierenden Information steht aber ein organisch beschränktes und nahezu konstantes Aufkommen an aufmerksamer Energie gegenüber. Diese Energie ist in der Form, in der wir selbst über sie verfügen, knapp. Sie ist in der Form der Zuwendung, die wir von anderen empfangen, begehrt.“²¹⁹

In der Durchrationalisierung der menschlichen Ressourcen Aufmerksamkeit, Zeit und Energie treffen nach Franck die wichtigsten Impulse der fortschreitenden Ökonomisierung des Gesellschaftsprozesses einerseits und der Entmaterialisierung des Wirtschaftsprozesses andererseits zusammen: Je mehr die Wissens- und Informationsproduktion die wirtschaftliche Führungsrolle in der medial geprägten Gesellschaft übernimmt und die Schwerindustrie verdrängt, verliert das Materielle zugunsten des Immateriellen im zunehmend virtuellen Kapitalismus an Bedeutung.²²⁰ Vor diesem Hintergrund bezeichnet Franck die Aufmerksamkeit als „die Währung des immateriellen Einkommens“²²¹, da er annimmt, dass Geld zu etwas Gewöhnlichem oder sogar Ordinärem geworden ist und sich die heutigen Eliten durch Prominenz auszeichnen:

„Die Aufmerksamkeit anderer Menschen ist die unwiderstehlichste aller Drogen. Ihr Bezug sticht jedes andere Einkommen aus. Darum steht der Ruhm über der Macht, darum verblasst der Reichtum neben der Prominenz. Prominente sind die Einkommensmillionäre in Sachen Aufmerksamkeit.“²²²

²¹⁸ Vgl. das gleichnamige Buch von Franck (1998a), auf das hier nur stark verkürzt eingegangen werden soll. Auf das knappe Gut Aufmerksamkeit wies 1976 schon Winfried Schulz im Kontext der Nachrichtenauswahl hin: „Grundsätzlich ist Aufmerksamkeit knapp, das gilt sowohl für das einzelne Individuum wie auch für die Massenmedien und schließlich für die Kommunikationskapazität der Gesellschaft insgesamt. Da gebietet es das Prinzip der Ökonomie, die begrenzte Aufmerksamkeit nicht gleich zu verteilen, sondern einige als vorrangig eingestufte Ereignisse komplexer darzustellen, andere dagegen auf einfache, leicht wahrnehmbare Konturen zu reduzieren.“ Vgl. Schulz (1990: 120).

²¹⁹ Franck (1998b: 5).

²²⁰ Ebd.: 1-4.

²²¹ Ebd.: 5.

²²² Franck (1998a: 10).

Das Massengeschäft mit der Aufmerksamkeit betreiben demnach die Medien, insbesondere Fernsehen und Internet.²²³ Sie popularisierten die Prominenz und fungieren als „Markt des Ansehens“ bzw. als Börse, an der die „persönlichen Kapitale“ gehandelt werden, deren offizielle Notierung die Medienpräsenz ist.²²⁴ Aufmerksamkeit wird nach Franck dadurch zum „Maß für den Nutzwert von Information“²²⁵: Auflagenhöhen, Einschaltquoten und Besucherzahlen messen die Einkünfte an Aufmerksamkeit. Je besser die Medien das Geschäft beherrschen, herauszufinden, was das Publikum lesen, hören und sehen will, um so größer fallen die Einkünfte an Aufmerksamkeit aus und um so erfolgreicher sind die Medien.²²⁶

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass sich die Rahmenbedingungen der globalisierten Medienwelt, die durch Ökonomisierung, Kommerzialisierung und den Kampf um die Aufmerksamkeit der Rezipienten geprägt ist, als nicht gerade förderlich für eine gründliche Auslandsberichterstattung abseits von Pflichtterminen, sensationellen Krisen und Katastrophen darstellen. Hier schließen sich für die vorliegende Untersuchung folgende Fragen an:

- Wie stehen die Lateinamerika-Korrespondenten zur erhöhten Relevanz des Kostenfaktors und zur Einsparung von Korrespondentenplätzen?
- Warum braucht man ihrer Ansicht nach in einer vernetzten Welt noch Auslandskorrespondenten? Welche Existenzberechtigung haben sie?
- Welche Nachrichtenagenturen benutzen sie und inwiefern strukturieren diese die Themenauswahl der Korrespondenten und die der Heimatredaktion?
- Stimmen sie der Beobachtung der *ARD*-Korrespondentin Sonia Mikich zu, die einen sinkenden Stellenwert und eine Verflachung der Auslandsberichterstattung beklagt hat?
- Wie sehen sie die Zukunft von Auslandskorrespondenten in Lateinamerika in einer globalisierten Welt?

²²³ Vgl. Franck (1998a: 66 bzw. 147-154). Nach Meckel (2001: 116) erfüllt das Internetgeschäft sogar in doppelter Hinsicht die Voraussetzungen der Aufmerksamkeitsökonomie: Es lebt von der Konkurrenz um Beachtung und von der Publizität des Neuen.

²²⁴ Ebd.: 101 bzw. 151.

²²⁵ Franck (1998b: 5).

²²⁶ Franck weist darauf hin, dass die wichtigste Finanzierungsquelle der Medien nicht der Verkauf von Information, sondern der Verkauf der Dienstleistung, Aufmerksamkeit für Beliebtes anzuziehen, darstellt. Die käufliche Dienstleistung dieser Attraktion heißt demnach Werbung. Vgl. ebd.: 6-7.

III. ZENTRALE FORSCHUNGSFRAGEN

Aus der bisherigen Schilderung der theoretischen Grundlagen zu Auslandskorrespondenten als Vermittler internationaler und interkultureller Kommunikation, zum Standort Lateinamerika und zu den Rahmenbedingungen des globalisierten Kommunikationssystems ergaben sich verschiedene Einzelfragen, die in die hier folgenden zentralen Forschungsfragen münden:

1. Welche Rückschlüsse lässt die ARBEITSREALITÄT deutschsprachiger Auslandskorrespondenten in Lateinamerika auf ihre *gatekeeper*-Position zu?

Die Arbeitsrealität beeinflusst die Berichterstattung der Korrespondenten, ist daher ein wichtiges Kriterium zur Bestimmung ihrer *gatekeeper*-Position (vgl. Kapitel II.1.5.) und wird durch die Untersuchung folgender Aspekte operationalisiert: Beruflicher Werdegang, Recherchequellen, Anstoß für die Themenauswahl, Verhältnis der Korrespondenten zur Abnehmerredaktion und zum Berichtsgebiet, sowie die Einflüsse der globalen technischen Vernetzung auf die Arbeitsrealität.

2. Welches ROLLESELBSTVERSTÄNDNIS haben deutschsprachige Auslandskorrespondenten in Lateinamerika und wie können sie es in ihrem Arbeitsalltag umsetzen (Diskussion Anspruch und Wirklichkeit)?

Operationalisiert: Welche Ansprüche stellen die Korrespondenten an ihre Arbeit und inwiefern lassen sie sich ihrer Ansicht nach verwirklichen? Wo lässt sich das Rollen selbstverständnis der Korrespondenten im Spannungsfeld neutral-faktenorientierter, vermittelnd-erklärender und anwaltschaftlich-investigativer Ansprüche verorten (vgl. Kapitel II.1.4.)?

3. Welche TRENDS zeichnen sich IM GLOBALISIERTEN MEDIENSYSTEM für die Arbeit von deutschsprachigen Auslandskorrespondenten in Lateinamerika ab? Operationalisiert: Welche Konjunkturschwankungen des Interesses an Lateinamerika erkennen die Korrespondenten? Inwiefern fühlen sie sich durch den sinkenden Stellenwert der Auslandsberichterstattung „auf verlorenem Posten“? Wie sehen sie die Zukunft von Lateinamerika-Korrespondenten in einer globalisierten Medienwelt?

Den zentralen Forschungsfragen wird in einer mündlichen Befragung von Lateinamerika-Korrespondenten nachgegangen, deren methodische Grundlagen zunächst erläutert werden.

IV. UNTERSUCHUNGSINSTRUMENTARIUM

IV.1. DIE METHODE: QUALITATIVER ANSATZ

Die vorliegende Studie verfolgt einen explizit qualitativen Ansatz der Sozialforschung, da dieser dem Untersuchungsgegenstand am besten Rechnung trägt: Nach Zeh hat die Berichterstattung durch Auslandskorrespondenten einen besonders ausgeprägten „subjektiven Charakter“.²²⁷ Daher ist es überaus wichtig, die Korrespondenten persönlich vor Ort zu interviewen, um die Perspektiven der Beteiligten in ihrer Vielschichtigkeit und Tiefe erfassen zu können.²²⁸ Gerade um aktuelle Veränderungen und sozialen Wandel mit einzubeziehen, eignet sich eine induktive Vorgehensweise, deren Charakteristika im folgenden kurz beschrieben werden.²²⁹ Zentral ist das *Prinzip der Offenheit* gegenüber Untersuchungspersonen und Methode, wobei das methodische Instrumentarium an die Untersuchungssituation angepasst werden soll (und nicht umgekehrt) und der Forscher stets offen für neue Konstellationen bleibt und auf diese reagiert (*Prinzip der Flexibilität*). Dabei ist der

„Wahrnehmungstrichter empirischer Sozialforschung so weit als möglich offen zu halten, um dadurch auch unerwartete, aber dafür um so instruktivere Informationen zu erhalten.“²³⁰

Insofern werden im Gegensatz zur quantitativen Sozialforschung Hypothesen nicht „ex ante“ gebildet, sondern erst auf Grundlage der erhobenen Daten generiert.²³¹ Der Forschungsprozess entsteht durch die *Kommunikation* zwischen dem Forscher und den befragten Personen, die als Subjekte und nicht als Objekte verstanden werden (*Subjektbezogenheit*). Die für diese Studie relevanten Untersuchungsgegenstände, `Arbeitsrealität` und `Rollenselbstverständnis von Auslandskorrespondenten`, sind keine unabänderliche Größen, sondern werden immer wieder durch Handlungs- und Deutungsmuster der Korrespondenten reproduziert und modifiziert (*Prozesscharakter*). Daher sind die Verhaltensweisen und Aussagen der Befragten als „prozesshafte Ausschnitte der Reproduktion und Konstruktion von sozialer Realität“ zu verstehen.²³² An diesem Aushandlungsprozess ist auch der Forscher beteiligt, der keine „neutrale“ Rolle

²²⁷ Zeh (1990: 180). Auch Kluge weist auf den großen Einfluss der persönlichen Interessen und Einstellungen der Korrespondenten auf das vom Berichtsgebiet gezeichnete Bild hin. Vgl. Kluge (1981): Die Bundesrepublik Deutschland als Objekt der Auslandsberichterstattung, zit. nach: Gysin (2000: 34).

²²⁸ Vgl. dazu Flick (2000: 14-15) sowie Diekmann (2000: 444-445).

²²⁹ Eine ausführliche Darstellung des qualitativen Ansatzes enthalten z.B. Lamnek (1995a: 22-28), Flick (2000: 9-25), s.a. Froschauer/ Lueger (1998: 16-20).

²³⁰ Lamnek (1995a: 22).

²³¹ Vgl. Lamnek (1995a: 23), Flick (2000: 58), Diekmann (2000: 444).

²³² Lamnek (1995a: 25).

hat: Auch wenn er während des Interviews interessierte Zurückhaltung üben sollte, prägt er durch seine kommunikativen Fähigkeiten den Forschungsprozess und sein Ergebnis entscheidend mit.²³³ Um die Entstehung und Interpretation dieses Prozesses auch intersubjektiv so nachvollziehbar wie möglich zu machen, lege ich mein theoretisches Vorverständnis (Kapitel II.), die Entwicklung meiner Forschungsfragen (Kapitel III.), meine Vorgehensweise und die einzelnen Untersuchungsschritte (Kapitel IV.) offen dar (*Prinzip der Explikation*). Dabei wird meine Analyse vom *Prinzip der Reflexivität* geleitet, wonach die Antworten der Korrespondenten immer im Gesamtkontext interpretiert werden müssen (Kapitel V., VI. und Anhang C).²³⁴

IV.2. DIE BEFRAGUNG: HALBSTANDARDISIERTE, QUALITATIVE LEITFADEN-INTERVIEWS

Zur Analyse seltener oder interessanter Gruppen, die nur in kleiner Zahl repräsentiert sind – diese Kriterien treffen auf Auslandskorrespondenten zweifelsohne zu –, bietet sich das qualitative Leitfaden-Interview als Untersuchungsmethode an.²³⁵ Es zeichnet sich durch eine offene Gesprächsführung aus, gleichzeitig orientiert sich der Forscher an einem Leitfaden, so dass alle forschungsrelevanten Fragen angesprochen werden und die Interviews zumindest rudimentär vergleichbar werden. Wenn es sich durch den Gesprächsverlauf ergibt, kann die Reihenfolge der Fragen verändert werden, außerdem sind spontane Nachfragen (Ad-hoc-Fragen) möglich.

Es handelt sich also um einen möglichst natürlichen Interaktionsfluss, der durch die „permanente spontane Operationalisierung“ hohe Anforderungen an den Interviewer stellt.²³⁶ Trotzdem ist die Interviewsituation immer eine künstliche, asymmetrische Interaktion unter Fremden, wobei die Distanz als Vorteil angesehen wird, um durch professionelle Kommunikation in kurzer Zeit viel zu erfahren.²³⁷ Um den alltäglichen Bedeutungshorizont der Korrespondenten erfassen und aktualisieren zu können, ist es sinnvoll, sie vor Ort in ihrem gewohnten Berufsumfeld zu interviewen.²³⁸ Dafür bietet sich eine halbstandardisierte Leitfaden-Befragung an, die versucht, durch Vermittlung

²³³ Für Flick (2000: 71) wird die Person des Forschers dadurch sogar zum zentralen „Instrument“ der Erhebung und Erkenntnis.

²³⁴ Dabei erfolgt das Sinnverstehen zirkulär und setzt eine reflektive Beziehung zwischen Forscher und Erforschem voraus. Vgl. Lamnek (1995a: 25-26).

²³⁵ Es lässt sich zudem oft leichter als eine teilnehmende Beobachtung durchführen. Vgl. Schnell/ Hill/ Esser (1999: 354-356) bzw. Friedrichs (1990: 226).

²³⁶ Vgl. Schnell/ Hill/ Esser (1999: 355).

²³⁷ Vgl. Friedrichs (1990: 229), Lamnek (1995b: 36), sowie Diekmann (2000: 375).

²³⁸ Vgl. Lamnek (1995b: 66).

zwischen standardisierter und nicht-standardisierter Befragung die jeweiligen Vor- und Nachteile dieser Methoden zu optimieren und den Blickwinkel auf das zu untersuchende Phänomen zu erweitern.²³⁹ Von den Befragten erfordern qualitative Interviews ein erhöhtes Maß an intellektueller und kommunikativer Kompetenz, die jedoch gerade bei Journalisten vorausgesetzt werden kann.

Generell ist darauf hinzuweisen, dass das Interview kein „neutrales“ Erhebungsinstrument ist und außerdem nur indirekt misst, indem es die *Aussagen über* Eigenschaften von Sachverhalten erfasst: Dass die Antworten – gerade in Bezug auf das ‘Rollenselbstverständnis’ – lediglich *Indikatoren* für die Beantwortung der Forschungsfragen liefern, muss bei der Auswertung berücksichtigt werden.²⁴⁰ Gleichfalls kann es passieren, dass die Befragten versuchen, ein möglichst positives Bild von sich zu zeichnen („Soziale Erwünschtheit“), wodurch die Antworten verzerrt werden können. Dieser Effekt lässt sich schwer vermeiden, nur durch eine geschickte Fragetechnik kann man versuchen, ihn etwas abzumildern.²⁴¹

IV.3. DAS UNTERSUCHUNGSDESIGN: ENTWICKLUNG DES INTERVIEWLEITFADENS

Die Konzeption des Interviewleitfadens für die qualitative Befragung orientiert sich am Fragebogen von Bengelstorff, den ich aber für die hier relevanten, in Kap. II. und III. aufgeworfenen Forschungsfragen thematisch erweiterte.²⁴² Die Interviewfragen behandeln die in Abb. 06 veranschaulichten Themenbereiche, ihre Dimensionen und Unteraspekte.

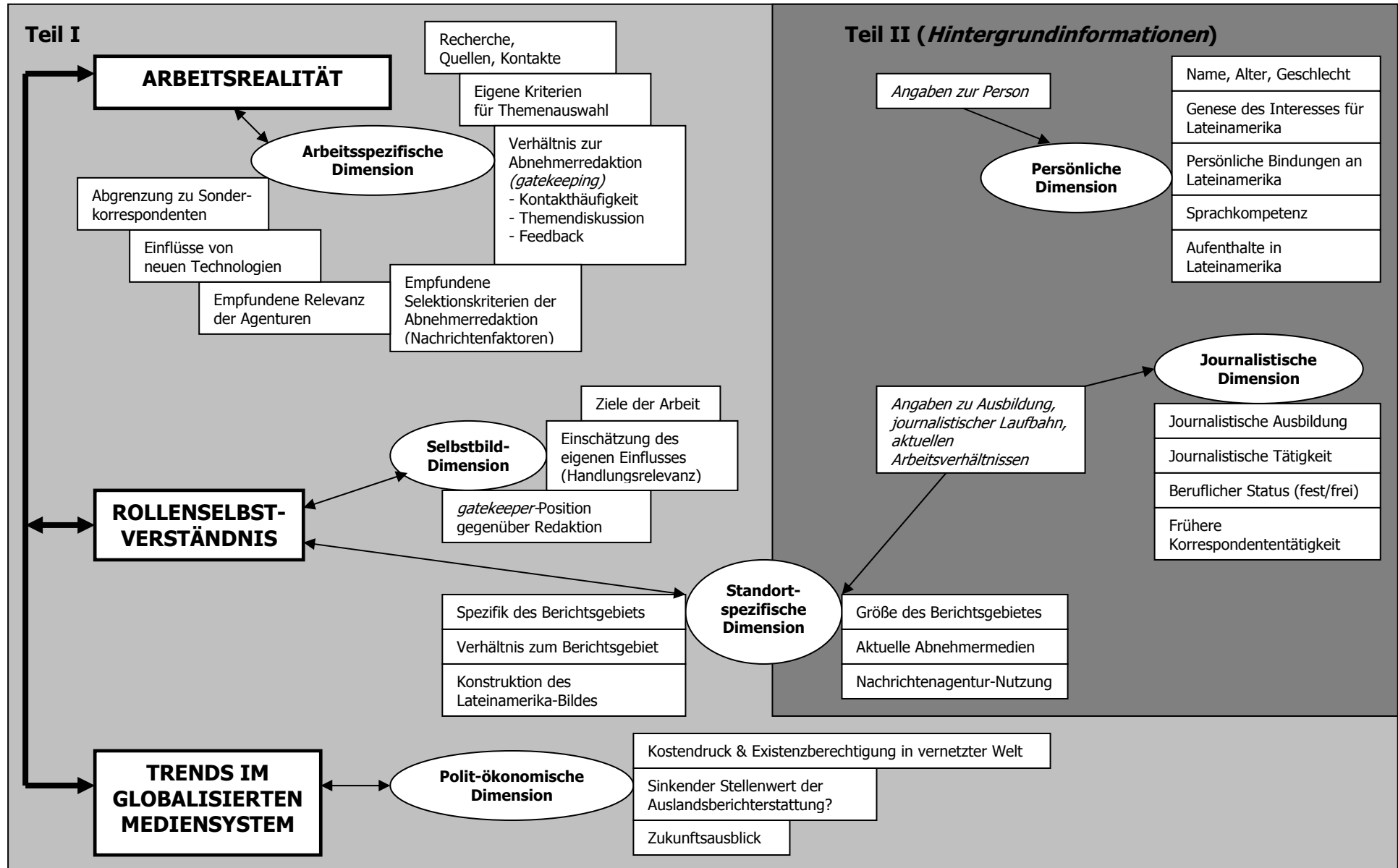
²³⁹ Vgl. Lamnek (1995b: 51). Bei dieser Verknüpfung von qualitativen und quantitativen Methoden wird auch von „Triangulation“ gesprochen, vgl. Diekmann (2000: 455) sowie Flick (2000: 40).

²⁴⁰ Vgl. Kromrey (1998: 339 bzw. 381).

²⁴¹ Vgl. Schnell/ Hill/ Esser (1999: 330-333) Zu möglichen Antwortverzerrungen und Fehlerquellen im Interview vgl. auch Diekmann (2000: 382-389).

²⁴² S. Anhang A: Interviewleitfaden. Da die Befragung im persönlichen statt telefonischen Gespräch erfolgen sollte, konnte zudem mehr Zeit für die Interviews einkalkuliert werden als bei Bengelstorff (2001).

Abb. 06: THEMENBEREICHE DER BEFRAGUNG MIT DIMENSIONEN UND UNTERKATEGORIEN (Eigener Entwurf)



Dabei verdeutlichen die Pfeile im Schaubild die Annahme, dass sich Arbeitsrealität, Rollenselbstverständnis und die sich aus dem globalisierten Mediensystem ergebenden Trends für die Korrespondentenarbeit gegenseitig beeinflussen. Gleichzeitig gehe ich davon aus, dass Ausbildung, berufliche Laufbahn und das Lateinamerika-Fachwissen der Korrespondenten entscheidenden Einfluss auf Themenauswahl, Berichterstattung und das Rollenselbstverständnis der Korrespondenten haben können, wodurch diese Angaben als Hintergrundwissen für die Interpretation relevant sind.²⁴³ Die Wechselwirkungen zwischen den einzelnen Dimensionen werden jedoch zugunsten der Überschaubarkeit nicht dargestellt.

Der Schwerpunkt des aus diesen Überlegungen heraus entwickelten Interviewleitfadens liegt auf offenen Fragen zur Arbeitsrealität (Teil I.1. des Interviewleitfadens) und zum Rollenselbstverständnis (Teil I.2.), um den Korrespondenten möglichst viel Raum für ihre Schilderungen zu geben (s. Anhang A). Nur in Einzelbereichen wird mit standardisierten Fragen nachgehakt, um die Korrespondenten auf einer Skala von 1 bis 4 einschätzen zu lassen, an welchen Themen die Abnehmerredaktionen wie stark interessiert sind (Fragenkomplex I.1.4.), um die Differenz zwischen Anspruch der Korrespondenten und Wirklichkeit („Handlungsrelevanz“) zu erfassen (Fragenkomplexe I.2.2. und I.2.3.) und um das Verhältnis der Korrespondenten zum Berichtsgebiet zu ermitteln (Fragenkomplex I.2.4.). Zum Schluss werden in einem standardisierten Verfahren Selbstauskünfte zur Person, Ausbildung und journalistischer Laufbahn erfragt (Teil II.).

Als eine Art *pre-test* für die Befragung führte ich ein telefonisches Gespräch mit dem ersten *ARD*-Auslandskorrespondenten in Buenos Aires, Wolf Grabendorff, das Teile des Interviewleitfadens einbezog, aber nicht zur Auswertung herangezogen wurde, sondern lediglich als Hintergrundwissen diente (s. Anhang C).

IV.4. AUSWAHL DES *SAMPLE* UND DURCHFÜHRUNG

Der Auswahl der zu befragenden Personen (*sample*) lag die Annahme zugrunde, dass Argentinien, Brasilien und Mexiko als die „drei großen“ lateinamerikanischen Länder bedeutende Standorte für die Berichterstattung sind.²⁴⁴ Da die meisten deutschsprachigen Korrespondenten jeweils bei der Deutschen Botschaft akkreditiert sind, stellte

²⁴³ Zum Einfluss der Ausbildung und des Werdegangs auf berufliche Einstellungen der Journalisten (Rollenkontext) vgl. Weischenberg/ Scholl/ Löffelholz (1994b: 155).

²⁴⁴ So befinden sich z.B. die beiden Lateinamerika-Studios der *ARD* in Buenos Aires und Mexiko-Stadt, das *ZDF* ist in Rio de Janeiro vertreten. Natürlich befinden sich auch vereinzelt Korrespondenten z.B. in Chile, Kolumbien oder Mittelamerika, die jedoch aus reise- und forschungsökonomischen Gründen nicht berücksichtigt werden.

ich den Kontakt zu den diplomatischen Vertretungen in den genannten drei Ländern per E-mail her, woraufhin ich je eine Liste mit den akkreditierten deutschsprachigen Journalisten erhielt (insgesamt 50). Von diesen wählte ich die Korrespondenten der relevantesten Medien aus (insgesamt 34) und schrieb sie per E-mail oder Fax im Juli und August 2001 an (Rücklaufquote 76 Prozent).²⁴⁵ Während meines Aufenthalts in Argentinien, Brasilien und Mexiko (September bis Dezember 2001) ermöglichten mir 29 Journalisten persönliche Gespräche. Mit 25 Korrespondenten führte ich qualitative Leitfaden-Interviews, die zwischen 40 Minuten und zwei Stunden dauerten, aufgezeichnet wurden und die Grundlage der Auswertung bilden.²⁴⁶

Abb. 07: Interviewte Korrespondenten in Lateinamerika

Medium	Standort	Korrespondentenanzahl (beruflicher Status)*
ARD-Fernsehen	Buenos Aires, Mexiko-Stadt	2 (fest)
ARD-Hörfunk	Buenos Aires, Mexiko-Stadt	2 (fest)
ZDF	Rio de Janeiro	1 (fest)
dpa	Buenos Aires, Mexiko-Stadt	2 (fest)
Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)	Buenos Aires, Mexiko-Stadt	2 (fest)
Frankfurter Rundschau (FR)	Buenos Aires, Mexiko-Stadt	2 (1 fest, 1 „fester Freier“)
Süddeutsche Zeitung (SZ)	Buenos Aires	1 (fest)
Der Spiegel	Rio de Janeiro	2 (1 fest, 1 „fester Freier“)
Handelsblatt	Buenos Aires, São Paulo, Mexiko-Stadt	3 (2 „feste Freie“, 1 frei)
taz – die tageszeitung	Buenos Aires, São Paulo, Mexiko-Stadt	3 (2 frei, 1 „fester Freier“)
Neue Zürcher Zeitung (NZZ)	Mexiko-Stadt	1 (fest)
Tagesanzeiger (Zürich)	Buenos Aires	1 (fest)
Stern	Rio de Janeiro	1 (fest, jetzt im Ruhestand)
Diverse Regionalzeitungen	Rio de Janeiro	1 (frei)
Deutsche Welle-Hörfunk/ ARD	Buenos Aires	1 (frei)

* Hier wird zwischen festangestellt (fest), freiberuflich (frei) und Pauschalist mit Vertrag („fester Freier“) unterschieden.

²⁴⁵ Der Rücklauf von 26 Korrespondenten ist geringer als die tatsächlich vor Ort angetroffenen Korrespondenten, da ich dort jeweils auch an Kollegen weitergeleitet wurde.

²⁴⁶ Zu den ausgewählten Befragten zählen auch die deutschschweizer Korrespondenten von *Tagesanzeiger* und *Neuer Zürcher Zeitung*, da gerade die NZZ auch in Deutschland viel gelesen wird und für ihre gute Auslandsberichterstattung bekannt ist. Journalisten österreichischer Medien sind nicht bei den Deutschen Botschaften akkreditiert und wurden daher nicht ausgewählt. Die Gespräche wurden auf MiniDisc aufgenommen, lediglich bei zwei Gesprächen fehlt leider ein Teil der Aufnahme, in einem Fall konnte dafür ein Gedächtnisprotokoll angefertigt werden.

IV.5. DIE AUSWERTUNG: QUALITATIVE INHALTSANALYSE

Die Transkription der aufgezeichneten Interviews stellt den ersten Schritt der Auswertung dar.²⁴⁷ Dabei wird der vollständige Wortlaut der Antworten auf die offenen Fragen in eine lesbare Form gebracht. Die Antworten auf die standardisierte Skalenbewertung wurden während des Gesprächs schriftlich im Fragebogen festgehalten. Die Angaben zu Person, Ausbildung und Werdegang wurden stichwortartig notiert und jeweils an den Anfang der transkribierten Interviews gestellt.²⁴⁸

Die inhaltliche Auswertung erfolgt nach der qualitativen Methode der zusammenfassenden Inhaltsanalyse nach Mayring, wobei das Material so reduziert wird, dass ein überschaubarer Kurztext entsteht, doch die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben.²⁴⁹ Im Anhang C dieser Studie wird dem transkribierten Material der jeweilige Kurztext rechts zur Seite gestellt.²⁵⁰ Aus diesen abstrakten Aussagen, die das ursprüngliche Material auf einer einheitlichen Sprachebene paraphrasieren und generalisieren, werden Kategorien (Textmerkmale) induktiv entwickelt. Für die Untersuchung ist lediglich das transkribierte Material relevant, dessen Aussagen sich auf die in Kapitel IV.3. spezifizierten Dimensionen bezieht, der restliche Text dient als Hintergrundwissen.²⁵¹ Übergeordnetes Ziel der qualitativen Inhaltsanalyse ist eine Typenbildung, eine Herausarbeitung der inhaltlichen Gemeinsamkeiten und Unterschiede, die eventuell Syndrome oder Grundtendenzen ergeben:

„Die Generalisierung der Ergebnisse soll über das Typische, über Repräsentanz und nicht über Repräsentativität erreicht werden.“²⁵²

Um Fehlinterpretationen, die durch die Datenreduktion entstehen können, weitestgehend auszuschließen, werden bei der Darstellung und Diskussion der Ergebnisse in Kapitel V. und VI. sämtliche gewonnenen Daten berücksichtigt.

²⁴⁷ Vgl. Lamnek (1995b: 108).

²⁴⁸ Vgl. Anhang A: Interviewleitfaden. Als nonverbales Element wird nur Lachen notiert, um den entsprechenden Tonfall anzudeuten. Dagegen werden Pausen, Sprechgeschwindigkeit und Betonungen vernachlässigt, weil sie nicht Gegenstand der Interpretation sind.

²⁴⁹ Vgl. Mayring (1990: 55) bzw. Flick (2000: 212-215).

²⁵⁰ Um die Kurztexte aus den 25 Interviews vergleichen zu können, ordnete ich sie in einer Tabelle nach thematischen Aussagen ein. Diese Tabelle ist zu umfangreich für die Dokumentation im Anhang, stellt lediglich einen Zwischenschritt der Auswertung dar und kann bei Bedarf bei mir eingesehen werden.

²⁵¹ Dieses Verfahren ist gerade bei großen Materialmengen sinnvoll, vgl. Mayring (1990: 57). Besonders prägnante Aussagen und illustrative Beispiele, die die Befragten schildern, können als „Ankerbeispiele“ in Zitatform erwähnt werden, ohne unbedingt kategorisiert werden zu müssen.

²⁵² Lamnek (1995b: 118).

V. EMPIRISCHE ERGEBNISSE

V.1. ARBEITSREALITÄT

V.1.1. KORRESPONDENTENPROFILE

Der typische Auslandskorrespondent in Lateinamerika ist männlich, 44 Jahre alt und arbeitet seit 19 Jahren als Journalist. Er verfügt über ein abgeschlossenes Hochschulstudium, hält sich seit sieben Jahren in Lateinamerika auf und zählt 16 verschiedene Länder zu seinem Berichtsgebiet.

Hinter diesen Durchschnittswerten verbergen sich jedoch Daten, die stark variieren und im Folgenden differenzierter betrachtet werden sollen. Von 25 Korrespondenten sind 20 Männer und 5 Frauen. Drei Viertel der Befragten sind Printjournalisten, drei Korrespondenten arbeiten als Fernseh- und drei als Hörfunkjournalisten für öffentlich-rechtliche Sendeanstalten, zwei für die Deutsche Presse Agentur und zwei gleichzeitig für unterschiedliche Mediengattungen. Dabei stehen 14 Korrespondenten in einem festen Arbeitsverhältnis, fünf arbeiten als „feste Freie“²⁵³, weitere fünf als freiberufliche Journalisten. Ein langjähriger Korrespondent ist jetzt im Ruhestand, war vorher lange Zeit festangestellt und arbeitete nach der Schließung seines Büros freiberuflich weiter. Zehn der Befragten sitzen in Buenos Aires, zwei in São Paulo, fünf in Rio de Janeiro und acht in Mexiko-Stadt. Die meisten Auslandskorrespondenten mit Sitz in Argentinien sind für fünf bis zehn Länder in Südamerika zuständig, ihre Kollegen in Mexiko meist für 20 Länder in Mittelamerika und der Karibik. Zwei freie Journalisten bearbeiten ausschließlich ein oder zwei Länder, während fünf als Korrespondenten für ganz Lateinamerika für mehr als 30 Länder zuständig sind.

Alle Befragten besitzen ein hohes Bildungsniveau, so schlossen 23 Korrespondenten ihr Hochschulstudium ab (davon promovierten fünf und zwei absolvierten einen Aufbaustudiengang). Nur zwei brachen ihr Studium ab und genossen stattdessen eine Ausbildung als Volontär oder Journalistenschüler. Von den 23 Hochschulabsolventen bildeten sich sieben zusätzlich durch ein Volontariat und zwei in einer Journalistenschule fort. Alle Korrespondenten sprechen mindestens eine der relevanten Sprachen (Spanisch oder Portugiesisch) ihres Berichterstattungsgebietes, 32 Prozent geben an, beide

²⁵³ Damit sind Pauschalisten mit Vertrag gemeint, die einen Status zwischen 'festangestellt' und 'freiberuflich' haben.

Sprachen zu beherrschen und 20 Prozent haben Grundkenntnisse der zweiten Sprache. Die Angaben der Befragten zu ihrer Aufenthaltsdauer in Lateinamerika variieren zwischen zwei Monaten und 32 Jahren sehr stark. 84 Prozent arbeiten seit ihrer Ankunft im Berichtsgebiet als Korrespondenten. Lateinamerika war für 36 Prozent der Befragten völliges Neuland, dagegen waren 64 Prozent vor ihrer Tätigkeit als ständige Korrespondenten schon zeitweise in der Region unterwegs.²⁵⁴ Wie ihr Interesse für die Region entstand, lässt sich aus den Angaben der Korrespondenten wie folgt kategorisieren:

Abb. 08: Genese des Interesses für Lateinamerika

Kategorien (aus Angaben der Korrespondenten)	Anteil der Korrespondenten (in %)	Art der Entscheidung
Intensive, teilweise auch wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Literatur, Kultur und Politik Lateinamerikas	32	Bewusst : 64 %
Politisches Interesse (Interesse für Entwicklungszusammenarbeit und Menschenrechte, Sozialisation über 3. Welt-Gruppen)	20	
Neugier für die Region	12	
Zufall	28	Unbewusst: 36 %
In Lateinamerika aufgewachsen	4	
Weiß nicht	4	

Dass sich 64 Prozent der Korrespondenten bewusst für Lateinamerika interessierten und sich viele von ihnen vorher intensiv mit der Region beschäftigten, lässt – ebenso wie die relativ lange Aufenthaltsdauer und die vorherigen Besuche in Lateinamerika – darauf schließen, dass sie profunde Kenntnisse des Berichtsgebietes besitzen. Fast alle geben an, dass sie Freundschaften und Bindungen zu Lateinamerikanern haben.²⁵⁵ Auch die Tatsache, dass nur sieben der 25 Befragten vorher schon in einer anderen Weltregion als Auslandskorrespondenten tätig waren, kann auf ein ausgeprägtes Interesse an Lateinamerika hinweisen.²⁵⁶

²⁵⁴ Von diesen 16 Korrespondenten (= 64 Prozent) waren neun als Journalisten und sieben in anderen Projekten tätig oder aus privaten Gründen in Lateinamerika.

²⁵⁵ Dieses Ergebnis muss allerdings relativiert werden, da es sehr wahrscheinlich ist, dass die Frage ein verzerrtes Antwortverhalten hervorruft, das sich nach „sozialer Erwünschtheit“ richtet. Außerdem definiert jeder der Befragten „Freundschaften und Bindungen zu Lateinamerikanern“ unterschiedlich.

²⁵⁶ Dies kann allerdings auch andere (persönliche oder zufällige) Gründe haben.

V.1.2. RECHERCHEQUELLEN

Zu den wichtigsten Recherchequellen gehören für viele Korrespondenten die Zeitungen ihres Berichtsgebietes und direkte persönliche Kontakte. Nachrichtenagenturen spielen bei der Informationssuche keine große Rolle: 44 Prozent der Korrespondenten abonnieren keinen Agenturdienst, 16 Prozent nutzen nur eine einzige Agentur. Es fällt auf, dass die *EFE*-Abonnenten (5 Korrespondenten) die Lateinamerika-Berichterstattung der spanischen Agentur als sehr kompetent und umfassend einschätzen. Weitere Agenturen, die die Korrespondenten nutzen, sind *AFP* (7 Nennungen), *Reuters* (7), *AP* (5), *dpa* (5), *UPI* (1), *epd* (2), *IPS* (1), *sid* (1), *vwd* (1), *KNA* (1) – um einerseits aktuell informiert zu sein und andererseits zu wissen, was ihre Abnehmerredaktion in Deutschland über Lateinamerika liest. Nationale und regionale Agenturen spielen nur für die beiden Agenturjournalisten eine Rolle, die die kubanische *Prensa Latina*, die mexikanische *Notimex*, die *Caribbean Media Corporation (CMC)* sowie die argentinische *TELAM* und *DYN* nutzen.

Gute persönliche Kontakte sind für viele Korrespondenten eine Voraussetzung für eine qualitativ hochwertige Berichterstattung. Gesprächspartner in den Ländern ihres Berichtsgebietes sind Politiker, Intellektuelle, lokale Journalisten, Wirtschaftsfachleute, Regierungsstellen, Rechtsanwälte, Unternehmer, Gewerkschaften, soziale Bewegungen (z.B. Umwelt- und Menschenrechtsgruppen), Universitäten, Institute, Diplomaten, internationale Nichtregierungsorganisationen, deutsche politische Stiftungen, deutsche Botschaften, Goethe-Institute, Entwicklungshilfeorganisationen, jeweilige Akteure/ Betroffene, Kollegen, Freunde. Das Informantennetz wird um so dichter, je länger die Korrespondenten in Lateinamerika tätig sind. Um sich neue Kontakte aufzubauen, geht beispielsweise der *ARD*-Hörfunkkorrespondent in einem zunächst unbekannten Land immer zuerst zu einer kleinen privaten Radiostation:

„Meistens klappt es auch gleich im ersten Anlauf [...], dass man gute Beziehungen aufbauen kann und sagt: ‘Passt auf, ich würde euch gerne bei der einen oder anderen Sache helfen.’ Also was zum Beispiel sehr gut geht, sind Klassik-CDs aus Deutschland. Da sag ich: ‘Na klar, bringe ich euch die mit und ich würde von euch gerne so etwas haben, dass man mal sprechen kann, ihr seid gut informiert und sagt mir, was ist so im Lande los, also Sachen, die nicht in den Agenturen stehen.’ Und dass man auch aufs Archiv [zugreifen kann] – und das ist Gold wert – dass ich also in Haiti ins Archiv gehen kann und die mir sagen: ‘Was willst du haben, Duvalier, 1957, Amtsantritt, kein Problem.’ Dann holen die mir das raus und dann habe ich wunderbare O-Töne, Kuba ist auch ganz wichtig.“

Matthias Reiche/ *ARD*-Hörfunk/Mexiko-Stadt (AK 20)²⁵⁷

²⁵⁷ AK steht für Auslandskorrespondent. Jedem befragten Korrespondenten wurde eine Zahl zugewiesen, um die 25 Korrespondenten „verwalten“ zu können. Vgl. S. 112 bzw. Anhang C.

An diesem Beispiel wird deutlich, wie sehr die Arbeitsweisen und –strategien der Korrespondenten je nach Mediengattung differieren. Insbesondere Printjournalisten betonen die eigene Anschauung und Erfahrung sowie ihr Archiv aus Zeitungen und eigenen Notizen als relevante Recherchequellen. Dagegen greifen Fernsehjournalisten häufig auf Informationen ihrer *stringer* und *producer* in den wichtigsten Ländern des Berichtsgebietes zurück. Ebenso sind für Agenturjournalisten die Kollegen des spanischsprachigen *dpa*-Dienstes die ersten Ansprechpartner in den einzelnen Ländern.

Neben den Tageszeitungen erwähnen die Korrespondenten als weitere mediale Quellen verschiedene Fachpublikationen zu Lateinamerika sowie Radio und Fernsehen des Berichtsgebietes. Eine wichtige Rolle scheint *CNN en español* zu spielen: 20 Prozent der Korrespondenten geben an, den Fernsehsender zu benutzen, weil er als einziges aktuelles Medium Informationen liefert, die ganz Lateinamerika betreffen.

„...ich [bin] eigentlich sehr froh, dass ich es habe, auch so ein bisschen, wenn ich um zehn die Nachrichten gesehen habe, dann weiß ich, ob mich am nächsten Morgen Bernd Pickert [sein taz-Redakteur, Anm. S.L.] um 6 Uhr rausklingelt. Fernseh-nachrichten und Internet dienen für mich auch so ein bisschen zur Beruhigung, wenn ich überarbeitet bin und ich weiß, gut, morgen ruft keiner an, darüber brauche ich nichts schreiben – was natürlich schon auch so eine Schere ist: Was CNN nicht hat, das habe ich auch erst mal nicht.“

Ingo Malcher/ *taz*, *epd*, *Woche*, *Facts*, u.a./Buenos Aires (AK 01)

CNN en español wirkt insofern teilweise als Filter und *agenda setter* für die aktuelle Themenfindung der Korrespondenten.

V.1.3. ANSTOß FÜR DIE THEMENAUSWAHL

Wer oder was die Korrespondenten normalerweise veranlasst, einen Artikel zu schreiben oder einen Beitrag zu produzieren, können sie nicht eindeutig benennen. Es sei vielmehr ein Zusammenspiel aus verschiedenen Faktoren. Am häufigsten können gleichwertig die beiden Kategorien 'Aktuelle Ereignisse' (aus Agenturen, Zeitungen, Fernsehnachrichten) und 'persönliches Interesse' aus den Angaben der Korrespondenten identifiziert werden. Auch 'antizipiertes Rezipienteninteresse' ist ein mehrmals genanntes Motiv, während 'Vorschläge der Redaktion' eher selten zur Themenfindung beitragen. Der *ARD*-Fernsehkorrespondent in Buenos Aires beschreibt die Kategorie 'etwas Bildstarkes', so dass hier auf die Relevanz des für die Fernsehberichterstattung entwickelten Nachrichtenfaktors 'Visualität' geschlossen werden kann:²⁵⁸

²⁵⁸ Vgl. hierzu Meckel/ Kamps (1998: 23).

„Das Bild bestimmt auch die Auswahl der Themen. Das Fernsehen hat sich ja sehr verändert in den letzten zehn Jahren, das hat die ARD auch enorm verändert, ich bin mir sicher, dass Sie früher viel leichter was zur Wirtschaftskrise in Lateinamerika hätten unterkriegen können. Da haben Sie heute wirklich ein Problem, auch im Weltspiegel: Wie wollen Sie es denn bebildern? Wenn die Leute auf die Straße gehen und Straßenblockaden machen und Autoreifen brennen und es in Salta auch noch zwei Tote gibt, ja dann können sie noch mal vorstellig werden bei der Tageschau. Aber im Grunde genommen, Währungsverfall, drohender Bankrott, ja die Zeitungskollegen können das noch schreiben, und auch die Hörfunkkollegin kann da noch, aber als Fernsehen? [...] Das Bild bestimmt, das ist ganz wichtig.“

Klaus Weidmann/ ARD-Fernsehen/ Buenos Aires (AK 03)

Außerdem bestimmt nach seinen Angaben der 'Kostenfaktor' auch im öffentlich-rechtlichen Fernsehen immer mehr die Themenauswahl:

„Ich kann nicht einfach in die Antarktis fahren und dann eine schöne Reportage machen ein paar Wochen lang. Das geht erstens nicht, weil ich präsent sein muss für die Aktualität, ich muss erreichbar sein, das erwartet man von mir. ARD-aktuell hat nach wie vor Priorität. Und zweitens, Lebenshaltungskosten sind in Südamerika sehr hoch, Flüge sind teuer, Hotels usw. und dann wird immer gefragt, wie teuer es ist. Der Weltspiegel sagt, die Minute darf nicht mehr als zweitausend Mark kosten. Da sind Sie aber ganz schnell dabei. Und deswegen machen Sie diese Huckepack-Produktionen, aber das geht nicht immer. Also der Kostenfaktor spielt auch eine große Rolle – und immer mehr auch bei ARD-aktuell.“

Klaus Weidmann/ ARD-Fernsehen/ Buenos Aires (AK 03)

Andere verspüren dagegen mehr Freiheit, ihre eigenen Schwerpunkte zu setzen:

„Ein Teil dieser Freiheit, die sozusagen die andere Seite dieser relativen Unverbindlichkeit dieser Arbeitsbeziehung ist, ist eben, mir die Wichtigkeit auch selber setzen zu können. [...] D.h., es gibt relativ wenig, was ich machen muss [...]. Ich mache am liebsten Themen, die ein bisschen abseits dessen liegen, was man erwarten würde aus Mexiko.“

Anne Hufschmid/ taz, WoZ, NZZ, u.a./ Mexiko-Stadt (AK 18)

„Ich habe mir mal so eine Liste gemacht, von ein paar Attributen, die ein Beitrag haben sollte, um gesendet zu werden. Er sollte entweder Informationswert haben oder Unterhaltungswert oder Nachrichtenwert oder irgendwie einen Schulwert, also einen Bildungswert. Alle Attribute werden natürlich nie in einem Beitrag sein, aber ich versuche immer, dass wenigstens zwei drin sind. [...] Wenn ich Claudia Schiffer auf Werbepostern für die kolumbianische Armee als Beitrag mache, dann muss das wenigstens noch unterhaltsam sein. Weil, darüber nur zu informieren, also Nachrichtenwert hat es nicht, einen Informationswert kann es haben, aber dann muss ich es noch gut gemacht haben, sonst bringt es nichts. Meistens haut es dann auch ganz gut hin, also bei Themen, die nicht aktuell sind.“

Matthias Reiche/ ARD-Hörfunk/ Mexiko-Stadt (AK 20)

Insbesondere bei der Auswahl von Themen, die nicht tagesaktuell sind, haben die Korrespondenten offensichtlich eine stärkere *gatekeeper*-Position. Dabei spielt die generelle journalistische Motivation der einzelnen Korrespondenten eine wichtige Rolle, die das Rollenselbstverständnis entscheidend prägt (s. Kapitel V.2.2).

V.1.3.1. DER „DEUTSCHLAND-BEZUG“

Mehr als drei Viertel der deutschsprachigen Lateinamerika-Korrespondenten achten bei ihrer Themenauswahl auf einen Bezug zu Deutschland (bzw. der Schweiz), da er als „Türöffner“ zur Abnehmerredaktion fungiert und sich dadurch die Themen leichter „verkaufen“ lassen. Drei Korrespondenten erkennen sogar eine steigende Tendenz dieses Verhaltens. Auf die Frage, inwiefern sie auf einen „Deutschland-Bezug“ achten, antworten beispielsweise die folgenden Korrespondenten:

„Sehr, weil das natürlich die Chance, hier etwas über die Region zu berichten, erhöht, je stärker dieser Bezug da ist. Also Themen, die nicht von einer unheimlichen Dimension sind und die keinen Deutschland-Bezug haben, haben eigentlich kaum eine Chance, obwohl sie vielleicht für die Entwicklung in der Region durchaus wichtig sind. Ein Deutschland-Bezug ist eigentlich immer, oder zunehmend – wenn es nicht Themen sind, die sich aufdrängen – eigentlich die Voraussetzung dafür, dass man es unterbringt.“

Walter Brähler/ARD-Fernsehen/Mexiko-Stadt (AK 19)

„Es gibt die berühmte Tangente. Es ist schon mal eine erhöhte Chance zur Veröffentlichung des Textes vorhanden, wenn er eine Tangente auf den deutschen Schauplatz oder den europäischen Schauplatz enthält, also wenn Themen heiß diskutiert werden drüben, wo man was Substantielles von hier beitragen kann. Oder wenn ganz bestimmte Stereotypen anklingen oder Schlüsselworte. In Brasilien war das immer 'Tropenwald', 'Wald', 'Indianer'.“

Carl Goerdeler/diverse Tageszeitungen/Rio de Janeiro (AK 16)

„Ein Deutschland-Bezug ist schön, aber nicht notwendig, für uns als FAZ. Ich möchte irgendwann mal dahin gelangen, wie das Vorbilder von mir können, wie ein Walter Haubrich in Madrid oder ein Richard Bauer, der Kollege von der Neuen Zürcher hier in Mexiko, dass er sowohl für die breit interessierte, das heißt also nicht im Detail interessierte Leserschaft in Deutschland, oder in seinem Fall in der Schweiz, berichten kann, aber genauso gut eben hier von der hiesigen deutschsprachigen Gemeinde als bereichernd empfunden wird. Denn Sie müssen ja immer bedenken, die Zeitung wird auch im ganz kleinen Rahmen hier in Mexiko gelesen, aber es sind natürlich im Grunde die schärfsten Kritiker, diejenigen, die in dem Land leben und es kennen. [...] Sie wollen im Grunde auch, dass - wäre der Artikel übersetzt - ein Mexikaner dort noch etwas rauszieht, was er möglicherweise in der hiesigen Presse noch nicht gelesen hat.“

Christian Geinitz/FAZ/Mexiko-Stadt (AK 21)

Die Aussagen der Korrespondenten zum „Deutschland-Bezug“ (D-Bezug) lassen sich in die folgenden Kategorien einteilen:

Abb. 09 : Der Einfluss des „Deutschland-Bezugs“ auf die Themenauswahl

Kategorie	Begründung	Anteil der Korrespondenten (in %)*
Achtet <i>stark</i> auf D-Bezug	- Verkaufsargument - Türöffner - Ohne D-Bezug ganz schwer, Tendenz steigend - Gut, um Hintergründe zu transportieren	43
Achtet auf D-Bezug, ist aber für Themenauswahl eher <i>sekundär</i> bzw. achtet auf <i>indirekten</i> D-Bezug	- D-Bezug sekundär, aber nicht unwichtig - D-Bezug bietet sich manchmal an - achtet auf Themen, die für deutsche Rezipienten interessant sein könnten (indirekter D-Bezug) - D-Bezug kann Interesse wecken - D-Bezug bei Berichterstattung über Entwicklungshilfeprojekte gerechtfertigt	33
Achtet <i>nicht</i> auf D-Bezug	- schön, aber nicht notwendig - leistet sich den Luxus, auch ohne D-Bezug zu berichten	24

* Die Prozentzahlen sind gerundet, da sich insgesamt 21 Korrespondenten zum Deutschland-Bezug äußerten, so dass die Grundmenge in diesem Fall 21 statt 25 ist.

Indem sie insbesondere Themen mit „Deutschland-Bezug“ auswählen, orientieren sich die Korrespondenten stark an den Vorgaben der Abnehmerredaktion: Sieben Journalisten geben an, dass die Redaktion stark am „Deutschland-Bezug“ interessiert sei.

V.1.4. VERHÄLTNIS ZUR ABNEHMERREDAKTION

Das Verhältnis der Korrespondenten zu ihrer Abnehmerredaktion wird entscheidend durch die Kommunikation zwischen beiden Akteuren geprägt. 90 Prozent der Korrespondenten geben an, dabei `in der Regel` bzw. `zu 70 bis 100 Prozent` selbst die Themen vorzuschlagen.²⁵⁹ Bei den restlichen zehn Prozent ergreifen Korrespondent und Redaktion zu gleichen Teilen die Initiative bei der Themenfindung. Inwiefern die Korrespondenten die Zusammenarbeit mit der Heimatredaktion beurteilen, wurde indirekt durch ihre diesbezüglichen Aussagen ermittelt. Jedes Interview, das die Indikatoren `Kontakthäufigkeit`, `Themenabnahme` und `Feedback` aufwies, ordnete ich unter Berücksichtigung der generellen Linie des Interviews in die für die Beurteilung der Zusammenarbeit relevanten Kategorien `gut`, `mittelmäßig` und `schlecht` ein.²⁶⁰

²⁵⁹ Auch bei dieser Fragestellung wurde auf die Grundmenge von 21 Korrespondenten zurückgegriffen.

²⁶⁰ Über die grobe Vereinfachung der Beurteilung dieser Thematik anhand dieser drei Kategorien bin ich mir bewusst. Die Vorgehensweise erscheint mir dennoch gerechtfertigt, da sie gemäß des qualitativen

Insgesamt ergibt sich, dass diese Zusammenarbeit für 59 Prozent der Korrespondenten 'gut' abläuft:²⁶¹

„Wir haben eine sehr sehr große Freiheit. Diese längerfristigen Sachen, die völlig der Aktualität entbehren, die kündige ich teilweise noch nicht mal an. Ich recherchiere sie, schreibe sie, und bevor ich sie dann sende, sage ich, 'Leute, da habe ich euch was gemacht'. Und mir ist es noch nicht passiert, dass sie gesagt haben, 'ja, da hast du dein Pulver aber umsonst verschossen, das interessiert uns nicht'. Vielleicht hat das auch wieder mit der Politik der Zeitung zu tun, dass man einem Korrespondenten die Länder anvertraut. Man sagt, 'das, was du siehst und berichtest, ist das, was uns interessiert'. Natürlich haben die ein Auge drauf.“

Christian Geinitz/ FAZ/Mexiko-Stadt (AK 21)

„Wenn es etwas sehr Wichtiges ist, dann ist das Feedback stärker, massiver, häufiger und wenn wir Flaute haben, dann halt weniger. Es ist sehr pragmatisch. Aber ich habe ein sehr gutes Austauschverhältnis mit [den Redaktionen] Politik, Nachrichten, Wirtschaft - die drei Haupt-Ressorts für mich.“

Romeo Rey/ FR/Buenos Aires (AK 02)

Bei 18 Prozent der Korrespondenten erscheint die Zusammenarbeit dagegen 'mittelmäßig' und bei 23 Prozent 'schlecht':

„[...] das größte Problem, was ich im Augenblick empfinde, ist, dass die Kommunikation zwischen den Zeitungen und mir überhaupt nicht stimmt. D.h. auf meine Angebote oder Fragen kriege ich in zwei von zehn Fällen was zurück.“

Klaus Ehringfeld/ Handelsblatt und 9 weitere Zeitungen/Mexiko-Stadt (AK 24)

Neben dem beruflichen Status und dem persönlichen Draht zur Redaktion prägt auch die Länge des Aufenthaltes in Lateinamerika die Art der Kommunikation: Je länger die Korrespondenten vor Ort leben, um so selbstbewusster diskutieren sie über Themen.

„In den ersten Jahren, wo man im Land ist, ist man mehr oder weniger der Vertreter der Interessen der Heimatredaktion. Je länger man im Land ist, desto mehr wird man Vertreter der Interessen des Landes, in dem man ist. [...] Ein Redakteur ruft dich an und sagt, wir wollen unbedingt die Geschichte haben über das und das. Und dann sagst du als Korrespondent, wenn du mal acht Jahre da warst, no no no, das Thema ist ganz anders. Ihr seid falsch informiert, ihr habt nur, ich weiß nicht, New York Times gelesen und die Nachrichtenagenturen, aber in Wirklichkeit sind die Sachen anders. Das heißt, in den letzten Jahren war es so, dass ich mehr eigene Themen vorgeschlagen habe, einfach aus der Kenntnis dessen heraus, was hier vor sich geht [...].“

Rainer Fabian/ Stern/Rio de Janeiro (AK 17)

Einige Korrespondenten empfinden es als Problem, dass es „die Lateinamerika-Redakteure“ nicht mehr gibt, die in erster Linie für Lateinamerika zuständig sind und

Ansatzes zur Typenbildung beiträgt. Auf eine direkte Befragung der Korrespondenten zum Verhältnis zu ihren Redaktionen wurde verzichtet, um Antwortverzerrungen durch „Soziale Erwünschtheit“ zu vermeiden. Vgl. Kap. IV.2. bzw. IV.5.

²⁶¹ In diesem Fall war die Grundmenge 22 Korrespondenten.

ihnen als zentrale Ansprechpartner in der Redaktion für Themenabsprachen zur Verfügung stehen.

„[...] das ist in der taz schon lange nicht mehr der Fall. Und soweit ich weiß, aus meiner Erfahrung von den Kunden und Abnehmern her, ist das inzwischen eigentlich bei keiner Zeitung, die ich betreue, der Fall. [...] Wo man dann aber nicht mehr davon ausgehen kann, dass die systematisch mit solchen Leitmedien, wie El País es eben ist für die europäische Lateinamerika-Berichterstattung, umgehen, sie auf deutscher Seite auswerten und dir den Input über den Teich schicken. Und das ist im Grunde das Hauptproblem.“

Anne Huffs Schmid/ *taz*, *WoZ*, *NZZ*, u.a./ Mexiko-Stadt (AK 18)

Stattdessen fühlt sich ein Korrespondent sehr abhängig von den Ressortleitern:

„Es ist ja beim Spiegel ganz stark hierarchisch, alle Korrespondenten und alle Auslandsredakteure hängen vom Wohl und Wehe und von unserem Verhältnis zum Ressortleiter ab, das sind zwei [...], ich habe zu beiden einen sehr guten Draht, Gott sei Dank, aber damit steht und fällt eigentlich alles.“

Jens Glüsing/ *Spiegel*/ Rio de Janeiro (AK 15)

V.1.4.1. EMPFUNDENE SELEKTIONSKRITERIEN:

LEICHT UND SCHWER „VERKÄUFLICHE“ THEMEN

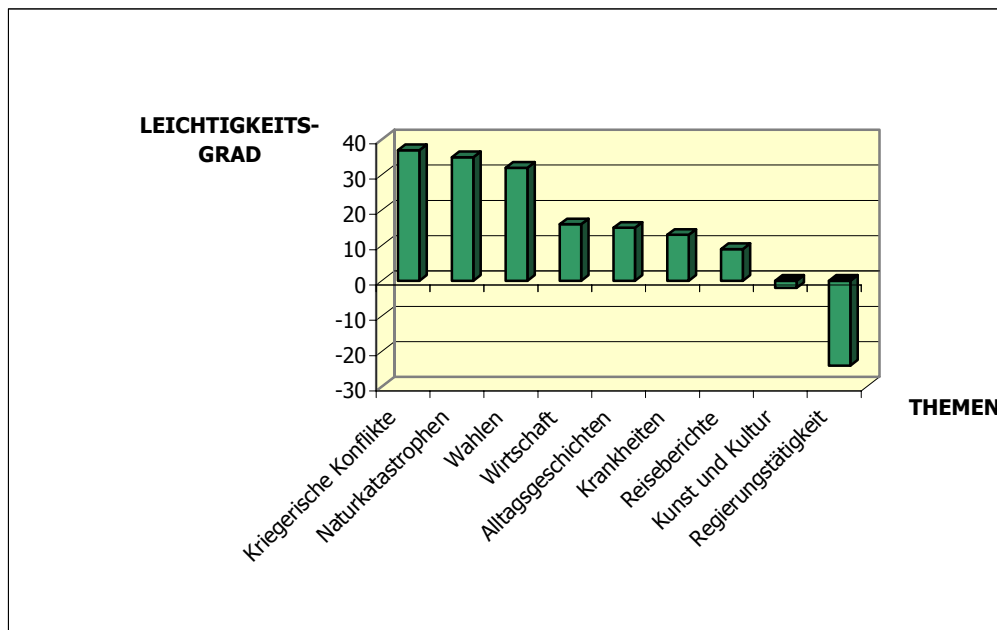
Welche Themen die Korrespondenten ihren Redakteuren leicht bzw. schwer „verkaufen“ können, wurde zunächst durch eine offene Frage ermittelt und als zusätzliche Kontrollmöglichkeit standardisiert erfragt. Aus dem standardisierten Verfahren ergibt sich, dass Themen mit starker Negativität wie ‘kriegerische Konflikte’ und ‘Naturkatastrophen’ sehr leicht zu verkaufen sind (vgl. Abb. 10).²⁶²

Fast ebenso leicht sind ‘Präsidentenwahlen’ abzusetzen, da viele deutsche Redaktionen dies offenbar als „Pflichtthema“ begreifen und es außerdem nach der Demokratisierung vieler lateinamerikanischer Länder als relevant einschätzen. Nur halb so leicht sind ‘Wirtschaftsthemen’ aus Lateinamerika zu verkaufen – obwohl viele Korrespondenten daran seit einigen Jahren ein steigendes Interesse seitens der Redaktionen spüren.²⁶³ ‘Alltagsgeschichten’, ‘Krankheiten’ und ‘Reiseberichte’ lassen sich mittelmäßig verkaufen, während es bei ‘kulturellen Themen’ schon schwieriger wird. Sehr schwer ist es schließlich, ‘Regierungstätigkeit’ (bzw. Innenpolitik) zu verkaufen.

²⁶² In Abb. 10 sind die verschiedenen Themen nach der Höhe ihres Leichtigkeitsgrads aufgeführt. Die ursprüngliche Reihenfolge der Fragen kann im Interviewleitfaden nachvollzogen werden (vgl. Anhang A).

²⁶³ Weitere Themenbereiche, die sich eher leicht verkaufen lassen, sind für einige Korrespondenten ‘Sport’ und ‘Umwelt’. Dies kann jedoch wegen der geringeren Repräsentativität nicht in Abb. 10 berücksichtigt werden.

Abb. 10: Welche Themen lassen sich wie leicht „verkaufen“?²⁶⁴



Themen	sehr leicht (Wert = 2)	eher leicht (Wert = 1)	eher schwer (Wert = -1)	sehr schwer (Wert = -2)	Enthaltung (Wert = 0)	Endergebnis „Leichtigkeit-grad“
Kriegerische Konflikte	17	6	1	1	0	37
Naturkatastrophen	17	4	1	1	2	35
Wahlen	15	7	1	2	0	32
Wirtschaft	5	13	5	1	1	16
Alltagsgeschichten	4	15	4	2	0	15
Krankheiten	6	10	7	1	1	13
Reiseberichte	6	6	7	1	5	9
Kunst und Kultur	1	10	8	3	3	-2
Regierungstätigkeit	1	4	6	12	2	-24

Aus der offenen Frage zu diesem Themenkomplex ergaben sich weitere Trends: So ist es für die Korrespondenten sehr leicht, Themen anzubieten, die vorhandene **Stereotype** entweder bestätigen oder entkräften – als Stichworte wurden genannt: Regenwald, Indianer, Landlose, Kinderhandel, Straßenkinder, Umweltkatastrophe, Amazonas.

„Leider ist das ein Großteil unserer Arbeit, die Klischees zu bestätigen, weil sich einfach viel zu wenig verändert hat. Ich stelle mir aber in der Theorie vor, viel mehr Zeit und Möglichkeit zu haben, nach Dingen zu suchen, die eben nicht diese Klischees bestätigen. Und es gibt sicherlich genügend Beispiele auf diesem Kontinent oder in dieser Gegend, wo man sehen kann, es tut sich etwas, es entwickelt sich etwas, Mexiko ist eben auch ein solches Land. Aber es ist eben in solchen Zeiten schwieriger zu verkaufen, indem man sagt, es hat sich alles zum Guten gewendet, weil da nicht so sehr die Nachricht drin steckt.“

Klaus Ehringfeld/ *Handelsblatt* und 9 weitere Zeitungen/Mexiko-Stadt

²⁶⁴ Die Entwicklung des Gradmessers der „Leichtigkeit“ wird in der Tabelle deutlich: Die Zahl in jeder Zelle wird mit dem Wert ihrer Spalte multipliziert. Die Addition dieser Produkte ergibt den Leichtigkeitegrad.

Auch Themen, die schon eine gewisse „Karriere“ der Berichterstattung hinter sich haben und den Nachrichtenfaktor `Kontinuität´ aufweisen (sog. „**Dauerbrenner**“), werden von den Redaktionen gerne genommen: Pinochet, Verschwundene, Menschenrechte, Massaker, Militär (die „drei M“), Wahlen bzw. Machtwechsel, Demokratisierung, Chiapas, Umwelt, Argentinien's Wirtschaftskrise, Finanzinformationen für Anleger.

„Es gibt ein paar Dauerbrenner an Themen. Ökologie geht immer. Es kommt darauf an, mit welchem Tenor, der Amazonas erlebt so Auf und Abs, aber das ist eigentlich ein Thema, das immer geht. Gewalt leider auch immer, Kindermorde, Kindergeschichten, Sozialreportagen, wenn sie einen besonderen Dreh haben. [...] Und skurrile, bunte Geschichten, Sex geht auch immer. (lacht) Ich würde lügen, wenn ich sage, das nicht. Also gerade, was Brasilien betrifft. Die Fotoredakteure lieben Geschichten, wo schöne Mulatas vorkommen, nicht nur Fotoredakteure, der Spiegel ist eine machistische Vereinigung, das darf man auch nicht vergessen, alles Männer, die da oben sitzen, ältere Herrn, die sich auch gerne an solchen Themen ein bisschen hochziehen, das ist leider so.“

Jens Glüsing/ *Spiegel*/ Rio de Janeiro (AK 15)

Auch die Relevanz des Nachrichtenfaktors ` **Negativismus** ´ lässt sich durch die offene Befragung bestätigen: Themen, die eine gewisse Dramatik und Gewalt beinhalten (über 100 Tote; Entführungen), und Katastrophen (die z.B. die Ökologie gefährden) sind sehr leicht zu verkaufen.

„Es gibt eine gewisse Sogwirkung dessen, was die Redaktionen in Deutschland wollen, brauchen und senden. Und da ist natürlich der Krieg und das Drama, das verkauft sich besser als die ausgewogene Berichterstattung. Also ich habe selber die Situation nicht so empfunden, aber ich bin gezwungen gewesen, sie dramatisch zu berichten. Über die Lebensweise in Haiti, die ist dramatisch genug, keine Frage. Aber trotzdem konnte ich eigentlich immer nur den dramatischsten Punkt berichten. Und ich konnte mich dem nicht entziehen. Das war für mich so das erste Mal, dass ich gemerkt habe, gute Absichten hin oder her oder Selbsteinschätzung, dass das Medium seine eigene Logik hat. Und es ist heute noch schlimmer, finde ich. Es ist fast nicht mehr möglich, eine ruhige Hintergrundgeschichte zu machen. Weil es in Konkurrenz steht zu dem, was in Afghanistan, in Bosnien, in Israel passiert.“

Walter Brähler/ *ARD-Fernsehen*/ Mexiko-Stadt (AK 19)

Außerdem wurde ein **Trend zum Bunten** und Vermischten festgestellt. Themen wie Georeportagen und Tourismus, Skurriles und Sex, Lifestyle und „Menschelndes“ werden gerne von den Redaktionen abgenommen:

„Der Trend geht eindeutig dazu: weg von der Politik und hin zu bunten, leichten, vermischten Themen. D.h. das, was der Klaus Blume von der dpa sehr gut beherrscht, so Geschichten über Archäologie in Mexiko, über alte Schiffe, die gesunken sind, oder alles, was mit Religion und Internet zu tun hat, wie er heute eine Meldung gemacht hat, also alles, was man sich auf der Seite `Vermischtes´ einer Zeitung vorstellen kann, das läuft erheblich besser als die Politik. Das ist eine Erfahrung, die ich auch schon als Redakteur von AFP gemacht habe, dass wir Politik viel schwerer verkaufen können. AFP setzt mehr Akzente auf bunte Themen, auf Lifestyle, auf Hochzeiten, auf alles, was menscheit. Das geht sehr viel besser in- zwischen als Politik.“

Klaus Ehringfeld/ *Handelsblatt* und 9 weitere Zeitungen/ Mexiko-Stadt (AK 24)

Auch für die **Länder** gibt es Beliebtheitskalen: So ist es sehr leicht, Themen aus den „Drei Großen“ Argentinien, Brasilien, Mexiko anzubieten. Chile und Bolivien verkaufen sich bei einigen Korrespondenten auch gut, da ihre Redakteure durch die politischen Bewegungen in diesen Ländern sozialisiert wurden. Kuba gilt weiterhin als „sexy“ und ist daher auch sehr leicht zu verkaufen. Dagegen fällt es vielen Korrespondenten schwer, etwas aus Mittelamerika, Venezuela oder Paraguay bei der Redaktion unterzubringen. Ähnlich unbeliebt sind **komplexe Themen** wie Auswirkungen der Globalisierung in Lateinamerika oder gesellschaftlich relevante Wirtschaftsthemen (z.B. informeller Sektor). Abseitigere Themen, die keine Klischees bedienen, sowie innenpolitische Themen ohne Deutschland-Bezug sind ebenfalls schwer zu verkaufen. Dies bestätigt noch einmal, dass alles, was in irgendeiner Form von deutschem Interesse ist, auch leicht zu verkaufen ist. Hier lässt sich als erste Schlussfolgerung ziehen, dass die von den Befragten beschriebenen Selektionskriterien der Redaktionen die *gatekeeper*-Position der Korrespondenten einschränken.

V.1.4.2. EMPFUNDENE RELEVANZ DER NACHRICHTENAGENTUREN

Ohne direkt danach gefragt zu werden, kritisieren 28 Prozent der Korrespondenten die „Tickerhörigkeit“ ihrer Redaktionen. Ist der Heimatredaktion ein Thema nicht aus der Berichterstattung der Nachrichtenagenturen bekannt, so hält sie es oft nicht für relevant und berichtenswert – auch wenn der Korrespondent vom Gegenteil überzeugt ist, wie am Beispiel der absinkenden Bohrinsel vor Rio de Janeiro deutlich wird:

„Bei dieser Bohrinsel, ich glaube, das war an einem Freitag, da habe ich angerufen und gesagt, ‘da schmiert eine Bohrinsel ab, wollt ihr da was haben?’ ‘Nöö, nö, in den Agenturen war da noch nichts, nö.’ Dann, am Sonntag, zwei Tage später, riefen sie mich zu Hause an und fragten: ‘Ja, Sie hatten doch angeboten, Bohrinsel, uns ist was weggebrochen, irgendwas anderes in der Planung, können Sie uns das nicht machen?’“

Klaus Weidmann/ ARD-Fernsehen/ Buenos Aires (AK 03)

Gerade bei aktuellen Themen besteht die Arbeit der Fernsehkorrespondenten vor allem darin, das Agenturmaterial zu bebildern. Doch auch bei eigenen Themenvorschlägen manifestiert sich die Macht der Nachrichtenagenturen: Die Chancen auf Realisierung steigen enorm, wenn die Agenturen schon darüber berichtet und dadurch die Redakteure für das Thema sensibilisiert haben.

„[...] und das ist leider, muss man sagen, eigentlich wichtiger als das, was wir anbieten. Weil wenn das, was wir anbieten, noch sehr neu ist und noch nicht durch die gesamten Agenturen durchgegangen ist, ist die Resonanz in Deutschland eigentlich sehr gering. Weil die Nachrichtenredaktionen in Deutschland sich sehr stark an den Agenturen orientieren. Und die Agenturen eigentlich immer wieder mit einer zeitlichen Verzögerung von ein, zwei Tagen aufgreifen. Das ist für uns eigentlich fast ein bisschen kontraproduktiv, aber es ist so.“

Walter Brähler/ ARD-Fernsehen/ Mexiko-Stadt (AK 19)

Da die Korrespondenten diesen Mechanismus kennen, versuchen sie manchmal, wenn ihnen wichtige Themen nicht abgenommen werden, eine Meldung über ihren *dpa*-Kollegen zu lancieren:

„[...] oftmals ist es ja so, dass die Korrespondenten gute Themen haben, von denen ich keine Ahnung habe. Oder lange recherchiert haben. Aber die Geschichten nicht loswerden, weil man ihnen in Deutschland in der Zentralredaktion sagt, da hat dpa noch nie was zu gemacht. [...] Es geht sogar so weit, dass mir Kollegen sagen, 'kannste nicht mal eine Meldung zu dem und dem machen, dann könnte ich nämlich die Meldung nehmen und sagen, hier, dpa hat das gemacht' und dann kriegen sie ihre eigene Geschichte los.“

Jan Ronneburger/ *dpa*/ Buenos Aires (AK 04)

Wie wenig die Redaktion dem eigenen Korrespondenten vor Ort als zuverlässige eigene Quelle vertraut, stellt Rainer Fabian heraus:

„Ich möchte das noch mal betonen: ein Korrespondent ist keine Informationsquelle. Die Informationsquelle ist die Einschaltquotenquelle von News, d.h. das Fernsehen, der Spiegel, die großen Magazine, vor allen Dingen die Agenturen. Die bestimmen die Aktualität eines Themas. Der Korrespondent nicht, der Korrespondent ist als Informationsquelle von Themen eigentlich nicht sehr wichtig.“

Rainer Fabian/ *Stern*/ Rio de Janeiro (AK 17)

Es lässt sich festhalten, dass die Nachrichtenagenturen als einflussreiche *agenda setter* fungieren und die *gatekeeper*-Position der Korrespondenten stark einschränken – auch wenn diese Funktion der Themensetzung indirekt über die Rückkopplung mit der Redaktion abläuft. Als weitere relevante Leitmedien der Redaktionen nennen sie den *Spiegel*, die *Neue Zürcher Zeitung*, die angloamerikanische Presse (*Newsweek*, *Time*, *New York Times*), *El País* und Fernsehnachrichten.

„Aber es ist so, da machen wir uns nichts vor, die Auslandsberichterstattung, Unterabteilung Lateinamerika, ist im Grunde genommen aus zweiter Hand. Ich habe es oft erlebt, ich finde eine Story in El País, die beste spanischsprachige Zeitung, die sich mit Lateinamerika beschäftigt, und am nächsten Tag ist [...] diese Story, sagen wir mal so, in der deutschen Qualitätspresse drin. Also das ist ein ungeheurer Zeitverzug, bis das durchdringt. Bei der Zeit selber in Hamburg, war es unausgesprochen so, wenn es nicht in Newsweek stand, dann war es keine Story. Also die angloamerikanische Presse ist meinungsbildend für das außenpolitische Panorama in den deutschen Medien, mit Abstrichen, selbstverständlich, das ist mir klar.“

Carl Goerdeler/ diverse Tageszeitungen/ Rio de Janeiro (AK 16)

V.1.4.3. EMPFUNDENE RELEVANZ DER SONDERKORRESPONDENTEN

Erfahrungen mit Sonderkorrespondenten, die zu Krisen oder Großveranstaltungen einfliegen, machten nur ein Drittel der Lateinamerika-Korrespondenten. Ein Journalist vermutet, dass das Berichtsgebiet in den letzten Jahren „zu friedlich“ und daher zu uninteressant sei, um häufig Sonderkorrespondenten zu entsenden. Vier Korrespondenten berichteten positiv von Kollegen, die zu Wahlen oder einer Kanzlerreise einflogen. Durch eine klare Arbeitsteilung empfanden sie diese nicht als Konkurrenz, sondern eher als Unterstützung. Dagegen stehen die Erfahrungen von vier anderen Befragten, die beklagen, dass Sonderkorrespondenten oft keine Orts- und Kulturkenntnis besäßen und daher nicht qualifiziert seien. Trotzdem schenke ihnen die Redaktion oft mehr Vertrauen als den festen Korrespondenten. Als Beispiel nennen zwei Journalisten unabhängig voneinander die Berichterstattung über den Reemtsma-Entführer Thomas Drach, dem in Argentinien der Prozess gemacht wurde, in dem über seine Auslieferung nach Deutschland entschieden werden sollte. Zum gleichen Zeitpunkt hielt sich Bundespräsident Roman Herzog im Land auf.

„Die Kollegen von, ich glaube, es war SAT1, haben einen Reporter mitgeschickt, ein bulliger Typ, der sich in jedem Gedränge gut durchsetzen konnte, aber er wusste nicht Bescheid, er verstand die Sprache nicht, er verstand kein Wort Spanisch, er wusste auch nicht Bescheid über die Zusammenhänge. Und dann wurde da vor Gericht was verhandelt, die Korrespondenten redeten so untereinander, irgendeiner machte einen Witz und sagte, 'na ja, macht ja nix, kann ja sein, dass der Menem dem Herzog den gleich mitgibt. Dann unterschreibt der Präsident einen Dekret...' Das spitzte der sich irgendwo und dann sagte er in der SAT1-Sendung über den Sender 'und wenn das Gericht hier gegen die Auslieferung ist, dann kann der Präsident die Auslieferung ja unterschreiben', ja. So was passiert, wenn Leute nicht Bescheid wissen.“

Frank Buchwald/ ZDF/ Rio de Janeiro (AK 13)

Dass dieser eingeflogene Reporter eine viel stärkere Definitionsmacht besaß, als ein Korrespondent, der schon lange vor Ort lebt, bekam Ingo Malcher zu spüren, der als freier Korrespondent für *n-tv* einen Live-Bericht vom Prozess machen sollte und mit seinem Chef vom Dienst (CvD) den Inhalt schon abgesprochen hatte.

„Dann kriege ich eine halbe Stunde später wieder einen Anruf vom selben CvD, zehn Minuten, bevor ich das 'live' haben sollte. Und dann sagt er, 'jaja, aber der SAT1-Kollege hat doch gerade gesagt, live in den SAT1-Nachrichten, dass das Gericht zwar so entschieden hätte, aber dass es durchaus sein könnte, dass Menem Drach dem Herzog als Gastgeschenk mitgibt.' Das sei durchaus denkbar, das sei ja Argentinien. Das ist natürlich totaler Unfug, Argentinien ist trotz allem ein Rechtsstaat [...]. Aber mein 'live' wurde dann abgesagt. Ich wollte das wirklich nicht so sagen, aber man hat mir nicht geglaubt.“

Ingo Malcher/ *taz*, *epd*, *Woche*, *Facts*, u.a./ Buenos Aires (AK 01)

Einige Korrespondenten erkennen sogar einen Trend zur Berichterstattung durch Sonderkorrespondenten (vgl. zu Zukunftstrends auch Kapitel V.3.3.):

„Natürlich, aus Kostengründen. Viele Medien können sich das [einen festen Korrespondenten, S.L.] gar nicht leisten, die Auslandskorrespondenten sind sehr teuer, die verdienen die Gehälter in ihren Ländern und haben dann ihre Bürokosten vor Ort und haben unheimliche Reisespesen. Es ist kein Geheimnis, aber ich gebe pro Jahr mehr Spesen aus als ich verdiene. Ich koste die Zeitung einfach noch einmal so viel wie mein Gehalt.“

Richard Bauer/ NZZ/ Mexiko-Stadt (AK 25)

Da allerdings die Mehrheit der Befragten kaum über Erfahrungen mit Sonderkorrespondenten verfügt, kann gefolgert werden, dass diese insgesamt keinen großen Einfluss auf die *gatekeeper*-Position der Korrespondenten ausüben.

V.1.5. VERHÄLTNIS ZUM BERICHTSGEBIET

Dass die Mehrzahl der Korrespondenten ein **enges Verhältnis zum Berichtsgebiet** hat, konnte schon aus den Angaben zu ihrem Werdegang und zur Genese ihres Interesses an Lateinamerika geschlossen werden (Vgl. Kapitel V.1.1.). Dies wird nun durch die Auswertung der standardisierten Befragung zum Standort bestätigt (Vgl. Abb. 11).

Abb. 11: Verhältnis zum Berichtsgebiet

Standort	trifft voll-kommen zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu	Enthaltung	Interpretation
"Aus Lateinamerika oder von irgendeinem anderen Ort der Welt zu berichten, macht keinen Unterschied."	1	1	6	16	1	=> Gebiet spielt eine besondere Rolle für Berichterstattung
	pro: 8 %		contra: 88 %		4 %	
"Aus Lateinamerika gibt es hauptsächlich nur Schlechtes zu berichten."	1	3	7	14	0	=> Lateinamerika ist kein Katastrophenkontinent
	pro: 16 %		contra: 84 %			
"Ein Auslands-korrespondent muss das Land/ die Region, aus dem/ der er berichtet, besonders mögen."	6	8	5	5	1	=> leicht positive Grundeinstellung befürwortet, => Affinität
	pro: 56 %		contra: 40 %		4 %	
"Ein Auslands-korrespondent in Lateinamerika muss sich nicht in jedem Land des Kontinents auskennen, über das er berichtet."	0	6	5	13	1	=> eigene Anschauung als Kompetenz, Problem: schwer zu verwirklichen
	pro: 24 %		contra: 72 %		4 %	

88 Prozent der Korrespondenten widersprechen der ihnen vorgelegten Aussage „Aus Lateinamerika oder von einem anderen Ort der Welt zu berichten, macht keinen Unterschied.“ Daraus lässt sich schließen, dass für sie das Berichterstattungsgebiet eine be-

sondere Rolle spielt. Fast ebenso viele (84 Prozent) widersprechen der Annahme, dass es aus Lateinamerika hauptsächlich Schlechtes zu berichten gibt. Dies lässt vermuten, dass die Korrespondenten Lateinamerika nicht in erster Linie als Katastrophen-Kontinent betrachten, sondern dass sie auch andere Themen vermitteln wollen. Mehr als die Hälfte von ihnen befürwortet eine eher positive Grundeinstellung zum Berichterstattungsgebiet, allerdings sind 40 Prozent der Meinung, dass es nicht notwendig ist, die Region besonders zu mögen. Einige plädierten während der Befragung eher für ein „neutrales“ Verhältnis, das sich als `Affinität` interpretieren lässt (vgl. Kap. II.1.2.). Fast drei Viertel der befragten Journalisten begreifen die eigene Anschauung vor Ort als besondere Kompetenz der Auslandskorrespondenten und haben den Anspruch, sich in jedem Land des Kontinents auszukennen, aus dem sie berichten (vgl. dazu auch Kap. V.2.1.). Viele weisen jedoch darauf hin, dass dies bei der Zuständigkeit für mehr als 30 Länder schwer zu verwirklichen sei.

In der offenen Befragung beschreiben die Korrespondenten weitere Spezifika des Berichterstattungsgebiets: Die im Vergleich zu Afrika oder Asien stärker ausgeprägten kulturellen Berührungspunkte mit Europa ermöglichten Journalisten wie Rezipienten eine **schnelle Vertrautheit** zu Lateinamerika. Gleichzeitig seien die lateinamerikanischen Länder „erstaunlich unterschiedlich“ und diversifiziert. **Persönliche Kontakte** seien besonders wichtig für die Recherche:

„In Deutschland ist es viel einfacher [...], an Informationen aus erster Hand zu kommen, in Telefongesprächen, als das hier in Mexiko der Fall ist. Hier muss man sehr lange Kontakte aufbauen, die man dann auch immer wieder anzapfen kann, das ist entscheidend.“

Christian Geinitz/FAZ/Mexiko-Stadt (AK 21)

Oft werden die Korrespondenten dann hilfsbereit zu guten Gesprächspartnern weitergeleitet. Das generelle Arbeitsklima unterscheidet sich nach Ansicht vieler Befragter nicht sehr von dem in Deutschland, da es sich meist um offene Gesellschaften ohne Zensur handele, bei denen die interessanten Informationen statt auf Pressekonferenzen in Hinterzimmern zu bekommen seien. Nur Kolumbien und Peru unter Fujimori seien ein „schwieriges Pflaster“ mit „politischem Druck“. Einige machen auf die Gefahr einer schlampigen Berichterstattung aufmerksam, die sich aufgrund der großen Entfernung und der geringen Kontrollmöglichkeiten durch Redaktion und Rezipienten einstellen könne. Bezüglich des unterschiedlichen **Sozialprestiges** der Korrespondenten und ihrer Kollegen in Deutschland unterscheiden sich die Aussagen drastisch:

„Wir sind sehr viel privilegierter als in Deutschland. Wir haben als ausländische Korrespondenten sehr viel leichter Zutritt zu Regierungsstellen. Interviews mit Präsidenten beispielsweise, [...] ich, Ingo Malcher, hätte Schröder nie bekommen, auch Kohl nie. Das ist hier relativ einfach, wir haben einen sehr guten direkten Zugang, weil wir einfach privilegiert sind als Ausländer.“

Ingo Malcher/ *taz*, *epd*, *Woche*, *Facts*, u.a./Buenos Aires (AK 01)

„Hier sind wir das deutsche Fernsehen und unsere Signifikanz ist Null. Es wäre völlig vermessen und aberwitzig zu glauben, dass wir hier wichtig sind, nur weil das ZDF ein großer toller Sender ist. Die meisten kennen das ZDF hier überhaupt nicht, es ist den allermeisten auch herzlich egal, was das deutsche Fernsehen über sie berichtet. Wenn ein hier ansässiger Broadcaster irgendwo erscheint, wie Globo zum Beispiel, die gehen ganz anders damit um. In Deutschland ist ein Reporter des ZDF, der ist wer. Schon, wenn er ZDF sagt. Hier nicht, es gibt keinerlei Sozialprestige, was mit dem Namen verbunden ist.“

Frank Buchwald/ *ZDF*/Rio de Janeiro (AK 13)

In der Ressourcenhierarchie einiger deutscher Medien steht Lateinamerika nach Angaben der Korrespondenten **„vor Afrika, aber hinter Asien“**. Themen aus dieser „fernen Region“ seien per se keine „Top-Nachrichten“ in Deutschland. Aus der relativen Unwichtigkeit des Subkontinents für die deutsche Berichterstattung ergeben sich die Vorteile, dass die Korrespondenten in der Berichterstattung eigene Schwerpunkte setzen und **freie Standortwahl** in Lateinamerika haben. So betonen diejenigen mit Sitz in Argentinien die Weltoffenheit der Gesellschaft, des Rundfunks und der Presse und den guten Zugang zu Informationen, Wissenschaftlern und Institutionen. Für Brasilien spreche die große Wirtschaftsmacht und die stärkere „Dramatik“ durch die schärferen sozialen Unterschiede. Das Nebeneinander von *favelas* und *high society* lasse sich besonders gut in Rio de Janeiro für die Fernsehkameras einfangen. Insgesamt wirke aber in Südamerika weiterhin der Vertrag von Tordesillas²⁶⁵, der Brasilien und die spanischsprachigen Länder durch die Sprache trennt. So sind einige der Meinung, dass die brasilianischen Zeitungen „provinzieller“ seien, da sie sich durch die Sprachbarriere weniger für die spanischsprachigen Länder interessierten. Gleichfalls bräuchten die deutschen Medien, deren Korrespondenten in Buenos Aires sitzen, einen zusätzlichen Korrespondenten in Brasilien, da das viertgrößte Land der Erde „eine Welt für sich“ sei. Als Probleme in Mexiko erwähnen einige Korrespondenten die mexikanische Mentalität, die schwer zu begreifen und daher auch schwer zu vermitteln sei, sowie die Schwierigkeiten, aus einem widersprüchlichen Schwellenland zu berichten.

²⁶⁵ Im Vertrag von Tordesillas (1494) wurden die neu entdeckten und noch zu entdeckenden überseeischen Gebiete durch Papst Alexander VI. zwischen Spanien und Portugal geteilt.

„Also die Fülle der Probleme ist doch sehr groß in der Region und die Schere Arm-Reich wird größer. Auf der einen Seite die westlichen Konsumgewohnheiten, Preise, die die Preise in Deutschland übersteigen, auf der anderen Seite Einkommen, wo man sich fragt, wie schaffen die Leute das? Und das zu vermitteln ist irgendwie sehr schwer. [...] Auf der einen Seite zu zeigen, die Menschen leben scheinbar ganz normal. Auf der anderen Seite gibt es Alltagskatastrophen, da würde in Deutschland jeder wahnsinnig werden.“

Walter Brähler/ ARD-Fernsehen/ Mexiko-Stadt (AK 19)

Ein weiteres Problem ergibt sich aus dem **Zeitunterschied** zu Deutschland, der drei bis acht Stunden betragen kann. Auch innerhalb des Berichtsgebietes spielt die Zeitverschiebung eine Rolle, wenn beispielsweise die Korrespondentin der *Süddeutschen Zeitung* in Buenos Aires sitzt, der Redaktionsschluss in Deutschland um vier Uhr nachmittags ist (bzw. 11 Uhr in Buenos Aires) und etwas in Kolumbien passiert, wo es wiederum zwei Stunden früher ist.

„Wenn was in Kolumbien mit der Guerilla ist und ich will die Einschätzung wissen, weil ich vielleicht ein editorial oder einen Kommentar schreiben muss, wie sehen die Leute das da unten, ist das schwierig anzurufen, weil wenn ich anfangen muss zu schreiben, also spätestens um halb neun, dann ist es da halb sieben.“

Eva Karnofsky/ SZ/ Buenos Aires (AK 06)

Generell sind sich die Korrespondenten der möglichen **Wahrnehmungsverzerrung** in der Sicht von ihrem Standort auf den gesamten Kontinent bewusst. So präge das Land, in dem die Korrespondenten wohnen, zwar teilweise den Blick und die Verzerrung beginne schon durch die Stadt-Land-Differenz, andererseits schärfe die Alltagserfahrung am Wohnort auch das Bewusstsein für die Probleme der anderen lateinamerikanischen Länder. Das beste Mittel gegen Wahrnehmungsverzerrung sei, viel zu reisen:

„Wenn Sie jetzt hier, wie wir hier sitzen, in diesem ausgesuchten Viertel Polanco sitzen, würden Sie ja nicht denken, dass hier vielleicht vierzig Millionen Leute von weniger als zwei Dollar pro Tag leben. Dass es eine erschreckende Armut gibt, eine hohe Kindersterblichkeit. All diese Realitäten, die in Mexiko auch da sind, neben der tollen Wirtschaftsleistung, neben dem gehobenen Bildungsniveau, neben der hohen Lebensqualität. Das ist eben die Realität nur für ganz wenige Leute, deshalb ist das Reisen das A und O.“

Christian Geinitz/ FAZ/ Mexiko-Stadt (AK 21)

Bei den etablierten Qualitätsmedien wie *FAZ*, *NZZ*, *Spiegel* und *dpa* haben die Korrespondenten kaum Restriktionen bei ihrer Reiseplanung. Die Problematik der **Reisefinanzierung** wirkt sich jedoch insbesondere bei freien Korrespondenten negativ auf die Qualität der Berichterstattung aus. So weiß Klaus Ehringfeld schon im Vorfeld, dass er weder zum Generalstreik nach Venezuela noch zu den Parlamentswahlen nach Chile fahren kann:

„Also, die fünf Kunden, die ich für Lateinamerika betreue, die müssten dann ja diese Reise tragen. Und wenn ich nach Chile fahren würde, würde mich das viele tausend Mark kosten, und ich glaube nicht, dass das im Augenblick getragen wird. In Nicaragua bin ich gewesen und habe die Reisekosten durch meine zehn Kunden geteilt, habe sparsam gelebt, d.h. die Reise hat mich 2.000 Mark gekostet und meine Kunden dann jeweils 200 Mark. Aber wenn ich jetzt nach Chile fahre, wird das teurer und ich kann es nur durch die Hälfte der Zeitungen teilen. Und Parlamentswahlen, wie jetzt am kommenden Sonntag, sind auch nicht so wichtig. D.h. ich besorge mir die Informationen über Agenturen oder über das Fernsehen oder über andere Zeitungen.“

Klaus Ehringfeld/ *Handelsblatt* und 9 weitere Zeitungen/Mexiko-Stadt (AK 24)

Durchschnittlich verreisen die Korrespondenten sechs Mal pro Jahr, wobei drei von ihnen die zunehmende **Wichtigkeit der Erreichbarkeit** und schnellen Einsetzbarkeit in der heutigen Zeit betonen.

„Damals habe ich noch Reisen gemacht, manchmal war ich drei Monate unterwegs. Das würde ich heute auch nicht mehr machen. Es ist besser, wegen der Erreichbarkeit für die Redaktion, rasch irgendwohin, wenn was passiert, und wieder zurückkommen.“

Romeo Rey/ *FR*/Buenos Aires (AK 02)

„Wenn ich eine längere Reise mache und eine komplizierte, wenn man so im Busch verschwindet und es eigentlich unmöglich ist, über Sachen zu berichten, von anderen Orten, wo man gar nicht ist, dann kann ich den Stellvertreter einschalten. [...] Wenn ich so zu Wahlen in eine Stadt fahre, vier, fünf Tage ist das meistens, dann geht man in die Hauptstadt, ist in einem guten Hotel untergebracht, hat alle Anschlüsse, da kannst du die Arbeit weiterführen. [...] Das wird eben heute verlangt, das war früher überhaupt nicht so. Da hast du dich abgemeldet auf die Reise und warst weg. Und heute, da nimmst du dein Laptop mit und bist in Paraguay und machst halt noch was über Brasilien oder irgendwie so.“

Christoph Kuhn/ *Tagesanzeiger*/Buenos Aires (AK 05)

Zur Frage, ob ein Korrespondent lieber lange im Berichtsgebiet bleiben sollte oder nach drei bis fünf Jahren ausgetauscht werden sollte (**Rotationsprinzip**), äußerte sich nur eine kleine Anzahl von Korrespondenten. Generell befürworten diejenigen, die schon lange im Berichtsgebiet wohnen, eine sehr lange Verweildauer und diejenigen, die nach dem öffentlich-rechtlichen Rotationsprinzip arbeiten, eine Dauer von fünf Jahren. Das Rotationsprinzip schütze die Korrespondenten vor Betriebsblindheit, zu starker Assimilierung und Arroganz und bewirke Frische und Empfänglichkeit bei der Themenauswahl sowie genügend Kampfgeist gegenüber der Redaktion, um Themen aus Lateinamerika durchzusetzen. Als Nachteil sei damit verbunden, dass sich jeder neue Korrespondent erst wieder ein Informantennetz selbst aufbauen müsse und der persönliche Bezug zum Land erst mit den Jahren steige. Bei einem relativ kurzen Aufenthalt im Berichtsgebiet lebe der Korrespondent in einer „Luftblase“ und habe nur wenige und oft schematisierte Alltagserfahrungen. Insofern plädieren insbesondere langjährige

Lateinamerika-Korrespondenten dafür, den Erfahrungsschatz und die sehr gute Kultur-, Sprach- und Gebietskenntnis der Korrespondenten besser zu nutzen.

„Ich war seit 1973 hier in diesem Gebiet und hatte Zeit, mein Netz zu spannen, zu prüfen, zu nutzen und meine eigenen Erfahrungen zu akkumulieren und das einzuspeisen in meine Berichterstattung. Ich sehe, dass bei anderen Medien Kollegen kommen – zum Teil können sie kaum Spanisch – und anfangen, sich hier einzunisten, und nach drei oder vier Jahren werden sie wieder abberufen. Ich meine, das ist eigentlich schade, dass man die Leute nicht besser ausnützt, also ich meine, ihren Erfahrungsschatz. Das ist doch wichtig in einer solchen Arbeit. Ja, gut, es ist so, auch die NZZ hat ihr Rotationssystem.“

Romeo Rey/ FR/ Buenos Aires (AK 02)

Die NZZ leistet sich allerdings (bisher) den Luxus, einerseits nach dem Rotationsprinzip zu arbeiten und andererseits ihren Korrespondenten vor Arbeitsantritt eine ausgiebige Recherchereise durch das zukünftige Berichtsgebiet zu finanzieren.²⁶⁶

V.1.5.1. EMPFUNDENES LATEINAMERIKA-BILD IN DER DEUTSCHSPRACHIGEN ÖFFENTLICHKEIT

Ein weiterer Faktor, der das Verhältnis der Korrespondenten zum Subkontinent prägt, ist ihre Vorstellung, welches Bild in der deutschsprachigen Öffentlichkeit von Lateinamerika vorherrscht. Die erahnte Vorkenntnis der Rezipienten und die vorhandenen Stereotypen sind Größen, auf die die Journalisten ihre Berichterstattung aufbauen können bzw. gegen die sie „ansprechen“ können. Insgesamt lässt sich das von den Korrespondenten beschriebene Lateinamerika-Bild der deutschsprachigen Öffentlichkeit unter den Stichworten „Mischung aus Armut und Lebensfreude“²⁶⁷ und „tropischere Kulisse, dahinter viel Elend“²⁶⁸ zusammenfassen

„Welches Bild haben die? Das war der Fujimori in Peru, die abgeholzten Regenwälder in Brasilien, Drogen in Bolivien, Pinochet in Chile, Rindfleischfressen in Argentinien. Uruguay wird wahrscheinlich keiner wissen, wo das liegt, Paraguay, ja Strössner vielleicht, so gebildete Leute wissen das. Ja, das war es. Das sind so die Stereotypen. Und wenn es mir gelingt, in dieser Zeit, ein bisschen davon aufzubrechen...“

Klaus Weidmann/ ARD-Fernsehen/ Buenos Aires (AK 03)

²⁶⁶ Diese Beschreibung stützt sich auf die Aussage des neuen NZZ-Korrespondenten Beat Ammann, der im Oktober 2001 frisch in Buenos Aires eingetroffen war, vorher eine solche Recherchereise durch Lateinamerika gemacht hatte und den ich zum Gespräch traf. Da er erst so kurze Zeit im Berichtsgebiet war, wurde er nicht wie die anderen Korrespondenten ausführlich interviewt, so dass seine Aussagen in erster Linie als Hintergrundinformationen dienen.

²⁶⁷ AK 01, vgl. Interview im Anhang C.

²⁶⁸ AK 20, vgl. Interview im Anhang C.

„Das Bild, was ich selbst hatte, bevor ich herkam. Große Armut, ungleiche Einkommensverhältnisse, ein lustiges Chaos, Latino-Flair, in Argentinien natürlich speziell der Tango, dann durch die 68er-Bewegung kennen sich viele Leute speziell in Chile aus, wo damals Allende diese Integrationsfigur war oder El Salvador, also ein paar Punkte, wo man sich gut auskennt und die Geschichte kennt. Überhaupt die Diktaturen, mehr oder weniger, über die argentinische weiß man kaum etwas, aber dieser Abschnitt ist generell noch am bekanntesten. Ja, und sonst hat man noch eine ungefähre Vorstellung wie alle Entwicklungsländer, schlechtes Rechtssystem, viel Korruption, Drogen.“

Anne Grüttner/*Handelsblatt*, *Tagesspiegel*, u.a./Buenos Aires (AK 07)

„Wir arbeiten seit fünf Jahren an diesem Bild, deswegen würde ich gerne etwas sagen, was Erfolg verheißt... Ich glaube aber realistisch gesprochen ist es so, dass die meisten Deutschen und Europäer, sich unter Südamerika oder Brasilien vor allem Strand vorstellen, und Urwald. Und sie glauben, dass Rio de Janeiro eine sündige Metropole ist, wo halbbekleidete Frauen, die auf dem Kopf Früchte tragen, sich den ganzen Tag in irgendeinem Bossanova-Hauch hüftwiegend am Strand entlang bewegen und sich auf Männer stürzen und umgekehrt. Und Brasilianer im Urwald den ganzen Tag mit der Kettensäge herumziehen und Indianer vertreiben und ich glaube auch, dass viele in Deutschland die Vorstellung haben, dass diese Urwälder dicht besiedelt sind von Millionen von Indianern.“

Frank Buchwald/*ZDF*/Rio de Janeiro (AK 13)

Die positiven und negativen Bildfacetten lassen sich wie in Abb. 12 systematisieren:

Abb. 12: Facetten des empfundenen Lateinamerika-Bildes in der deutschen Öffentlichkeit

Negative Facetten	Positive Facetten
- Korruption - Drogen - Militärputsche - Diktaturen - Viel Armut - Politisches & wirtschaftliches Chaos - Politische Undurchsichtigkeit - Schlechtes Rechtssystem - Chaos & Bürokratie - Bürgerkriege - Naturkatastrophen - Krankheiten - Kriminalität - Gefährlich & arm - Umweltschäden - Abgeholzter Urwald - Vertriebene Indianer - <i>Reflexartige Schlagworte:</i> Pinochet, Wirtschaftskrise - <i>In 70er und 80er Jahren:</i> Bananenrepublik, Operettengeneräle, Diktaturen, Folter, Korruption. - <i>Jetzt:</i> Lateinamerika in Wahrnehmung marginalisiert. - <i>Kolumbien:</i> Bürgerkrieg - <i>Mittelamerika:</i> Katastrophen	- schöne Landschaft - lustiges Chaos - bunt, lebenslustig - exotische Wildnis - Latino-Flair - Regenwald & Indianer - Strand & Urwald - Sehenswerte, alte Kulturen - Lebens- und Kontaktfreude - Wunderbares Urlaubsland - <i>Argentinien:</i> Tango, Pampa, Fleisch, Gauchos - <i>Brasilien:</i> Samba, Kaffee, Fußball, Mulatas, Zuckerhut. - Rio de Janeiro = sündige Metropole mit Bossanova und Sex. - <i>Mexiko:</i> alte Kulturen, Pesokrise und politischer Machtwechsel - <i>Kuba:</i> extrem sexy - <i>Mittelamerika und Karibik:</i> Urlaub

40 Prozent der Korrespondenten haben allerdings Zweifel, ob es „so etwas wie ein Lateinamerika-Bild“ in der deutschen Öffentlichkeit überhaupt gibt. Das Bild sei mangelhaft, verflacht oder schlicht nicht vorhanden – falls doch, so sei es eher negativ geprägt. Generell fehle es an öffentlichem Bewusstsein, dass die einzelnen Länder sehr unterschiedlich sind, stattdessen sei ein sehr homogenes Lateinamerika-Bild weit verbreitet:

„Ich glaube, in Deutschland, weil man wenig weiß von den Unterschieden von den einzelnen Ländern, verschmilzt es zu einem Bild, was auf Gesamt-Südamerika projiziert wird, manchmal mit der Ausnahme Brasilien, denen gesteht man irgendwie zu, dass sie eine andere Kultur haben und dass es irgendwie anders läuft. Also sehr homogen, damit geprägt von so was, was man dann auf alles anwendet: Irgendwie muss es überall Indios geben, überall sehen die Leute so aus, und wenn nur ein bisschen, Korruption, früher Militärdiktatur, gute Fußballer, vielleicht Reste von Spanien, ist auch so in den Köpfen.“

Andrea Böckmann/ ARD-Hörfunk/ Buenos Aires (AK 08)

Außerdem seien die einzelnen Vorstellungen, die sich Deutsche von Lateinamerika machen, sehr von ihrem eigenen Interesse geprägt – einerseits relativ konkret, wenn es um ökologische oder wirtschaftliche Themen gehe, andererseits auch eher diffus, wenn die Menschen in Deutschland ihre eigenen Vorstellungen und Wünsche auf Lateinamerika projizierten (vgl. Kapitel II.2.1):

„Was als Bild, einfach vom Thema her ganz ganz wichtig ist, ist Regenwald, weil das all diese Sachen sind, von wegen 'da geht unsere Natur kaputt', also die Wichtigkeit des Regenwalds für Deutschland... ist ja auch irgendwo alles sehr verständlich, also dass die eigenen Themen sehr das Interesse bestimmen, und natürlich genau unter dem gleichen Stichwort auch wirtschaftlich. [...] So in der Nachfrage merkt man doch, dass in den 90er Jahren sehr viel Geld, also sehr viel Finanzkapital, gerade in die Mercosur-Länder, also in den Süden geflossen ist. [...] Dieses neu erwachte wirtschaftliche Interesse hat natürlich viel auch damit zu tun, dass man denkt, man ist dann betroffen von der Krise hier.“

Andrea Böckmann/ ARD-Hörfunk/ Buenos Aires (AK 08)

„Lateinamerika war immer Projektionsfläche, seit den frühesten Tagen, Stichwort El Dorado. Und das setzt sich heute sozusagen immer weiter fort. Weil es so weit weg ist, wirft man eigene Wünsche und Vorstellungen gerne auf diesen Kontinent als Projektionsfläche, das ist beispielsweise in den letzten Jahren stark geprägt gewesen durch das Grüne, Stichwort Amazonien, weil man ja selber irgendwie diese Umweltprobleme ganz wichtig findet, glaubt man, dass in Lateinamerika das entweder auch so ist oder dass es hier besonders schlimm ist oder dass es hier gute Beispiele gibt, also das spielt eine große Rolle. Das alles hat mit der Realität dieser Länder wenig zu tun, natürlich. Aber man muss damit rechnen, dass es solche Projektionen und solche Stereotypen und solche Dinge gibt.“

Carl Goerdeler/ diverse Tageszeitungen/ Rio de Janeiro (AK 16)

Welches Bild bzw. welche journalistischen Inhalte die Korrespondenten selbst aus Lateinamerika vermitteln wollen und mit welcher Motivation sie das nach ihrer Ansicht vorherrschende Bild modifizieren wollen, wird in Kapitel V.2.2. dargestellt.

V.1.6. EINFLÜSSE DER TECHNISCHEN VERNETZUNG AUF DIE ARBEITSREALITÄT

Die Veränderung, die ihre Arbeitsrealität durch die technische Vernetzung und Computerisierung erfahren hat, beurteilen die Korrespondenten in erster Linie positiv. Insbesondere das Internet sei eine **große Arbeitserleichterung**, ermögliche mehr Quellenvielfalt sowie einen besseren, schnelleren und günstigeren Zugang zu Informationen, gerade auch in anderen Ländern des Berichtsgebietes. Romeo Rey (FR), der seine ersten Berichte vor 30 Jahren noch per Post und später Telex verschickte, ist von den neuen Möglichkeiten begeistert:

„Früher war es schon ein Ereignis, hier zum nächsten Kiosk zu gehen und eine brasilianische Zeitung zu kaufen. Da hatte man wenigstens aus Brasilien direkte Informationen. Aber das konnte ich mit einem Land machen, vielleicht noch mit Chile hin und wieder, aber das war dann die Grenze. [...] Dagegen heute kann ich im Internet mit einem Klick in El Tiempo aus Bogotá nachschauen, wenn ich was brauche. Wenn was Wichtiges passiert, rasch zur nächsten Tagesausgabe, und man hat das Wichtigste, man speichert es und kann es ausdrucken wenn man will. Das war früher alles nicht möglich, also der Kontinent ist enorm zusammengedrückt informativ.“

Romeo Rey/ FR/ Buenos Aires (AK 02)

„Also für uns hier ist es ein Segen, es ist hervorragend. Weil es die Kommunikation mit unseren Leuten, die hier überall über den Kontinent verstreut sind, riesig erleichtert. Inzwischen ist das Intranet des ZDF über das Internet zu erreichen. Wir haben einen sogenannten Multiuser, das ist eine Zugangsberechtigung, die nicht auf eine bestimmte Person bezogen ist, sondern auf die Mitarbeiter des Studio Rio. Da können zumindest unsere deutschsprachigen Mitarbeiter, auch in Argentinien zum Beispiel, auch die Agenturen lesen, wichtige Sache.“

Frank Buchwald/ ZDF/ Rio de Janeiro (AK 13)

Die schnelleren Übertragungsmöglichkeiten sorgen nach Ansicht von zwei Korrespondenten sogar dafür, dass sie mehr Zeit zur Entspannung haben. Da die Region in der internationalen Berichterstattung relativ „unwichtig“ sei, sind einige Korrespondenten der Ansicht, dass sich der Aktualitätsdruck nicht erhöht habe.

„Eher im Gegenteil, ich bin etwas entspannter, weil alles früher kommt und noch ein bisschen präsenter ist, und viel leichter verfügbar. Also ich gehöre nicht zu denjenigen, die sich im Internet alles zusammensuchen, weil mir Primärquellen schon sehr wichtig sind. Aber das ist eine tolle Sache, wenn ich eine Jahreszahl oder Namen oder irgendwas brauche, dass ich das ganz schnell mir holen kann, auch aus unserem Archiv, das ist jetzt alles viel schneller verfügbar, früher musste ich da rumtelefonieren und so, das ist eine Segnung der ganzen Geschichte.“

Josef Oehrlein/ FAZ/ Buenos Aires (AK 10)

Andere bezeichnen dagegen den konkurrenzbedingten, größeren **Druck zur Schnelligkeit und Aktualität** als Problem:

„Ja, extrem. Ganz extrem. Du kannst dich auch nicht mehr rausreden, dass du an irgendetwas nicht rangekommen bist, weil es ist ja alles zugänglich. Es kann aber eben auch dazu führen, dass jemand eine Meldung zu einem Erdbeben haben will, wo ich es besser lassen würde. Es ist viel schneller geworden und es ist auch viel mehr rund um die Uhr. Früher gab es viel mehr `tote Zeiten`, das waren die Nachtstunden in Deutschland, da brauchte man sich eigentlich nicht groß einen Kopf zu machen, da war halt nicht viel. Das geht jetzt 24 Stunden rund um die ganze Zeit.“

Jan Ronneburger/ *dpa*/Buenos Aires (AK 04)

„Also, der Posten eines Auslandskorrespondenten heute ist nicht mehr so, wie er vor zehn Jahren war, genau wegen dem, was du sagst, weil das Internet oder die Agenturen mit ihrer größeren Qualität, mit ihrer größeren Geschwindigkeit, mit ihrer größeren Ausführlichkeit, mit ihrer sehr schnellen Reaktion auf größere Ereignisse, uns in Zugzwang gebracht haben, also wir müssen entweder das mitmachen, schneller und agiler und komplett reagieren, das ist das eine, was wir tun und was wir müssen, um aktuell zu bleiben. Und das andere ist, dass wir gleichzeitig uns überlegen müssen, was wir denn jetzt anbieten, was die anderen sicher nicht haben. Das hat die Arbeit erschwert, verändert und vor allem im Umfang größer gemacht. Das sagen alle, das ist so.“

Christoph Kuhn/ *Tagesanzeiger*/Buenos Aires (AK 05)

Insbesondere diejenigen, die als Einzelkorrespondenten für den ganzen Subkontinent zuständig sind, beschreiben die Vorgabe, **täglich 24 Stunden erreichbar** sein zu müssen, als Dauerbelastung:

„Es gibt zwar Tage, wo ich höchstens eine oder vielleicht auch mal überhaupt keine Meldung schreibe. Dennoch dauert es täglich allein mehrere Stunden, immer mal wieder festzustellen, ob es Nachrichten gibt. Es besteht also außerhalb des Urlaubs keine Trennung zwischen Arbeits- und Freizeit, sondern jede Tätigkeit wie Essen, Schlafen, Einkaufen, Ausflüge, Besuche könnten jederzeit abgebrochen werden müssen. Nach meiner Erfahrung ist dies der langfristig zermürbendste Aspekt der Arbeit eines Einzelkorrespondenten. Man darf auch nie betrunken sein oder ohne Handy duschen.“

Jan Ronneburger/ *dpa*/Buenos Aires (AK 04)

Eine **Gefahr** der technischen Entwicklung ist nach Ansicht der Korrespondenten die Versuchung, ungenauer und oberflächlicher zu berichten. Das Internet erzeuge eine Illusion des Informiertseins, die die eigene Recherche verdrängen und die Neigung zur Uniformität der Themen verstärken könne.

„Wenn alle über ein Ereignis berichten, dann meinen die Redakteure und dann manchmal vielleicht auch die Korrespondenten, dass es wirklich so wichtig ist. Dann wird eine Sache leicht aufgeblasen und andere Sachen fallen dadurch leichter unter den Tisch. Das sehe ich als größte Gefahr bei der ganzen Geschichte, aber wenn man sich dessen bewusst ist, muss es ja nicht so sein.“

Gerhard Dilger/ *taz*, *epd*, *WoZ*, u.a./São Paulo (AK 11)

„Man ist sehr viel schneller sehr viel besser informiert durchaus, aber auch sehr viel oberflächlicher - wenn man es jetzt damit vergleicht, wenn man vor Ort ist. Du siehst ja auch Themen dadurch, dass du mit offenen Augen durch die Strassen gehst. Jetzt sitzt du in Buenos Aires hinterm Schreibtisch und siehst halt wirklich nur diese Zeitung, sie ist ein kleiner Ausschnitt deines Bildschirms und was dort nicht drinsteht, das kommt als Thema für dich nicht vor. Das ist die Gefahr.“

Ingo Malcher/ taz, epd, Woche, Facts, u.a./Buenos Aires (AK 01)

„Ich erinnere mich an diese Dürreperiode, die jetzt über Mittelamerika niedergelassen ist. Wo ich auch wahrscheinlich selbstkritisch sagen muss, dass ich zu früh über Hungerkatastrophe und dergleichen berichtet habe. [...] Aber die Informationen aus zweiter Hand, die ich hatte, bis ich sie dann aus erster Hand hatte, waren so eindeutig zugespitzt auf eine Katastrophenlage, dass es mir schwer fiel, mich dem zu entziehen. Beim nächsten Mal würde ich das wahrscheinlich besser machen, da würde ich sagen, sei vorsichtig mit solchen Begriffen wie Hungerskatastrophe und Hungersnot, denn zu schnell kann man dort einer Zuspitzung aufsitzen, die nur deshalb so spitz ist, weil sie sich durchsetzt und verkaufen muss gegen die Vielzahl der Informationen. Und das hat natürlich etwas mit dem Internet und der Masse an Informationen zu tun, über die sich der eine oder andere Kollege mit einer etwas zu weit gehenden Formulierung und Zuspitzung herausheben will.“

Christian Geinitz/ FAZ/Mexiko-Stadt (AK 21)

Manchmal kommt es durch die Vernetzung zu **absurden Situationen** in der Zusammenarbeit mit der Heimatredaktion, die durch die Nachrichtenagenturen viel schneller über Krisen und Katastrophen informiert ist als ihr Korrespondent, aber trotzdem Wert auf einen eigenen Korrespondentenbericht legt:

„Ja, also gerade die Lokalzeitungen schicken manchmal was, Erdbeben in El Salvador, schreiben Sie doch mal was, wir faxen Ihnen die ganzen Agenturberichte, das ist natürlich absurd im Grunde...“

Anne Grüttner/ Handelsblatt, Tagesspiegel, u.a./Buenos Aires (AK 07)

„Die rufen mich an, morgens früh [...] und sagen: ‘Erdbeben in Peru’, ich wusste davon noch nichts, es war Nacht, ‘wir wollen für die 20 Uhr einen Reporterbericht haben’. 20 Uhr, 20 minus fünf sind 15 Uhr hier. Bis um 15 Uhr muss der Beitrag fertig sein und ich bin in Buenos Aires und das Erdbeben ist in Peru. Aber in Hamburg haben die alle Bilder!! Die haben alle Informationen über die Agenturen, die haben alle Bilder, alles, die haben alles da! Trotzdem sagen sie, wir wollen gerne einen Reporterbericht vom Südamerika-Korrespondenten, und zwar in den nächsten sechs Stunden sei dieses bitte anzuliefern. So und da kommen Sie einfach in eine Konkurrenzsituation mit den Agenturen, das schaffen Sie normalerweise gar nicht. [...] Also wird man gucken, dass man im örtlichen Kanal vor Ort, wie auch immer, besonders gute Bilder qualitativ und sonst was, an anderes Bildmaterial herankommt. [...] In diesem Fall war es so, dass das Bildmaterial ein anderes war, als das, was Hamburg hatte. Und Hamburg war total happy, ‘ja super, das hat sich ja richtig gelohnt. ‘Okay, für mich war es ein Blindflug, ich wusste nicht, was die hatten. Das kann man sich ein bisschen erklären lassen, aber so... Das ist die Konkurrenz.“

Klaus Weidmann/ ARD-Fernsehen/Buenos Aires (AK 03)

Der **verschärfte Wettbewerb** unter den Agenturen führt auch dazu, dass die jeweilige Zentralredaktion die Meldungen der Konkurrenz mitliest und teilweise den eigenen Korrespondenten Tipps zum Nachrecherchieren schickt:

„[...] und wenn sie meinen, wir müssten das auch haben, dann sagen sie ihren Büros, 'hier, Konkurrenz meldet das und das.' Daraus entstehen bestimmt, wenn ich 80 % der Themen selbst aussuche und vorgebe, dann sind von diesen 80% bestimmt 20% dadurch ausgelöst, dass ich bei der Konkurrenz, denn ich kann das ja auch machen hier, irgendwas gesehen habe, wo ich denke 'ui, das habe ich gar nicht gesehen, davon wusste ich nichts' und das dann zumindest nachrecherchiere, dabei muss dann nicht immer eine Meldung dabei rauskommen. Es kann auch mal sein, dass rauskommt, die Meldung war überdreht, was nicht selten der Fall ist.“

Jan Ronneburger/ *dpa*/Buenos Aires (AK 04)

Die technische Vernetzung mit der Redaktion schafft also strukturell die Möglichkeit für einen besseren **Austausch** bzw. ein „Fachgespräch“ mit den Korrespondenten:

„Das ist sicherlich alles richtig und könnte theoretisch zu einer viel größeren Informationsdichte und intensiveren Zusammenarbeit und Kommunikation führen. Aber ich denke, dem steht entgegen, dass es nicht mehr den Platz und die Ressourcen gibt in den Heimredaktionen, um diesen Kontinent systematisch jenseits von Konjunkturen, Ticker-Highlights und einem gewissen Themen-Raster zu bearbeiten. Das, was ich vor allen Dingen in den letzten Jahren zunehmend mitgekriegt habe, ist, dass das, was aus meinem Gebiet gefordert und erwartet wird, entweder von ganz vorhersagbaren Themen wie Wahlen bestimmt ist und ansonsten absolut zufällig ist.“

Anne Huffs Schmid/ *taz, WoZ, NZZ*, u.a./Mexiko-Stadt (AK 18)

Diese Kritik lässt vermuten, dass die Qualität der Kommunikation zwischen Korrespondent und Redakteur weniger von den neuen technischen Möglichkeiten abhängt als von der **Schwerpunktsetzung der Medien**, der Auslandsberichterstattung Priorität einzuräumen. Ist dies nicht der Fall, werden die strukturellen Vorteile der Vernetzung durch den geringen Platz, der für Themen aus Lateinamerika zur Verfügung steht, kompensiert.²⁶⁹

Den Korrespondenten ist dabei durchaus bewusst, dass die Vernetzung ihre **Existenzberechtigung vor Ort** zunehmend in Frage stellt. Klaus Ehringfeld, dem als freiberuflicher Korrespondent das kostengünstige Medium Internet als hauptsächliches Arbeitsinstrument dient, schildert die Zweischneidigkeit des Korrespondentendaseins in der vernetzten Welt:

²⁶⁹ Zum gesunkenen Interesse an Lateinamerika vgl. Kapitel V.3.1.

„Ich hätte diesen Job vor zehn Jahren nicht machen können. Nicht auf dieser Basis, auf der ich freischwebend ohne jegliche Absicherung hier her gekommen bin. [...] Das birgt umgekehrt natürlich die Gefahr, dass ich die Arbeit, die ich hier in Mexiko mache, auch zum Teil in Berlin machen könnte. Ob ich mich in Berlin ans Internet setze und die Agenturen lese aus Lateinamerika, das macht keinen großen Unterschied. Der Witz hier zu sein, ist, dass ich den Kontakt zu den Leuten suche, dass ich hingehge, dass ich Interviews führe, dass ich mir Sachen angucke, anfühle, dass ich hier richtig mitkriege, was hier los ist, was man natürlich über das Internet nicht kann.“

Klaus Ehringfeld/ *Handelsblatt* und 9 weitere Zeitungen/Mexiko-Stadt (AK 24)

Nach Ansicht seines Kollegen Carl Goerdeler wandelte sich die Rolle des Korrespondenten im 20. Jahrhundert von der eines Erklärers und Botschafters verstärkt in Richtung eines „*content*-Lieferanten“:

„Man muss sich das mal vorstellen, in den 20er Jahren, da gab es den Korrespondenten der Frankfurter Zeitung, der berichtete groß über was da so passiert, wie das einzuschätzen ist usw. Das war schon eine beherrschende Figur, das war ein Botschafter der Medien. Dann haben wir noch in den 50er, 60er Jahren, das war so ähnlich, da gab es viele Zeitungen, die sich so etwas leisteten, der Erklärer, der Botschafter. Und heute haben wir durch die Vernetzung der Welt, durch diese Internet-Geschichten ist das alles ganz anders, wir sind nur noch content-Lieferanten geworden, aber so ist es dann auch.“

Carl Goerdeler/ diverse Tageszeitungen/Rio de Janeiro (AK 16)

Die Korrespondenten wissen, dass sie insbesondere bei sehr aktuellen Themen und bei der Finanzmarktberichterstattung mittelfristig ersetzbar sind. In diesem Fall würde ihre *gatekeeper*-Funktion entfallen. Doch andererseits sind sie davon überzeugt, dass gerade ihre eigene Anschauung und Tätigkeit vor Ort ihre Existenz berechtigen und wesentlich zur Qualität der Berichterstattung beitragen. Dies wird im nächsten Kapitel dargestellt.

V.2. ROLLESELBSTVERSTÄNDNIS

Um das Rollenselbstverständnis der Auslandskorrespondenten zu erfassen, werden drei verschiedene Komponenten berücksichtigt: Einleitend wird eher impressionistisch dargestellt, wie einige Korrespondenten ihre eigene Rolle beschreiben (Selbstbild). Anschließend erfolgt die eigentliche Auswertung: Aus den Aussagen zur journalistischen Motivation der Korrespondenten werden Handlungsziele kategorisiert und den in Kapitel II.1.4. dargestellten Selbstverständnis-Typen von Auslandskorrespondenten zugeordnet. Abschließend wird auf eine mögliche Diskrepanz zwischen diesen normativen Vorstellungen der Korrespondenten und der Realität im Arbeitsalltag und damit auf die Handlungsrelevanz ihrer Ansprüche eingegangen (Anspruch und Wirklichkeit).

V.2.1. SELBSTBILD

Einige Korrespondenten betrachten sich explizit als Vermittler von Weltwissen, die ihren Rezipienten einen Blick in die Welt ermöglichen und ihren Horizont erweitern. Sie beschreiben sich als „Interpret[en], Erklärer, Dolmetscher“²⁷⁰ und sehen sich in einer Mittlerfunktion, die Publika mit der Region vertraut zu machen und Fremdheit abzubauen. Ein hochqualifizierter und gut bezahlter Auslandskorrespondent verleihe einer Zeitung Gesicht, Charakter, Farbigkeit, Internationalität und Exklusivität, argumentiert Christoph Kuhn vom *Tagesanzeiger*.²⁷¹ Richard Bauer (*NZZ*) betont die kompetente Selektions- und Filterfunktion sowie die Glaubwürdigkeit der Korrespondenten:

„Ich glaube, der Leser weiß, dass er einen vernünftigen Mann oder eine vernünftige Frau vor Ort hat, auf deren Informationen und Einschätzungen er sich verlassen kann. Was er beim Internet ja nicht weiß. Wir sind eigentlich zu einem Filter geworden. Wir waren das schon immer. Früher waren wir der Filter, das alles aufgenommen hat. Heute sind wir der Filter, der auswählt. Und der Leser will diese Filterfunktion von uns, er weiß, dass das, was wir berichten, sachlich stimmt und von der Einordnung her plausibel ist. Und dass er auf jemanden zählen kann, der die Sache kennt. Und da kommt dann das andere hinzu, also unsere Korrespondenten-Berichte sind ja immer gemischt aus persönlichen Erlebnissen und Hintergrund, was man so erfährt. Und diese Mischung bringt Glaubwürdigkeit. Und damit haben Sie das Stichwort. Der Korrespondent bürgt für glaubwürdige Informationsvermittlung.“

Richard Bauer/ *NZZ*/ Mexiko-Stadt (AK 25)

²⁷⁰ AK 16, vgl. Interview im Anhang C. Nur ein Korrespondent begreift sich außerdem als Kontrolleur deutscher Gruppen im Ausland.

²⁷¹ AK 05, vgl. Interview im Anhang C.

Als Voraussetzungen für den Korrespondentenberuf werden folgende Stichworte genannt:

- profundes Wissen über die politischen, wirtschaftlichen und sozialen Verhältnisse in den Ländern des Berichtsgebietes,
- die Fähigkeit, die eigene Neugier und die alltägliche Fremdheitserfahrung journalistisch produktiv umzusetzen,
- gute Kontakte und entgegengebrachtes Vertrauen der Leute,
- sehr gute Sprachkenntnis,
- gutes journalistisches Gespür.

Christian Geinitz (FAZ) betont außerdem die intellektuelle und physische Mobilität und Dynamik:

„Letztlich ist es ein sehr viel Mobilität erfordernder Job. Mobilität im physischen, örtlichen Sinne, aber auch im geistigen Sinne. Man muss viele verschiedene Themen behandeln, man muss von einem Interview mit dem Präsidenten Fox am nächsten Tag eine Frau oder Familie interviewen, die möglicherweise nicht genug Essen hat oder kein Wasser hat für vier Wochen. Und das macht die Dynamik dieses Jobs aus, es ist eine örtliche Dynamik, es ist aber auch eine intellektuelle Dynamik, weil man sich immer auf verschiedene Gesellschaftsschichten einstellen muss, auch auf verschiedene Register in der Sprache. Das fällt einem natürlich in der Muttersprache sehr viel einfacher als im Spanischen, dass man dann den richtigen Ton trifft.“

Christian Geinitz/ FAZ/ Mexiko-Stadt (AK 21)

Trotz der Möglichkeit der ortsunabhängigen Informationsbeschaffung durch die weltweite technische Vernetzung sehen die befragten Korrespondenten ihre Anwesenheit vor Ort als Voraussetzung an, um **‘Kompetenz durch eigene Anschauung’** zu erlangen. Ohne diese Anwesenheit ginge ihr „Alltagswissen“ verloren, sie wüssten nicht, wie die Leute im Land ihr Leben organisieren und wie die Atmosphäre im Gebiet ist. Der alltägliche Kontakt mit den Leuten und der unvermittelte Zugang zu den Verhältnissen ermöglichten Authentizität, Frische, Lebendigkeit und Spontaneität in den Berichten. Durch den persönlichen Erfahrungsschatz und die permanent aktualisierbare Kulturkenntnis lasse sich die Realität in vielen Facetten zeigen und die Vielfalt der einzelnen Länder mit ihren unterschiedlichen Eigenschaften und Mentalitäten darstellen. Insbesondere für die Fähigkeit zur Einschätzung und Einordnung aktueller Ereignisse „ohne deutsche Brille“ sei die Alltagswahrnehmung die wichtigste Voraussetzung.

„Die informelle, oft auch unbewusste Wahrnehmung von Informationen vor Ort ist nach meiner bisherigen Erfahrung durch nichts zu ersetzen. Sei es ein Schwatz mit der Bäckersfrau, Diskussionen mit argentinischen Freunden, Probleme bei der Überprüfung des Gasdrucks am Gaszähler, das Stolpern durch Löcher im Bürgersteig, die Besetzung eines leerstehenden Hauses um die Ecke, der Geruch in der morgendlichen U-Bahn, der ukrainische Verkäufer im koreanischen Minimarkt oder was mir sonst gerade so einfällt, das alles lässt sich nur selbst erleben.“

Ohne diese zunächst für die Berichterstattung belanglos erscheinenden Beobachtungen ließe sich auf Dauer nicht kompetent aus einem fremden Land berichten, weil die Fähigkeit zur Einschätzung einer Nachricht verloren ginge."

Jan Ronneburger/ dpa/ Buenos Aires (AK 04)

„Warum braucht man uns? Man braucht uns nicht dafür, dass wir schnelle Nachrichtenberichte machen, das ist nicht nötig. Schnelle Nachrichtenberichte kann jeder machen, der die Bilder hat und ein paar Textinformationen. Nota bene, das macht die `heute´ ja auch oft genug, weil's anders gar nicht geht. Aber ein Korrespondentennetz ist nicht dazu da, schnell Nachrichten einzusammeln. War es auch nie. Das war nie die Hauptaufgabe von uns. Ich glaube, ein Korrespondentennetz hat einen riesigen und unschlagbaren Vorteil. Man hat in allen Teilen der Welt Leute, die sich wirklich auskennen."

Frank Buchwald/ ZDF/ Rio de Janeiro (AK 13)

Weitere Vorteile ihrer Anwesenheit vor Ort ergeben sich für die befragten Korrespondenten aus ihrem Informationsvorsprung gegenüber der Redaktion, ihrer schnelleren Reaktions- und Reisemöglichkeit und ihrem geringeren Zeitaufwand bei der Recherche. Das subjektive Verhältnis zum Land ermögliche ihnen eine „selektive Wahrnehmung der Wirklichkeit“, wodurch sie den Rezipienten „andere, schräge“ Geschichten anbieten könnten: Reportagen, die hinter den großen Ereignissen stehen, sowie „Features statt Nachrichten“.

„Mein Selbstverständnis ist es, dass ich nicht hier bin – und ich glaube, es ist auch das der Zeitung – um die Agenturmeldungen, die die Kollegen von den Agenturen schneller und besser und präziser liefern können, aber vor allen Dingen schneller und in der Form vielleicht geschickter als Nachrichtenmenschen, die noch mal neu zu schreiben und mein Kürzel davor zu setzen. Sondern es kann ja nur die Aufgabe eines Auslandskorrespondenten sein, der ja viel Geld kostet, die Hintergründe der Nachricht zu liefern. Das heißt nicht, dass ich der Nachrichtenagentur unbedingt die Nachricht überlassen sollte, aber es bedeutet, dass ich die Nachricht mache, aber dazu vielleicht ein bisschen Mehrwert liefere, ein bisschen tiefer einsteige, vielleicht auch mehr Stimmen höre."

Christian Geinitz/ FAZ/ Mexiko-Stadt (AK 21)

Substanziellen Hintergrund, Analyse, Interpretation und Kontext zu liefern und die Realität vielseitig zu beschreiben, sehen viele der befragten Korrespondenten als ihre Hauptaufgabe an, wie detailliert im folgenden Kapitel dargestellt wird.

„Ja, ich glaube, die Hauptaufgabe eines Korrespondenten ist, das Leben, die Realität eines Gebietes, einer Region, der Leserschaft nahe zu bringen in möglichst vielen Facetten. Zu zeigen, was da alles läuft, möglichst bildlich zu sein auf der einen Seite, aber dann eben auch den Hintergrund zu umreißen."

Romeo Rey/ FR/ Buenos Aires (AK 02)

V.2.2. HANDLUNGSZIELE UND ROLLESELBSTVERSTÄNDNIS

Aus den Aussagen zur Motivation der Korrespondenten, das Lateinamerika-Bild für die deutschsprachigen Rezipienten in einer bestimmten Art und Weise zu formen, lassen sich verschiedene Handlungsziele identifizieren und in Kategorien fassen.²⁷² Diese ordnete ich in einem zweiten Schritt den drei möglichen Ausprägungstypen (Position I. bis III.) des journalistischen Selbstverständnisses von Auslandskorrespondenten (AK) zu (vgl. Abb. 13).

Ist beispielsweise die Kategorie 'Lebenswelt/ Alltag vermitteln' bei AK 01 angekreuzt, so zeigt dies an, dass dieser Korrespondent dieses Handlungsziel während der Befragung direkt oder indirekt erwähnte. Ist eine Kategorie nicht angekreuzt (z.B. „Informieren über die Region“ bei AK 01), so bedeutet das nicht, dass der Befragte diesem Handlungsziel nicht generell zustimmen würde, sondern lediglich, dass er es nicht im Gespräch erwähnte. Am Ende einer jeden Zeile wird dargestellt, wieviel Prozent der Auslandskorrespondenten die jeweiligen Handlungsziele erwähnen. Dort lassen sich die häufigsten Handlungsziele der Korrespondenten ablesen, die außerdem als Balkendiagramm in Abb. 14 dargestellt werden. Dabei verdeutlichen die Farben der Balken wiederum die Zuordnung zu den drei Typen des journalistischen Selbstverständnisses.

Als wichtigstes Ergebnis fällt auf, dass 84 Prozent der Korrespondenten in ihren Berichten 'Hintergrund der Ereignisse, Analyse, Reflexion, verständliche Erklärung bieten und Fakten einordnen' möchten und 76 Prozent die 'gesellschaftliche Realität (und ihre Widersprüche) zeigen' wollen.

„Aber ich versuche jedenfalls den roten Faden, der durch die Geschichte durchgeht, zu zeigen. Nicht einfach nur ein Ereignis, Platsch, auf den Teller schmeißen. Sondern versuchen, aus der jüngeren oder fernerer Geschichte Bezüge zu holen. Damit der Leser die ganze Problematik besser erfassen kann und einen Einblick bekommt, den Hintergrund erkennen kann. [...] Das setzt natürlich voraus, dass man ein bisschen weiter ausholt und ein bisschen tiefer schürft. Das ist glaube ich, mein Hauptanliegen.“

Romeo Rey/ FR/ Buenos Aires (AK 02)

„[...] die spezielle Realität von hier, die Mischung aus etwas Exotischem, Attraktivem, Unterhaltsamem, gemischt mit Elend, mit Not, mit Härte des Lebens, mit Überlebenskämpfen. [...] das ist mir ein Anliegen, viel von dem in die Zeitung zu bringen und damit ein Gegengewicht zu diesen normalen Wahlberichten zu setzen, und die ich persönlich relativ langweilig finde.“

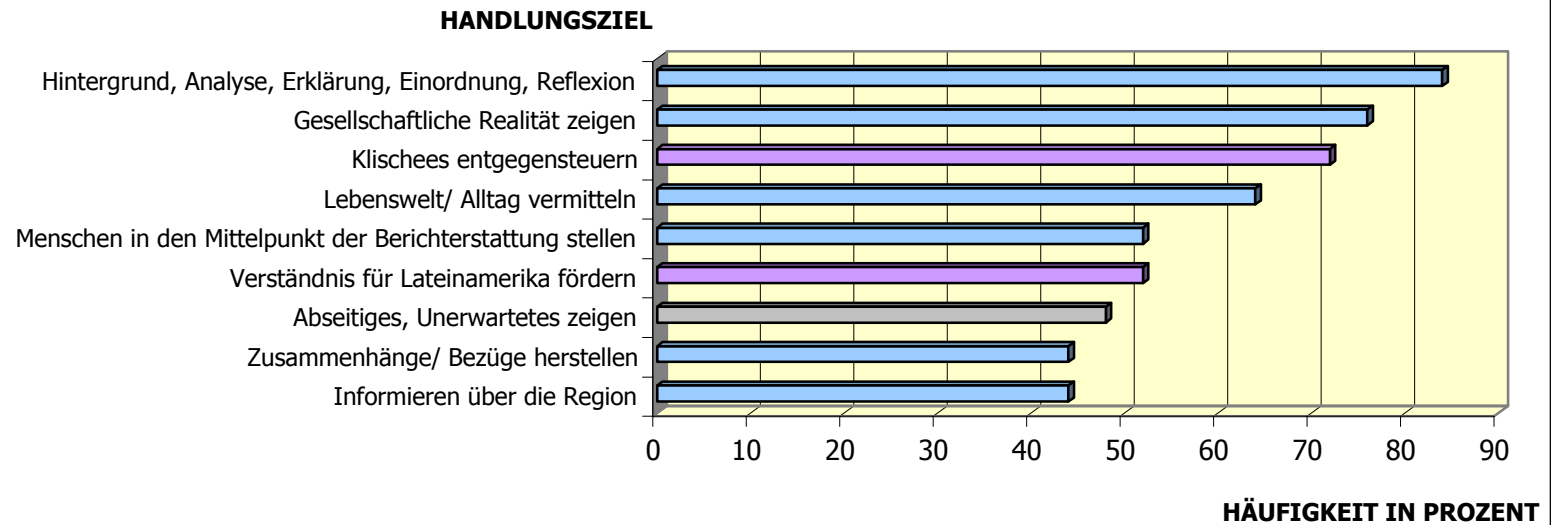
Christoph Kuhn/ Tagesanzeiger/ Buenos Aires (AK 05)

²⁷² Dieser Prozess der Kategorienbildung (aus der Gesamtheit der Interviewaussagen) kann im daneben stehenden Kurztext eines jeden Interviews im Anhang C nachvollzogen werden.

Abb. 13: Handlungsziele und Rollenselbstverständnis der Auslandskorrespondenten (AK)

Anspruch/ Position der AK	Kategorisierte Handlungsziele	AK 01	AK 02	AK 03	AK 04	AK 05	AK 06	AK 07	AK 08	AK 09	AK 10	AK 11	AK 12	AK 13	AK 14	AK 15	AK 16	AK 17	AK 18	AK 19	AK 20	AK 21	AK 22	AK 23	AK 24	AK 25	Wieviel Prozent der AK erwähnen dieses Handlungsziel? (S.a. Abb. 14)
I. Neutral-faktenorientiert: "objektive", "umfassende", "ausgewogene" Informationen ohne Wertung weitergeben	Fakten darstellen				x																		x				8 %
	fundierte berichten, um Rezipienten eigene Meinungsbildung zu ermöglichen		x																								4 %
	ausgewogen & unvoreingenommen berichten				x	x		x												x							16 %
	differenziertes & komplexes Bild darstellen				x			x		x	x	x					x			x			x				32 %
	gesellschaftliche und politische Themen über Reportagen transportieren						x			x				x		x		x			x			x			28 %
	Informieren über die Region				x		x				x					x	x	x			x	x	x		x	x	44 %
II. Vermittelnd-erklärend: (unbekannte) Vorgänge in anderen Ländern verständlich machen, vermitteln, erklären & interpretieren	Lebenswelt/ Alltag vermitteln	x		x		x	x		x	x		x	x	x			x	x	x	x		x	x	x			64 %
	gesellschaftliche Realität (und ihre Widersprüche) zeigen	x	x	x		x	x		x		x	x		x	x	x	x	x		x		x	x	x	x	x	76 %
	Menschen in den Mittelpunkt der Berichterstattung stellen	x					x	x	x	x		x	x	x				x	x		x	x		x			52 %
	Abseitiges, Unerwartetes, Skurriles zeigen	x			x						x	x		x	x	x	x	x	x	x	x				x		48 %
	Hintergrund der Ereignisse, Analyse, Reflexion, verständliche Erklärung bieten, Fakten einordnen	x	x	x		x	x	x		x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	84 %
	Zusammenhänge/ Bezüge herstellen		x				x	x		x	x		x				x		x		x	x			x		44 %
	neue Tendenzen, Strukturen, Entwicklungslinien aufzeigen							x		x						x	x			x						x	24 %
III. Anwaltschaftlich-investigativ: engagiert Verständnis schaffen, aktiv Machtmissbrauch aufdecken, vermutete Werturteile ändern	Klischees/ Stereotypen/ Vorurteilen entgegensteuern, differenzieren	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x					x	x	72 %
	interne & globale Machtstrukturen & Mechanismen aufzeigen	x	x								x				x												16 %
	Verständnis für Lateinamerika fördern, Interesse wecken, Stärken Lateinamerikas zeigen		x			x		x	x			x		x	x				x	x			x	x	x	x	52 %
	Berührungängste abbauen & Verständigung ermöglichen								x										x				x				12 %
	Problembewusstsein und Wahrnehmung für Lateinamerika schärfen	x				x	x					x		x					x					x		x	28 %
	Horizont deutscher Rezipienten erweitern, "Nabelschau" in EU & USA bekämpfen	x													x				x		x					x	20 %
	ERGEBNIS: AK ... tendiert zu Position ...	II	II	II	I	II	II	II	III	II	II	II	II	II	III	II	II	II	III	II	II	II	I	II	II	III	

Abb. 14: Die häufigsten Handlungsziele der Korrespondenten



Fast drei Viertel (72 Prozent) möchten außerdem `Klischees/ Stereotypen entgegensteuern, Vorurteile abbauen, differenzieren´.

„Ein möglichst realistisches und objektives Bild auch gegenüber den Vorurteilen oder Stereotypen, die es gibt, zu vermitteln. Das ist natürlich nicht leicht, weil es für viele Stereotypen einen realen Hintergrund gibt. Es ist eine schwierige Gratwanderung, da zu versuchen, eigene Akzente zu setzen, was nicht immer gelingt. Zumal die Stereotypen in der Regel gerne genommen werden.“ (lacht)

Walter Brähler/ ARD-Fernsehen/ Mexiko-Stadt (AK 19)

„Also ich versuche einfach, ein möglichst differenziertes Bild zu liefern. [...] Es ist ja nicht so, dass dieser [brasilianische] Präsident Cardoso nur ein Neoliberaler ist, der mit der ausbeuterischen Klasse verbunden ist, das ist er zwar, aber eben nicht nur. Manchmal erinnert er sich, dass er in einer Partei ist, die sich sozialdemokratisch nennt und manchmal will er etwas Soziales tun, vor allem wenn Wahlen bevorstehen [...] und dann versuche ich halt, ein Thema, was in der Agenturmeldung [...] dann doch manchmal ein bisschen klischeehaft rüberkommt, die versuche ich dann doch hintergründiger darzustellen, einfach runder zu machen [...].“

Gerhard Dilger/ taz, epd, WoZ, u.a./ São Paulo (AK 11)

64 Prozent der Korrespondenten erachten das Handlungsziel `Lebenswelt/ Alltag vermitteln´ als wichtig. Unter dieser Kategorie wird die Vermittlung kleiner, alltäglicher Geschichten subsumiert, während die Kategorie `gesellschaftliche Realität zeigen´ z.B. auch die Beschreibung des Sozialsystems oder der Wirtschaftspolitik umfasst.

„Ja, ich denke, da geht es jetzt gar nicht mal besonders um Lateinamerika, sondern generell von der sogenannten Dritten Welt, ist es wichtig, ein sogenanntes normales Leben darzustellen, [...] außerhalb der privilegierten und außerhalb der sehr unterprivilegierten Schicht, eben, dass es auch ein normales Leben gibt, wie es das auch sonst wo gibt. Und das ist etwas, was viele Leute überhaupt gar nicht klar haben. Das ist eine Sache, die wichtig ist.“

Sheila Mysorekar/ Hörfunk-Featureredaktionen ARD u. DW/ Buenos Aires (AK 09)

„Also ich würde immer versuchen, die Geschichten, die dahinter sind, zu suchen. Und ich finde, das ist die Aufgabe des Korrespondenten, sonst brauchst du ihn nicht in dem Land. [...] Aber wenn du einen Korrespondenten hast, der in Ägypten, Kairo, ist, dann wirst du, bei allem, was er schreibt, riechen, wie das dort riecht. Du willst wirklich wissen, wie das Land ist, das muss er dir erzählen können, in seiner Art, wie er das macht. Aber nicht, keine Nachrichtenbeschau.“

Rainer Fabian/ Stern/ Rio de Janeiro (AK 17)

Die primäre Aufgabe der Korrespondenten ist daher für Christian Geinitz (FAZ):

„Gucken. Gucken, neugierig sein. Und möglichst erst mal gucken und dann beurteilen oder einordnen. Erst mal gucken.“

Christian Geinitz/ FAZ/ Mexiko-Stadt (AK 21)

Mehr als die Hälfte der Journalisten (52 Prozent) wollen die 'Menschen in den Mittelpunkt der Berichterstattung stellen', also beeindruckende Persönlichkeiten und Akteure mit politischer und sozialer Fantasie vorstellen sowie die Auswirkungen von politischen Entscheidungen auf die Menschen beschreiben.

„Die Beschreibung des Alltags, dass Leute zu Wort kommen, Schicksale, Lebensart, Lebensweise, dass das bei uns rüberkommen sollte. Wie die Abläufe sind hier, was alles anders ist als in Deutschland. Das andere, die harten politischen Sachen, die kann die Agentur auch liefern. Ich finde, wir sollten das runterbrechen, wie sich die politischen Entscheide auf die Bevölkerung auswirken und das an Hand von einer Person oder von mehreren Personen zeigen, wie sich das auswirkt.“

Martin Jordan/ FR, Basler u. Stuttgarter Ztg., Tagesspiegel/ Mexiko-Stadt (AK 23)

„Ich möchte ein Bild rüberbringen, was sich unterscheidet von dem in Wirtschaftsgazetten wie dem Handelsblatt oder auf Wirtschaftsseiten, wo dieses Land also in erster Linie wahrgenommen wird als eins, wo es wichtig ist, ob die Investitionsmöglichkeiten gut sind [...], sondern ich möchte die Menschen in den Mittelpunkt meiner Berichterstattung stellen.“

Gerhard Dilger/ taz, epd, WoZ, u.a./ São Paulo (AK 11)

Ebenfalls 52 Prozent wollen 'Verständnis für Lateinamerika fördern, Interesse wecken, Stärken Lateinamerikas zeigen'.

„Also das ist eigentlich mein Hauptanliegen, von Mexiko das Bild einer sehr bewegten und sehr offenen Gesellschaft und Kultur zu zeichnen, wo alles möglich ist und an den unerwartetsten Stellen die interessantesten Dinge stattfinden. Und eigentlich weniger über das, was man ohnehin schon weiß, also Smog in Mexiko-Stadt oder Korruption in der Regierung oder auch Menschenrechtsverletzungen, das sind Dauerbrenner, die absolut real sind, und die muss man, wenn es neue Dinge dazu gibt, auch immer wieder berichten, aber ich berichte eigentlich lieber, wenn es neue Projekte gibt, gegen diesen schlechten Zustand etwas zu tun.“

Anne Huffs Schmid/ taz, WoZ, NZZ, u.a./ Mexiko-Stadt (AK 18)

„[...] hier ist letztendlich gar nicht alles anders als bei uns. Es sind bestimmte Dinge in größerem Ausmaß vorhanden, also Korruption oder nicht (grinst), aber vielleicht die Gleichartigkeit, also das Verbindende eigentlich, das ist mir irgendwo auch am wichtigsten. Auch diese Grenzen, dass die Menschen nicht so viel Berührungsangst haben, zu anderen Kontinenten, zu ihnen fremden Kulturen, sondern sie irgendwie davon ausgehen können, Verständigung ist immer irgendwie möglich, wenn beide Seiten wollen. Gerade Südamerika finde ich, ist ein gutes Beispiel, weil die Leute in der Regel sehr sehr kommunikativ sind und es ist sehr einfach eigentlich.“

Andrea Böckmann/ ARD-Hörfunk/ Buenos Aires (AK 08)

Aus Abb. 13 geht hervor, dass jeder Korrespondent unterschiedliche Handlungsziele der drei verschiedenen Positionen des journalistischen Selbstverständnisses verfolgt, so dass sich keine „reinen Typen“ ergeben. Um dennoch einen Eindruck vom Typus des einzelnen Journalisten zu bekommen, ordnete ich die Auslandskorrespondenten jeweils der Position zu, die für ihre Spalte die meisten angekreuzten Handlungsziele aufwies, gleichzeitig berücksichtigte ich die generelle Argumentationslinie des Interviews.²⁷³

Zusammenfassend lassen sich 76 Prozent der Korrespondenten dem **Selbstverständnis-Typus mit vermittelnd-erklärenden Ansprüchen** zuordnen, die mit blau gekennzeichnet sind und mit großem Abstand überwiegen. Sie verfolgen in erster Linie die journalistische Motivation, unbekannte Vorgänge und Phänomene in anderen Ländern zu vermitteln, die den Rezipienten nicht unbedingt verständlich sind und daher erklärt und interpretiert werden müssen.

„Das habe ich ja schon relativ wortreich erklärt, dass es mir darum geht, für den deutschen Leser die Vielfalt dieser Länder, Konflikte, Eigenschaften, Mentalitäten darzustellen und dass im günstigsten Fall am Ende meiner Amtszeit sozusagen so eine Art komplettes Mosaik entstanden ist. Das ist ja rein theoretisch, wenn man die Texte mal zusammennähme, dass man mal ein komplettes Bild von diesem Kontinent hat und vor Augen hat, wie es wirklich ist.“

Josef Oehrlein/ FAZ/ Buenos Aires (AK 10)

Nur zwei Korrespondenten scheinen in erster Linie neutral-faktenorientiert über die Region informieren zu wollen – es sind vielleicht nicht zufällig die beiden Journalisten der Nachrichtenagentur. Ein Beispiel:

„Ja, die Aufgabe eines Auslandskorrespondenten ist in erster Linie zu berichten über das, was in seinem Aufgabenbereich passiert. Das ist das erste, zu informieren und darüber zu schreiben, dass es den Leuten gefällt und sie es gerne lesen, das ist immer so ein Herausforderung, wie man so eine Geschichte aufbaut. Dass Leute, die nichts damit zu tun haben, es einerseits interessant finden und andererseits auch wirklich Interesse haben, es jetzt zu lesen. Man hat natürlich immer viel zu lesen und da ist es auch immer so die Herausforderung, das Eigene attraktiv und interessant darzustellen.“

Klaus Blume/ dpa/ Mexiko-Stadt (AK 22)

Vier Korrespondenten können dem Typus mit anwaltschaftlich-investigativen Ansprüchen zugeordnet werden. Sie möchten in erster Linie vermutete Werturteile verändern,

²⁷³ Insbesondere bei Fällen, die nicht ganz eindeutig zuzuordnen sind, diente mir die Argumentationslinie des Interviews als Entscheidungshilfe: So tendiert beispielsweise AK 01 auch stark zu Position III, doch seine generelle Argumentationslinie weist eher in die Richtung der erklärenden Vermittlerposition, so dass ich ihn Position II zuordnete. Bei AK 08 und AK 18 halten sich die genannten Handlungsziele, die mit Position II und III verbunden werden, sogar die Waage. In den Interviews wird aber deutlich, dass AK 08 insbesondere Berührungängste abbauen sowie Verständigung ermöglichen und AK 18 Problembewusstsein und Wahrnehmung für Lateinamerika und seine „außereuropäische Wirklichkeit“ schaffen will, so dass mir jeweils eine Einordnung in Position III gerechtfertigt erschien.

also z.B. die in der deutschen Öffentlichkeit vorherrschenden Klischees über Lateinamerika aufbrechen. Außerdem wollen sie in ihren Beiträgen nicht nur Negatives berichten, sondern auch 'Verständnis für Lateinamerika fördern, Interesse wecken, Stärken Lateinamerikas zeigen' und engagiert 'interne und globale Machtstrukturen und Mechanismen aufzeigen' sowie die generelle 'Wahrnehmung und das Problembewusstsein für Lateinamerika schärfen':

„Der 11. September war eben nicht nur der Tag der Terror-Attacke in New York, sondern der 11. September war der Tag, an dem Pinochet Allende weggeputscht hat und Pinochet hat Allende deshalb weggeputscht, weil Nixon zwei Jahre vorher gesagt hat, 'ich will den Kerl nicht haben', 'dead or alive' [...]. Ich war in Santiago und ich habe mich mit Folteropfern unterhalten und Leuten, die in der Villa Grimaldi waren, und wenn du dir die Geschichten anhörst, kriegst du halt einfach nur die kalte Wut. [...] Wenn ich ein Anliegen hab, dann klarzumachen, Leute, ihr gefällt euch sozusagen in diesem narzisstischen Weltbild als friedliche, unschuldigen Nation, [...] aber euer Lebensstandard wird abgesichert dadurch, dass Amerika im Rest der Welt mit dicken Elefantenbeinen auftritt, und da wächst dann kein Gras mehr. Und hier kommt natürlich noch dazu, dass du ne Anzahl von Nationalregierungen hast, die bis ins Mark korrupt sind [...]. Das ist einfach eine Sauerei. Und diese Wut, die du hast, das ist ein ganz guter Treibstoff für Geschichten, für Journalismus. Also ich finde starke Gefühle sehr brauchbar für den Journalismus.“

Matthias Matussek/ *Der Spiegel*/ Rio de Janeiro (AK 14)

„Also der Auslandskorrespondent sollte eigentlich in dem Sinne nicht nur Kulturvermittler sein, sondern ein Vermittler von verschiedenen Anschauungen. Damit man sich eben in dieser komplexen Welt besser versteht. Also ich glaube, dass da jeder Auslandskorrespondent auch eine Art persönliche Mission hat. Man ist ja nicht einfach ein Schreibtischtäter. Gerade ein Auslandskorrespondent ist viel mehr, er versucht, etwas zu erreichen, Aufmerksamkeit für seine Länder zu erwecken, Verständnis zu erwecken für die besonderen Verhältnisse, in denen sie leben [...]“

Richard Bauer/ *NZZ*/ Mexiko-Stadt (AK 25)

V.2.3. ANSPRUCH UND WIRKLICHKEIT

Inwiefern der Anspruch, den die Korrespondenten an ihre Tätigkeit stellen, in ihrem Arbeitsalltag umzusetzen ist, wurde durch eine standardisierte Befragung ermittelt. Zunächst konnten die Berichterstatter angeben, in welchem Maß sie den zehn vorgegebenen journalistischen Aufgabenbeschreibungen normativ zustimmen (Vgl. Abb. 15).

Abb. 15: Ansprüche der Korrespondenten an ihre Tätigkeit

Meine Aufgabe als Korrespondent ist es, ...	ANSPRUCH: Dies...				Ent-haltung
	trifft voll-kommen zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft über-haupt nicht zu	
	TRIFFT ZU		TRIFFT NICHT ZU		
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	23	2	0	0	0
	100%		0%		
möglichst neutral und präzise zu informieren.	20	5	0	0	0
	100%		0%		
als Mittler zwischen zwei Welten zu fungieren.	16	5	3	1	0
	84%		12%		
ein Kulturdolmetscher zu sein.	10	8	6	0	1
	72%		24%		4%
politische Missstände aufzudecken.	9	9	4	3	0
	72%		28%		
unterprivilegierte Menschen zu vertreten.	6	7	8	4	0
	52%		48%		
meinen persönlichen Blick auf die Geschehnisse zu vermitteln.	4	8	9	4	0
	48%		52%		
Die politischen Beziehungen zwischen lateinamerikanischen Staaten und Deutschland zu beeinflussen.	3	1	5	16	0
	16%		84%		
den europäischen Blickwinkel in meinen Berichten zu betonen .	1	3	8	13	0
	16%		84%		
Sprachrohr der Region zu sein.	1	3	6	15	0
	16%		84%		

Legende:

Position I: Neutral-faktenorientierte Ansprüche

Position II: Vermittelnd-erklärende Ansprüche

Position III: Anwaltschaftlich-investigative bzw. diplomatisch-missionarische Ansprüche

Die angegebenen Prozentzahlen entstehen, wenn die Antworten zunächst binär nach den Kategorien „trifft zu“/ „trifft nicht zu“ ausgewertet werden. Die hier dargestellte Reihenfolge der Aufgaben orientiert sich an der Höhe des Zustimmungsgades der Korrespondenten, nicht an der ursprünglichen Reihenfolge des Fragebogens (vgl. hierzu Anhang A).

V.2.3.1. ANSPRUCH

Als Ergebnis lässt sich festhalten, dass alle Korrespondenten in erster Linie 'komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln' und 'neutral und präzise informieren' wollen (vgl. Abb. 15). Viele haben zudem den Anspruch, als 'Mittler zwischen zwei Welten' (84 Prozent) und 'Kulturdolmetscher' (72 Prozent) zu fungieren. Die meisten dieser Ansprüche lassen sich auch hier dem vermittelnd-erklärenden Rollenbild der Korrespondenten zuordnen, so dass die Ergebnisse aus Kapitel V.2.2. bestätigt werden.

Der Einfluss der neutral-faktenorientierten Ansprüche wird dadurch abgeschwächt, dass einige Korrespondenten die Einschränkung machten, zwar gerne 'präzise', aber nicht unbedingt 'neutral' informieren zu wollen. 'Politische Missstände aufdecken' möchten zwar auch 72 Prozent der Korrespondenten, doch gewichtet man die Aussagen nach ihrem Zustimmungsgrad, fällt auf, dass dies eher ein nachrangiges Ziel für sie ist (vgl. Abb. 16). Viele betonen zu diesem Punkt, dass die investigative Tätigkeit eher die Aufgabe der inländischen Journalisten sei und weisen darauf hin, dass das Interesse in Deutschland an innenpolitischen Skandalen in Lateinamerika gering sei, wenn sie nicht eine sehr große Dimension haben. Mehr als die Hälfte der Korrespondenten stimmt der Aussage zu, 'unterprivilegierte Menschen vertreten' zu wollen (vgl. Abb. 15), doch viele von ihnen differenzierten diese Aussage dahingehend, dass sie diese Menschen nicht 'vertreten', sondern lediglich darüber informieren wollen, dass es sie gibt. Dies erklärt, warum dieses Ziel in der gewichteten Darstellung (Abb. 16) relativ geringen Zuspruch findet.

Es wird deutlich, dass die Korrespondenten zwar teilweise anwaltschaftlich-investigative Handlungsziele verfolgen, doch eindeutige diplomatisch-missionarische Ansprüche werden von mehr als vier Fünfteln der Befragten abgelehnt (vgl. Abb. 15): Jeweils 84 Prozent wollen weder 'die politischen Beziehungen zwischen lateinamerikanischen Staaten und Deutschland beeinflussen' noch in ihren Berichten 'den europäischen Blickwinkel betonen' oder gar 'Sprachrohr der Region' sein. Bei der nicht ganz eindeutig zu den drei Rollenbildern einzuordnende Kategorie 'meinen persönlichen Blick auf die Geschehnisse zu vermitteln' halten sich Zustimmung (52 Prozent) und Ablehnung (48 Prozent) fast die Waage. Viele machten darauf aufmerksam, dass es hierbei auf die Form ankomme - bei Kommentaren, Glossen und Reportagen sei es durchaus angebracht, den persönlichen Blick einfließen zu lassen.

Abb. 16: Korrespondentenaufgaben: Anspruch

ZUSTIMMUNGSGRAD*

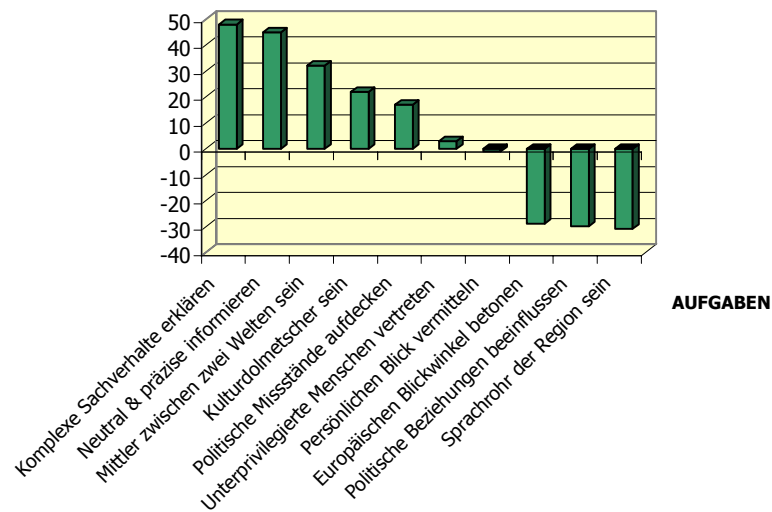
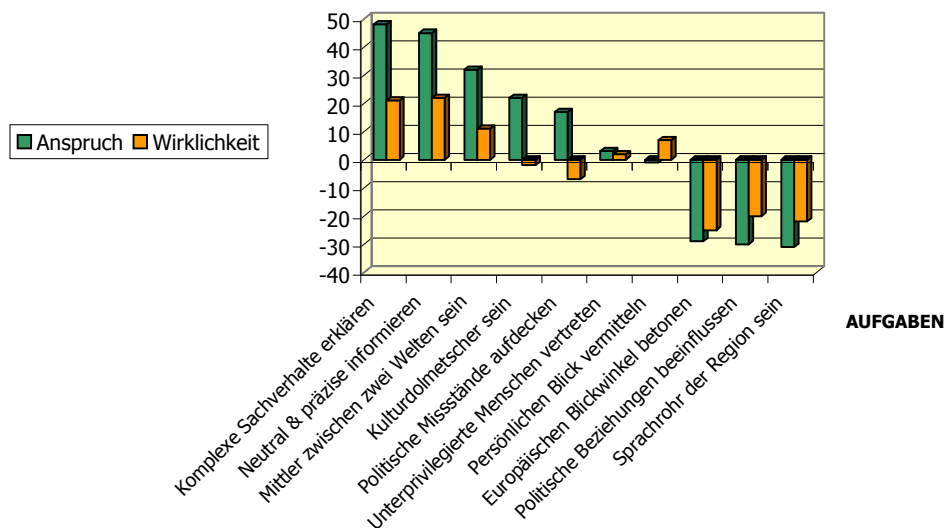


Abb. 17: Korrespondentenaufgaben: Anspruch und Wirklichkeit

ZUSTIMMUNGSGRAD*



In Abb. 16 und 17 werden die Daten aus Abb. 15 gewichtet nach dem Zustimmungsgrad dargestellt, der folgendermaßen entwickelt wurde: Den vier Antwortmöglichkeiten („trifft vollkommen zu“/ „trifft eher zu“/ „trifft eher nicht zu“/ „trifft überhaupt nicht zu“) ordnete ich die Werte (2), (1), (-1), (-2) zu, die ich mit der Korrespondentenzahl in jeder Zelle multiplizierte. Die Addition dieser Produkte ergab den jeweiligen Zustimmungsgrad zu den Korrespondentenaufgaben. Zu den Details der Rechnung vgl. Tabelle 1 (Anhang B), die aufgrund ihres großen Umfangs hier nicht abgebildet ist.

Die grafische Darstellung der Abb. 16 und 17 orientiert sich an den häufigsten Ansprüchen der Korrespondenten und nicht an der ursprünglichen Reihenfolge des Fragebogens (vgl. dazu Anhang A).

V.2.3.2. WIRKLICHKEIT UND HANDLUNGSRELEVANZ

Um anschließend die journalistischen Ansprüche der alltäglichen Wirklichkeit gegenüber stellen zu können, waren die Korrespondenten aufgefordert zu beurteilen, in welchem Maß es ihnen gelingt, die angesprochenen Aufgaben in der Realität umzusetzen. Diese Antworten sind stark vom Selbstbewusstsein und der Persönlichkeit der Befragten abhängig – drei Korrespondenten verweigerten sich sogar dieser Einschätzung, da nach ihrer Ansicht der Leser die Beurteilung der Berichterstattungsqualität vornehmen müsse. Dennoch kann die Gegenüberstellung der Antworten zu Anspruch und Wirklichkeit einen ersten Eindruck von der Handlungsrelevanz der selbstgesteckten Ziele der Korrespondenten vermitteln (Abb. 17).

Es fällt auf, dass die Differenz zwischen Anspruch und Wirklichkeit bei den Aufgabenbeschreibungen am größten ist, die für die Korrespondenten die wichtigsten Ziele verkörpern. Gerade wegen dieser emotionalen Komponente muss die Differenz hier allerdings etwas relativiert werden, da die Korrespondenten offensichtlich relativ selbstkritisch sind und ihre Handlungsrelevanz eher vorsichtig oder leicht pessimistisch einschätzen. So ist zum Beispiel bei dem eher nachrangigen Ziel 'unterprivilegierte Menschen zu vertreten' die Differenz am geringsten – wohl auch, weil der Anspruch nicht so hoch ist. Bei den Zielen, die die Mehrzahl der Korrespondenten explizit nicht verfolgt ('die politischen Beziehungen beeinflussen' / 'europäischen Blickwinkel betonen' / 'Sprachrohr der Region sein'), stimmen Anspruch und Wirklichkeit im Vergleich zu den wichtigsten Zielen eher überein. Auffallend ist das Ergebnis, dass die Korrespondenten gar nicht unbedingt ihren 'persönlichen Blick auf die Geschehnisse vermitteln' möchten, jedoch den Eindruck haben, dies im journalistischen Alltag zu tun – zumindest mehr, als sie das wollen.

V.2.3.3. PROBLEME UND VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE

Probleme, denen die Korrespondenten im journalistischen Alltag begegnen und die sie an der Umsetzung ihrer Ansprüche hindern, lassen sich aus der offenen Befragung identifizieren. Zu den hauptsächlichen Schwierigkeiten zählt das **geringe Interesse der Heimatredaktion an Lateinamerika**. Nach Ansicht der Korrespondenten achtet diese in starkem Maße auf die Kosten, die für die Berichterstattung aus dieser Region anfallen, wodurch sich eine geringe Bereitschaft zur Finanzierung fester Korrespondenten und zur Deckung der Reisekosten freier Journalisten ergäben. Die **geringen Ressourcen**, die für die Berichterstattung aus dem Subkontinent bereitgestellt werden, empfinden einige angesichts der **Größe des Gebietes** als Absurdität und Zumutung.

„Ich meine, es sind 22 Länder, da gibt es ein Land, das heißt Belize, kannst du mir sagen, wie heißt der Präsident von Belize, oder welche politischen Parteien sind da, oder welche Gewerkschaften arbeiten dort... Also im generellen wusste man die Probleme dieser Länder schon, weil man ja täglich Zeitung las, aber verantwortlich 22 Länder zu betreuen, ist absurd.“

Rainer Fabian/ *Stern*/ Rio de Janeiro (AK 17)

Auch durch die **geringe Vorkenntnis der Rezipienten** ergäben sich Vermittlungsprobleme: Oft seien z.B. politische Begriffe aus Europa wie „links“ und „rechts“ nicht auf die Verhältnisse in Lateinamerika anwendbar, trotzdem benutze man sie als Krücke, um politische Entwicklungen wenigstens ansatzweise zu erklären. Insbesondere die **zeitgleiche Berichterstattung für unterschiedliche Zielgruppen**, die beispielsweise von den einzelnen ARD-Hörfunkwellen angesprochen werden, gleicht oft einem Spagat zwischen den segmentierten Publika:

„[...] wenn ich jetzt sage, ich mache Kuba. Und mache da drei oder dreieinhalb Minuten. Dann weiß ich, fallen von den 56 Wellen schon mal mindestens die Hälfte raus, wenn nicht mehr, die sagen, das ist nicht unser Format, das können wir nicht machen. Viele Wellen nehmen ja überhaupt keine Beiträge mehr, sondern nur noch Live-Gespräche. Wenn ich also was zu Kuba mache, dann muss ich mir für eine Jugendwelle was anderes überlegen, dann nehme ich beispielsweise so ein Lied [...] über Jineteras, die Prostituierten auf dem Malecón [...]. Und dann suche ich mir eine [...] und mache mit der eine Art Porträt [...], in der Summe sind es vielleicht zwei, zweieinhalb Minuten, auf diese Musik, die eine gute Musik sein muss, und weiß, das nehmen dann auch diese Wellen, die so ein schnelles Tempo haben [...].“

Matthias Reiche/ *ARD-Hörfunk*/ Mexiko-Stadt (AK 20)

Bei den Hörfunkprogrammen ist die **Formatierung** der einzelnen Wellen stärker ausgeprägt als im Fernsehen, doch auch bei *ARD* und *ZDF* bedienen die Korrespondenten verschiedene Redaktionen, die mittlerweile sehr viel stärker an **Aktualität** und weniger an Hintergrund interessiert sind.

„`Morgenmagazin` und `Mittagsmagazin` ticken auch schon fast so wie `ARD-Aktuell`. Früher war es möglich, auch mal mittelfristige Themen, wie `größte Moschee Südamerikas wird in Buenos Aires gebaut`, unterzubringen, ist jetzt fast nicht mehr möglich. Die segeln auch alle ganz hart dran an der Tagesaktualität. [...] Was anderes ist es, wenn [die Redaktionen] den Anspruch haben [...] `wir möchten aber auch gerne Hintergrundberichte haben`, in vielleicht doch einigen Nischen, die es noch in der ARD gibt. Und dann ist es vielleicht doch wieder der `Weltspiegel` und ich meine auch, man sollte mehr Auslandsfeature machen, auf prominenten Sendeplätzen, wirklich mehr Reportagen oder gute Dokumentationen auch. [...] Dann macht es auch Sinn, so eine Auslandskorrespondenz.“

Klaus Weidmann/ ARD-Fernsehen/ Buenos Aires (AK 03)

Neben dem Zeitunterschied, der Entfernung und dem kaum existierenden Kontakt zu den jeweiligen Publika führen einige Korrespondenten den **Kampf gegen die Klischees in den Köpfen** der Redakteure und Rezipienten als weiteres Problem an, das die Berichterstattung immer beinhalte:

„[...] die Aufgabe, so wie ich das verstehe, Informationen über ein Land oder eine Region zu vermitteln, die in Deutschland nicht so bekannt ist [...]. Das ist das Ideal. Der sozialistische Realismus oder der journalistische Realismus sieht immer so aus, dass es ein Abwägen ist, ein Kampf gegen Klischees, es kommt oft vor, dass aus Hamburg angerufen wird und die sagen, „machen Sie doch mal eine Geschichte darüber, wir haben da was gelesen, das ist so und so.“ Und dann stellen Sie fest, das ist nicht so, wie der das gesehen hat oder erfüllen nicht unbedingt die Erwartungen[...]. Das ist immer ein Ringen, ein Ringen auch mit dem Leser, weil wie gesagt, Sex-Geschichten, Gewalt-Geschichten, Amazonas-Geschichten gehen eigentlich immer.“

Jens Glüsing/ Der Spiegel/ Rio de Janeiro (AK 15)

Die dargestellten Probleme sollen jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass ein Fünftel der Korrespondenten explizit sagt, dass der **Idealzustand** ihrer Arbeitsbedingungen erreicht sei. Für 28 Prozent der Befragten wäre dieser Zustand allerdings erst erreicht, wenn sie `statt Aktualität und Krisenberichterstattung mehr Hintergrund` vermitteln können und 24 Prozent wünschen sich `mehr Interesse und Platz (bzw. Sendezeit)` für Reportagen, komplexe Themen, Abstraktes, Subtilität sowie die Beschreibung von Akkulturationseffekten und Alltag.

„[...] um die Dritte Welt zu verstehen und diese Länder zu verstehen und die Globalisierung zu begreifen, was heute eigentlich vor sich geht, müsste man denen in Europa, man müsste ihnen wirklich beibringen, wie die Afghanen wirklich denken. [...] Und so ist es natürlich auch hier in Brasilien. Brasilien ist Macumba, ein Voodoo-Land. Politik ist Voodoo. Die Leute haben nicht das geringste Verhältnis zur Realität. Die Politiker denken, sie könnten wie beim Voodoo ein bestimmtes Wort aussprechen und tausend Kilometer entfernt löst sich dadurch ein Problem. Das ist diese ganz merkwürdige Art. Und dies kann man natürlich durch Alltagsgeschichten klarmachen. Und die fehlen für meine Begriffe. Die fehlen.“

Rainer Fabian/ Stern/ Rio de Janeiro (AK 17)

12 Prozent der Korrespondenten wünschen sich eine bessere Bezahlung und Ausstattung, um mehr Zeit für die Recherche aufwenden zu können, acht Prozent ein besseres Verhältnis zur Redaktion. Einzelne Korrespondenten machen konkrete **Vorschläge für eine andere Art der Auslandsberichterstattung:**

- Konzept „Innenpolitik aus dem Ausland“ (Vorbild NZZ)

„Ich interpretiere den Auslandsteil der NZZ so, dass ich denke, die machen einfach Innenpolitik aus dem Ausland und sie versuchen, sämtliche Entwicklungen, die in den Ländern, wo sie ihre Leute haben, stattfinden, zu dokumentieren. Das müssen nicht immer lange Stücke sein, aber sie versuchen, aktuell das zu erzählen, was innenpolitisch gerade wichtig dort ist. Und das ist eine andere Herangehensweise, weil es auch voraussetzt zu akzeptieren, dass das, was woanders diskutiert wird, durchaus wichtig ist und einen Stellenwert hat.“

Ingo Malcher/ taz, epd, Woche, Facts/ Buenos Aires (AK 01)

- Arbeitsteilung zwischen Agenturjournalisten (-> Nachrichten) und Korrespondenten (-> Reportagen, Hintergrund)

„Also ich fände das eigentlich toll, wenn die Tageszeitungen diese [aktuellen] Sachen aus den News-Büros nähmen und dann dafür sorgen würden, dass dort Journalisten sitzen, die so gut schreiben können, dass man das dann soweit brauchen kann, und wir dazu die Anschauungsberichte liefern würden, die Reportagen, die Reisen, die Interviews, die Begegnungen in der Stadt [...]. Das fände ich absolut empfehlenswert, aber da rede ich in den Wind.“ (lacht)

Christoph Kuhn/ Tagesanzeiger/ Buenos Aires (AK 05)

- Berichterstattung über Vorgänge ohne unmittelbaren „Nutzwert“ für den Hörer -> sich generell den Luxus leisten, „mehr Bescheid zu wissen“ (Vorbild BBC)

„Ja, es würde mir schon gefallen, die politischen Vorgänge hier [zu vermitteln], die nicht von unmittelbarem Interesse für den deutschen Hörer sind – er braucht sie nicht für sein Leben, er braucht die Politik in Deutschland und in Europa, die Euro-Einführung – aber dass er sich diesen Luxus leistet, auch mehr Bescheid zu wissen. [...] Das wäre so eine Grundhaltung, [...] wie in BBC z.B., die machen das, die haben auch viel mehr Korrespondenten. Der BBC-Hörer ist sicherlich deutlich politisch tougher als der deutsche ARD-Hörer.“

Matthias Reiche/ ARD-Hörfunk/ Mexiko-Stadt (AK 20)

- Präzise und kritische Lateinamerika-Berichterstattung jenseits von „Tickerkonjunkturen“ und Stereotypen

Auch nach der Ära der Diktaturen, Revolutionen und Bürgerkriege fordern die drei Lateinamerika-Korrespondenten der taz ihre Redaktion in einem internen Positionspapier, das der Autorin vorliegt, zu mehr *seguimiento* nach dem Motto „Hingucken und dranbleiben“ auf. Wichtige lateinamerikanische Themen der nächsten Jahre seien beispielsweise die Indígena-Bewegung, die Vergangenheitsbewältigung und Aufarbeitung der Diktaturen sowie die gesellschafts- und machtpolitischen Auswirkungen des Neoliberalismus.

V.3. TRENDS IM GLOBALISIERTEN MEDIENSYSTEM

Wie sich die Arbeitsrealität der Korrespondenten in der vernetzten Welt verändert hat, wurde bereits im Kapitel V.1.6 geschildert. Welchen weltweiten polit-ökonomischen Konjunkturschwankungen das Interesse der Redaktionen an Lateinamerika unterliegt und inwiefern die Korrespondenten einen sinkenden Stellenwert der Auslandsberichterstattung im globalisierten Mediensystem wahrnehmen, wird im Folgenden dargestellt. Abschließend werden ihre Einschätzungen zur Zukunft der Korrespondenten in Lateinamerika zusammengefasst.

V.3.1. KONJUNKTURSCHWANKUNGEN DES INTERESSES AN LATEINAMERIKA

Nach Ansicht fast aller Korrespondenten hat Lateinamerika seit 1989 in der deutschsprachigen Auslandsberichterstattung drastisch an Stellenwert verloren. Für das geringere Interesse ihrer Redaktionen machen sie sowohl weltpolitische als auch interne lateinamerikanische Entwicklungen verantwortlich.

„Das Leben ist durch das Ende des Zeitalters der Guerilla und der Diktaturen flacher geworden, es hat weniger Höhepunkte. Und auf der anderen Seite ist in allen anderen Weltregionen, in der Nähe Deutschlands und auch fern davon, sehr viel Wichtiges passiert, was die Leute halt ablenkt von Lateinamerika.“

Romeo Rey/ *FR*/Buenos Aires (AK 02)

Seit dem Ende der Diktaturen und Bürgerkriege und dem Beginn der Demokratisierung und Stabilisierung vieler lateinamerikanischer Länder sei der Subkontinent „kein *news*-Bringer mehr“²⁷⁴ und in der Wahrnehmung marginalisiert.

„Als das hier im Rampenlicht stand, da war das natürlich aus journalistischer Sicht viel besser, du hattest also jede Menge Militärdiktaturen, die massiv die Menschenrechte verletzt haben, viele Verschwundene. Die haben Regionalkriege fast geführt, Argentinien und Chile, haben sich mit Thatcher im Südatlantik gekloppt und so, das ist natürlich alles klasse. Che Guevara war auch noch nicht lange tot und all solche Themen sehe ich im Augenblick nicht.“

Jan Ronneburger/ *dpa*/Buenos Aires (AK 04)

Zudem werden die noch vorhandenen kriegerischen Auseinandersetzungen, z.B. in Kolumbien, nicht mehr als Stellvertreterkriege im Ost-West-Konflikt betrachtet, so dass für die deutsche Öffentlichkeit „weniger im Spiel“ sei als in den 70er und 80er Jahren. Es gebe einen unausgesprochenen Konsens in den Redaktionen, dass Lateinamerika

²⁷⁴ AK 25, vgl. Interview im Anhang C.

nicht interessant sei. Nach Ansicht der Korrespondenten führten der Fall der Berliner Mauer und die weltpolitischen Konsequenzen zu einer **Verdrängung des Interesses**: Die deutsche Wiedervereinigung, die publizistische Entdeckung Osteuropas, das Interesse an den asiatischen „Tigerstaaten“ und die neuen Konflikte in Europas Nähe (Zweiter Golfkrieg, Zerfall Jugoslawiens) bewirkten, dass Lateinamerika aus dem Blickfeld geraten sei. Zudem habe eine Rückbesinnung auf die eigene „Erste Welt“ stattgefunden (Provinzialisierung), die sich mit neuen Problemen konfrontiert gesehen habe:

„Seit dem Mauerfall interessiert in diesen Ländern nichts mehr, nur noch Deutschland. Also ich meine, früher waren die Straßenkinder in São Paulo das große Thema, heute sind es die Straßenkinder in Rumänien, in Moskau und vielleicht im Hamburger Hauptbahnhof. Also die Probleme sind viel näher und sind dort. [...] Alltagsgeschichten aus Polen und Mecklenburg sind einfach interessanter als eine Alltagsgeschichte aus Rio. Das hat sich geändert. Und das ist 1989, das war der große Einbruch.“

Rainer Fabian/ *Stern*/ Rio de Janeiro (AK 17)

Der Beginn des Desinteresses der Redaktionen wird teilweise auch schon in den 80er Jahren verortet:

„Ich sehe das so die Reihe durch, wenn ich die Chefredakteure in meinem Bereich, Politik und Wirtschaft, so betrachte. Die haben noch die Euphorie mitbekommen, in den 70ern, oh Brasilien wird eine Weltmacht und Argentinien wird sowieso ganz toll und dann kam der riesige Abstieg in den 80ern, Verschuldungskrise, das hier war tot. Weltwirtschaftlich isoliert, weltpolitisch isoliert, Asien war wichtiger. Und dann kam später unsere Wiedervereinigung und dann kam Osteuropa, dann waren die ganz mit anderen Sachen beschäftigt, dann haben die da ihre Korrespondenten hingeschickt.“

Alexander Busch/ *Handelsblatt* und *Wirtschaftswoche*/ São Paulo (AK 12)

Einige Korrespondenten stellen andererseits fest, dass sich das **Interesse verlagerte**: Die emotionale Bindung an politische Gruppen in Lateinamerika ließ in den 90er Jahren nach, gleichzeitig wurden wirtschaftliche Themen zunehmend nachgefragt. Dies lasse sich durch die in dieser Zeit verstärkt getätigten Finanzkapitalanlagen in den Mercosur-Ländern begründen: Auch viele „kleine Leute“ seien an verschiedenen Investmentfonds beteiligt und haben daher ein Interesse an einer stabilen wirtschaftlichen Entwicklung Lateinamerikas. Da insbesondere Mittelamerika und die Karibik potenzielle Reiseziele für deutsche Touristen darstellten, ist für Matthias Reiche (*ARD-Hörfunk*) das spürbar geringere Interesse nur ein „scheinbares Desinteresse“:

„In Kuba sind die Deutschen jetzt auf Nummer zwei, im nächsten Jahr werden sie sicher Nummer eins sein. Dominikanische Republik ist ein klassisches Reiseland, nach Mexiko kommen zunehmend mehr Leute. Und auch nach Mittelamerika fahren Leute, Venezuela, und die sind ja dann auch Transformatoren in Deutschland von den Ereignissen hier, die dann komplettiert werden können durch den Korrespondenten, dass er eben noch mehr Sachen darüber erzählt.“

Matthias Reiche/ *ARD-Hörfunk*/ Mexiko-Stadt (AK 20)

Immerhin hat sich der jährliche Sende-Output des ZDF-Studios in Rio de Janeiro nach Angaben des Studioleiters Frank Buchwald von 1995 bis 1998 mehr als verdoppelt, so dass das Studio Rio im Jahr 1998 mit mehr als 500 Sendeminuten an siebter Stelle des Output-Rankings der 19 ZDF-Auslandsstudios lag:

„Vor uns lagen nur New York, Washington, Moskau, Paris, London und... noch ein großes, ich weiß es nicht mehr. Wir hatten mehr als Kairo, Nahost-Studio, wir hatten mehr als Tel Aviv, wir hatten mehr als Rom sogar, mehr als Tokio, ein wichtiges Studio. Also daran kann man sehen, dass Südamerika, zumindest was die Quantität angeht, also nach unserer Erfahrung, nicht weniger interessant geworden ist.“

Frank Buchwald/ ZDF/ Rio de Janeiro (AK 13)

Insbesondere die Jahre 1992 mit der 500-Jahr-Feier von Kolumbus und 1994 – mit dem zeitgleichen Aufstand der *zapatistas* in Chiapas und dem Inkrafttreten des NAFTA-Abkommens, mit der Haiti-Invasion und der kubanischen *balseiros*-Krise²⁷⁵ – waren für viele Korrespondenten Höhepunkte der Berichterstattung. Allerdings sorgten diese Ereignisse, ebenso wie die Pinochet-Verhaftung im Jahr 1998, eher für relativ kurzfristige Aufschwünge der Interessenkonjunktur. Einigkeit herrscht darüber, dass seit dem 11. September 2001 das Interesse an Lateinamerika naturgemäß erneut stark gesunken ist.

V.3.2. SINKENDER STELLENWERT DER AUSLANDSBERICHTERSTATTUNG

Knapp drei Viertel der Korrespondenten (72 Prozent) stellen zudem fest, dass nicht nur das Interesse an Lateinamerika, sondern an der Auslandsberichterstattung generell seit dem Mauerfall gesunken sei, womit sie der Kritik von Sonia Mikich zustimmen.²⁷⁶ Einerseits sei es verständlich, dass in den 1990er Jahren neue Regionen auch medial entdeckt werden mussten, andererseits beklagen einige Korrespondenten einen Trend zur „Nabelschau“ in Deutschland, der auch elf Jahre nach der Wiedervereinigung noch anhalte.

„Es setzt sich so eine Nabelschau durch seit der Wiedervereinigung, auch so ein Deutschland-Hype, wo man sich schon fragt, irgendwann muss das ja auch mal zu Ende gehen, aber ich glaube nicht so schnell.“

Ingo Malcher/ taz, epd, Woche, Facts, u.a./ Buenos Aires (AK 01)

²⁷⁵ *Balseiro* bedeutet Floßführer. Im August 1994 versuchten zehntausende Kubaner, mit selbstgebauten Flößen nach Miami zu schippen.

²⁷⁶ Zur Kritik der langjährigen ARD-Fernsehkorrespondentin Sonia Mikich an der Auslandsberichterstattung vgl. Kapitel I.1.

Die relativ breite Berichterstattung über innenpolitische und bunte Themen aus Deutschland habe auch zur Folge, dass weniger Platz für Auslandsthemen aus peripheren Gebieten abseits von Pflichtberichterstattung zur Verfügung stehen.

„Wenn Sie sich nur mal überlegen, wie stark die Auslandsberichterstattung in den Medien in Deutschland, der Schweiz und Europa allgemein in den letzten Jahren zurückgegangen ist, vor allem, was exotische Destinationen betrifft, Afrika, Asien und Lateinamerika, das ist wahnsinnig. Da wurden Seiten gekippt, das kam natürlich auch deshalb so, weil sich Osteuropa öffnete und man das näher hat.[...] Der Platz für Ausland in den Zeitungen hat nicht zugenommen.“

Richard Bauer/ *NZZ*/ Mexiko-Stadt (AK 25)

Dies korreliert nach Ansicht der Korrespondenten auch mit der generellen Entwicklung der Medien, die verstärkt zu *infotainment* und *personality stories* tendieren und dadurch oberflächlicher und flacher werden.

„[...] generell ist die Attitüde der Berichterstattung völlig anders geworden. [...] Natürlich macht der Stern Geschichten, völlig unkritisch. Was ist aktuell? Was ist groß? Machen! Titelbild: Potter. Bums. Das habe ich mir unter Journalismus nie vorgestellt. Ich kann nicht sagen, das ich das schamlos finde. Das ist eine Entscheidung. Man macht Promotion. Man macht eine Zeitung als Promotion-Agentur für den Lifestyle der Gesellschaft, wie sie gerade ist.“

Rainer Fabian/ *Stern*/ Rio de Janeiro (AK 17)

Die Korrespondenten sind sich einig, dass kleinere europäische Länder wie die Schweiz oder die Niederlande mehr Interesse an Auslandsberichterstattung haben als Deutschland. Daneben erkennt Anne Huffs Schmid (*taz*, *WoZ*, *NZZ*, u.a.) bei ihren Landsleuten auch eine zunehmende Kommerzialisierung des Denkens und einen Rückgang des politischen und kulturellen Interesses an der Welt, die sie nicht unmittelbar betrifft:

„Ich denke mal, das hat was mit Provinzialisierung nicht nur deutscher Medienlandschaft, sondern eben auch mit deutscher Öffentlichkeit zu tun, eine unglaubliche Selbstbezogenheit, also natürlich in erster Linie durch die Zäsur 1989, durch deutsch-deutsch, durch Entdeckung ganz neuer Welten im Osten, die aber auch in erster Linie gar nicht unbedingt kulturell erschlossen werden, sondern in erster Linie unter wirtschaftlichen Vorzeichen, also gewissermaßen: 'Was ist da für uns drin?' [...] Und da Lateinamerika eher für kulturelle und politische Aspekte des Austausches stände [...], ist sozusagen automatisch, dass damit auch Lateinamerika aus dem Blickfeld rückt.“

Anne Huffs Schmid/*taz*, *WoZ*, *NZZ*, u.a./ Mexiko-Stadt (AK 18)

24 Prozent der Korrespondenten erkennen zwar auch mehr Inlandsinhalte in den deutschen Nachrichten, doch sie argumentieren, dass diese Entwicklung einerseits durch die größere Unübersichtlichkeit in Zeiten der Globalisierung verständlich und andererseits durch die Ereignisse zu rechtfertigen sei:

„Es passiert ja auch eine Menge, es ist ein Regierungswechsel, es ist eine Rot-Grüne-Regierung, es wird Wirtschaftspolitik betrieben, die zumindest strittig ist. [...] Der überragende deutsche Staatsmann der letzten zwanzig Jahre steht plötzlich als einer da, der in die Kasse fasst. Das ist ein Schockmoment für eine Nation. Es wäre doch vermessen, wenn ich sagen würde, vergesst die Kohl-Affäre, wir senden hier aus Südamerika.“

Frank Buchwald/ ZDF/ Rio de Janeiro (AK 13)

Die Nabelschau in Deutschland sei nicht halb so groß wie in anderen Ländern, Verflachungstendenzen gebe es zwar vielleicht im Fernsehen, doch die Printmedien bürgten für gute Auslandsberichterstattung. Als gutes Vorbild und Beweis dafür, dass es einen Markt für fundierte Auslandsinformationen gibt, führen verschiedene Befragte die *FAZ* an, die in den vergangenen Jahren verstärkt in ihr Korrespondentennetz in Lateinamerika investierte – nachdem die beiden Posten allerdings von 1994 bis 1999 bzw. 2000 vakant waren. Interessant ist in diesem Fall, dass der Mittelamerika-Korrespondent anstatt von der Politik- direkt von der Wirtschaftsredaktion der *FAZ* entsandt wurde, was wiederum die schon angesprochene Verlagerung vom politischen zum wirtschaftlichen Interesse an der Region verdeutlicht.

V.3.3. ZUKUNFTSAUSSICHTEN

Nach den bisherigen Ausführungen erstaunt es nicht, dass 60 Prozent der Befragten die Zukunft für Auslandskorrespondenten in Lateinamerika als relativ schlecht einschätzen.²⁷⁷ Das Interesse an der Region werde in absehbarer Zeit nicht steigen, sondern eher noch weiter sinken – es sei denn, es käme zu großen Krisen. Doch die Mehrheit der Korrespondenten schätzt die künftigen Entwicklungen auf dem Kontinent als eher ruhig und stabil ein, nur Eva Karnofsky (*SZ*) ist anderer Meinung:

„Meine Prognose ist, dass das hier irgendwann auf dem Kontinent wieder schepert. Dass das nicht gut geht. Dass Menschen wie Chávez [Präsident in Venezuela, S.L.] eine Gefahr für diesen Kontinent darstellen. Dass sie zu einer Reideologisierung führen. Auch hier in Argentinien, Leute wie Elisa Carrió oder Farinello sind Beispiele dafür, dass man Heilsbringer sucht, weil die Parteiendemokratie und die Politiker versagt haben. Ich glaube, dass auf die Dauer wieder mehr 'Cháveze' hervorgebracht werden können. Venezuela hat inzwischen schon wieder diktatoriale Anzeichen [...]. Das wird natürlich dazu führen, dass wieder mehr Interesse an Lateinamerika besteht.“

Eva Karnofsky/ *SZ*/ Buenos Aires (AK 06)

²⁷⁷ Andere sind der Meinung, dass die Zukunft der Korrespondenten offen sei und von der Entwicklung des Weltgeschehens abhängen. Matthias Matussek (*Der Spiegel*) bezeichnet sein Medium als von Kürzungen verschonte „Insel der Glückseligen“. Auch Klaus Blume (*dpa*, Mexiko) ist überzeugt, dass die Korrespondenten weiterhin ihren Platz in Lateinamerika haben werden, da die Wirtschaft wachse und Spanisch als Weltsprache immer wichtiger werde.

Generell gehen die Korrespondenten jedoch davon aus, dass sie weiterhin um Sendezeit kämpfen und verstärkt mit anderen Regionen wie z.B. Asien und insbesondere China um Aufmerksamkeit konkurrieren müssen. Da die Nachfrage nach Geschichten aus Lateinamerika in Deutschland sehr begrenzt ist und die erfahrenen „Stallhasen“ ihr Revier in der Region verteidigen, sei es heute für einen neuen Korrespondenten sehr schwierig, eine freiberufliche Existenz in Lateinamerika aufzubauen.

„Im Augenblick wird das Geld bei elektronischen, aber auch bei Printmedien knapper und dann wird natürlich geguckt, wo können wir sparen. Und wenn man dann sieht, dass auch bei Regionalzeitungen mit einem überregionalen Anspruch eine sehr starke Re-Regionalisierung stattfindet, d.h., dass es sich sehr viel stärker auf den unmittelbaren Kreis des Erscheinens des Blatts konzentriert, denke ich, dass die Zukunft für Auslandskorrespondenten insgesamt und für Lateinamerika gerade eher schlecht sind. Ich lasse mich da sehr gerne widerlegen, aber ich denke, es rutscht mehr und mehr aus dem Fokus heraus.“

Klaus Ehringfeld/ *Handelsblatt* und 9 weitere Zeitungen/Mexiko-Stadt (AK 24)

„Ich sehe kein Interesse von Seiten der ARD, sei es, die feste Korrespondentenzahl zu erhöhen, oder mehr Raum für Auslandsthemen zu geben, das sehe ich nicht. Man kriegt ja irgendwie Antworten, wenn man ein Land anbietet, 'ne, das hatten wir vor zwei Jahren schon'. Das ist nicht untypisch so eine Antwort. Und das geht nicht. Ich sehe auch eher die Tendenz zu Magazinthemen, Zwei- oder Dreiminüter, diese Art. Wenn es darum geht, Geld zu verdienen, dann ist das okay. Aber wenn es darum geht, eine andere Art von Sendung zu machen, dann ist nicht viel zu machen. Ich sehe augenblicklich nicht irgendwie ein Interesse von Seiten der ARD, da groß was zu ändern.“

Sheila Mysorekar/Hörfunk-Feature ARD und DW/Buenos Aires (AK 09)

Der Trend zur Uniformität der Nachrichten werde weiterhin zunehmen, da die Gegenstimmen mangels Finanzierung verstummen. So werde generell immer weniger darüber berichtet wird, *wie* etwas passiert:

„WENN es dann passiert ist, klar, dann wird drüber berichtet, dann berichten alle. Aber WIE so etwas sich herausbildet, dafür wäre eigentlich Auslandsberichterstattung gegeben. Die könnte das leisten. Aber die klassische Auslandsberichterstattung, Hintergrund zu liefern für die Entwicklung in der Welt, die gibt es nicht mehr. Das muss man ganz nüchtern so sagen.“

Walter Brähler/ ARD-Fernsehen/Mexiko-Stadt (AK 19)

Doch gerade weil eine systematische Berichterstattung durch die nach dem 11. September verstärkte binäre Polarisierung der Weltpolitik in „Gut“ und „Böse“ erst recht beeinträchtigt wird, plädiert Anne Huffschild (*taz*, *WoZ*, *NZZ*, u.a.) für eine „neue Komplizenschaft“ zwischen Korrespondenten und Redakteuren, die im zeitungsinernen Verteilungskampf ihre Regionen gemeinsam insbesondere gegenüber den „Blattmachern“ verteidigen sollten.

„Das würde ich mir auch perspektivisch wünschen, [...] dass da auch neue Formen von Komplizenschaft zwischen Redaktion und Korrespondenten entstehen, die in dieser zunehmenden und jetzt natürlich besonders virulenten Polarisierung auch der Ausblendung bestimmter Weltregionen und ihrer Thematiken etwas entgegen-setzen.“

Anne Huffs Schmid/ taz, WoZ, NZZ, u.a./ Mexiko-Stadt (AK 18)

Einige Korrespondenten hegen die Hoffnung, dass durch den 11. September und die verstärkte Globalisierungskritik das allgemeine Interesse an der Dritten Welt und das Bedürfnis nach internationalen Informationen steigt.

„Ich würde sagen, dass mittlerweile jeder kapiert hat, selbst die, die dagegen sind, dass die Globalisierung stattfindet, wie immer man dazu steht. Das ist alles klar, dann muss ich irgendwo diese Welt auch besser abdecken, auch von meinem Informationsbedürfnis heraus, auch aus dem ureigensten deutschen Interesse heraus muss ich irgendwo alles ein bisschen gleicher verteilen und ich würde umgekehrt sagen, man muss hier aufstocken, unbedingt.“

Andrea Böckmann/ ARD-Hörfunk/ Buenos Aires (AK 08)

Gerade in einer interdependenten Welt, in der Deutschland als Exportnation, und zunehmend auch auf anderen Gebieten, internationale Verantwortung übernimmt, sei es um so notwendiger, das Netz der Auslandskorrespondenten für kompetente Analyse, Hintergrund und eine gute Wirtschaftsberichterstattung auszubauen.

Realistisch betrachtet erkennen die Befragten jedoch unterschiedliche **Zukunftsmodele**, die sie zwar nicht als wünschenswert erachten, sich wohl aber langfristig als neue Arbeitsformen für Korrespondenten durchsetzen werden: Aus Kostengründen werde es insgesamt **mehr freie Journalisten** geben, die ohne Auslandszulage und Reisegeld in „Heimarbeit“ Bericht erstatten werden.

„Ich bin ja gerade so eine Art Lückenfüller, ich bin ja als ‘Freier’ einer, der ja wirklich zum Selbstkostenpreis die Artikel liefert und von daher können sich die Medien eigentlich solche Leute wie mich nur wünschen. Aber es ist natürlich trotzdem prekär, sich auf solche Leute wie mich zu verlassen, weil sie schlichtweg nicht die Mittel haben, um viele Sachen vor Ort zu berichten, wie es eigentlich wünschenswert wäre und von daher ist es natürlich Quatsch zu sagen, das ist zu teuer.“

Gerhard Dilger/ taz, epd, WoZ, u.a./ São Paulo (AK 11)

Da sich viele Medien keine Einzelkorrespondenten mehr leisten könnten und „die Zeit der Pauschalen vorbei“ sei, werde sich das **Pool-Modell** durchsetzen, wobei sich z.B. vier bis sechs Zeitungen einen Korrespondenten „teilen“.

„Ich könnte es mir vorstellen, ja. Wobei ich es natürlich am besten fände, wenn sich jede Zeitung ihren eigenen Korrespondenten leisten könne, weil es so Vielfalt gibt und nicht überall die gleichen Texte zu lesen sind. Aber ich denke schon, dass das wahrscheinlich das Modell der Zukunft ist. Wenn dieser Trend zu mehr nationalen und lokalen Themen anhält, dann wird das weiter zunehmen.“

Martin Jordan/ FR, Basler u. Stuttgarter Ztg., Tagesspiegel/ Mexiko-Stadt (AK 23)

Dadurch verliere die Berichterstattung allerdings an Vielfalt, Exklusivität und Qualität. Die sich abzeichnenden Tendenzen im Fernsehjournalismus sind nach Ansicht von Frank Buchwald (ZDF) ebenfalls nicht wünschenswert: Auch wenn die festen öffentlich-rechtlichen Auslandsstudios qualitativ unanfechtbar seien, weil der Korrespondent ein festes Gehalt beziehe, seine Beiträge nicht „auf Masse“ produzieren müsse und es sich leisten könne, Informationen in Ruhe zu sammeln, werde es dieses Modell aus Kostengründen nur noch an wenigen Orten geben. Gleichzeitig werde sich ein „neuer Typ Korrespondent“ entwickeln, der als **freier Rucksackproduzent** seine Bilder selbst dreht, schneidet und nicht mit großen Apparaten arbeitet.

„Und weil man die nicht ständig unterhalten muss, so wie ein Studio, was hohe Präsenzkosten hat, ist es so, dass wir dann vielleicht zu einem System kommen, wo es nicht ein Südamerikastudio gibt, was ganz Südamerika betreut, sondern dass es dann fünf, sechs, sieben, acht Korrespondenten gibt, die in den Ländern sitzen, die aber als freelancer ihre Beiträge verkaufen. [...] Ich glaube nicht, dass es eine positive Tendenz ist. Ganz bestimmt nicht. Diese Rucksackproduzenten sind von sehr unterschiedlicher Qualität. Viele von denen sind ausgesprochene desperados. Und viele von denen leiden unter dem gleichen Phänomen, was ich beschrieben habe, nämlich, dass sie viel zu akklimatisiert sind, um noch einen wirklichen Blick zu haben, für Themen aus Deutschland, einen deutschen Blick auf Dinge. Aber ich denke, das wird aus Kostengründen so passieren.“

Frank Buchwald/ ZDF/ Rio de Janeiro (AK 13)

So zeichnen sich tiefere Klüfte im Drei-Klassen-System der Auslandsberichterstattung ab: Es wird die Medien geben, die sich eigene Auslandskorrespondenten leisten können, diejenigen, die sich nur einen Pool-Korrespondenten leisten können,

„[...] und diejenigen, die nicht mehr an einem Pool beteiligt sind, die gehen zu den Agenturen. Aber die Aussichten für Auslandsjournalisten sind nicht gut. Es wird dann vielleicht ersetzt, durch Reisen, Fallschirmspringertätigkeit...“

Richard Bauer/ NZZ/ Mexiko-Stadt (AK 25)

Angesichts der erhöhten Relevanz des Kostenfaktors in einer globalisierten und kommerzialisierten Medienwelt sind sich die Korrespondenten aber insbesondere darin einig, dass ihre Existenzberechtigung in hohem Maße vom Anspruch des Mediums bzw. der Rezipienten abhängt und dass eine kompetente Auslandsberichterstattung auch ein Verkaufsargument für das jeweilige Medium sein kann.

„Man muss wissen, was man will und wenn eine Zeitung den Ehrgeiz hat, eine große, gut gelesene, eine Meinungsmacher-Zeitung zu sein [...], dann wird sie sich das leisten müssen. [...] Und die andere Aufgabe ist, dass die Zeitungen, die ja immer so wahnsinnig auf ihre Verantwortung, die sie staatspolitisch und gesellschaftlich haben, pochen – damit leben sie ja, damit verkaufen sie sich ja auch – ja, die müssen das halt auch ernst nehmen und können nicht einfach eine ganze riesige Region mit einem riesigen Anteil der Weltbevölkerung vor die Hunde gehen lassen, weil es sie nicht mehr interessiert.“

Christoph Kuhn/ Tagesanzeiger/ Buenos Aires (AK 05)

„Sie können nicht auf der einen Seite von Globalisierung und weltweiten Zusammenhängen reden, in denen man lebt und sich dann ins Schneckenhaus zurückziehen. Also wenn man mit der Globalisierung und dem Anspruch eben, die ganze Welt unter einem Hut zu sehen, ernst machen will, dann muss man sich auch mit den verschiedenen Ecken der Welt auseinandersetzen. Und muss das auf einer relativ hochstehenden und ständigen Art und Weise tun.“

Richard Bauer/ NZZ/ Mexiko-Stadt (AK 25)

„Und es hat wenig Zweck, jemanden kurz zu halten, weil er dann, wenn ihm die Möglichkeiten fehlen, letztlich nicht mehr liefern kann, als was ich vorhin als nicht gutes Beispiel ansprach, in seinem Kabuff zu sitzen und Nachrichtenagenturen umzuformulieren oder Zeitungen auszuwerten. Das kann oder sollte nicht die Aufgabe eines Auslandskorrespondenten sein. Denn das, gerade in der vernetzten Welt, kann man letztlich auch aus Frankfurt, Berlin oder Hamburg machen. Dazu muss ich nicht im Land sitzen. Insofern müssen Auslandskorrespondenten, so teuer wie das ist, über ein Budget verfügen, und da würde ich schon sagen, unser wichtigstes Budget ist das Reisebudget. Um dort zu sein, wo die Musik spielt oder wo man die Musik spielen lässt.“

Christian Geinitz/ FAZ/ Mexiko-Stadt (AK 21)

VI. FAZIT UND AUSBLICK

Die vorliegende qualitative Kommunikatorstudie leistet einen wesentlichen Beitrag zur kommunikationswissenschaftlichen Grundlagenforschung, da sie neue und richtungsweisende Erkenntnisse über deutschsprachige Auslandskorrespondenten in Lateinamerika aus der empirischen Erhebung an den vier wichtigsten Standorten vor Ort gewinnen, systematisieren und auswerten konnte und somit neue Trends für die Auslandsberichterstattung in der vernetzten Welt aufzeigt.

Im Mittelpunkt der Arbeit stehen die Aussagen von 25 Lateinamerikakorrespondenten, die zu ihrer Arbeitsrealität, ihrem Rollenselbstverständnis und zu den sich daraus abzeichnenden Trends im globalisierten Mediensystem Stellung nehmen. Die subjektive Prägung, die die Untersuchung durch die qualitative Befragung der betroffenen Akteure anhand von Leitfaden-Interviews aufweist, wurde bewusst in Kauf genommen, um aktuelle Veränderungen und sozialen Wandel bei der Herausarbeitung der Grundtendenzen mit einbeziehen zu können. Gleichwohl sorgt das *sample* von 25 Befragten für eine relativ breite Basis der Untersuchung. Die Ergebnisse sind auch von gesamtgesellschaftlicher Relevanz: Schließlich zeigen sie anschaulich, wie Medienberichte aus Lateinamerika zustande kommen, die unseren Blick auf den Subkontinent prägen, und welche beunruhigenden Trends sich für die Zukunft der Auslandsberichterstattung abzeichnen.

Im Laufe der Untersuchung kristallisierte sich der folgende Zusammenhang zwischen den drei aufgeworfenen zentralen Forschungsfragen (vgl. Kapitel III.) heraus: Die *gatekeeper*-Position der Korrespondenten im internationalen Informationsfluss wird wesentlich durch die untersuchten Aspekte der Arbeitsrealität, aber auch durch die dargestellten Trends im globalisierten Mediensystem beeinflusst, die auf mögliche Szenarien für ihre zukünftige Position als *gatekeeper* hinweisen. Von der Ausprägung der *gatekeeper*-Position hängt ab, wie groß die Handlungsrelevanz der Korrespondenten ist, inwiefern sie also ihr Rollenselbstverständnis verwirklichen können: Je stärker ihre *gatekeeper*-Position, um so mehr Möglichkeiten haben die Korrespondenten, ihre Ansprüche an ihre Tätigkeit im Arbeitsalltag umzusetzen.

Ausnahmslos alle befragten Lateinamerikakorrespondenten haben den Anspruch, in erster Linie 'komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln' und 'neutral und präzise zu informieren'. Viele sehen sich außerdem als 'Mittler zwischen den Kulturen' (84 Prozent) bzw. 'Kulturdolmetscher' (72 Prozent), die den Hintergrund der Ereignisse darstellen, analysieren und reflektieren, Fakten einordnen und den Rezipienten eine verständliche Erklärung bieten. Sie möchten 'gesellschaftliche

Realität und ihre Widersprüche zeigen´ sowie ´Alltag und Lebenswelt vermitteln´, um ´Klischees und Stereotypen entgegenzusteuern´ und ein differenziertes Lateinamerika-Bild zu zeichnen. Insgesamt lassen sich drei Viertel der Korrespondenten dem Selbstverständnis-Typus mit vermittelnd-erklärenden Ansprüchen zuordnen, da sie Phänomene in anderen Ländern vermitteln wollen, die aufgrund der geringen Kenntnis der Rezipienten der Erklärung bedürfen. Dies fügt sich in die bisherigen Studien zum Selbstverständnis sowohl von Auslandskorrespondenten als auch von deutschen Journalisten ein, die sich mehrheitlich als ´neutrale Vermittler´ begreifen. Inwieweit die Korrespondenten ihre Ansprüche in ihrem Arbeitsalltag auch umsetzen können, hängt davon ab, wie autonom sie – bildlich gesprochen – als Wächter die Schleuse im Informationsfluss für welche Themen wie weit öffnen können: Die Antworten zu Anspruch und Wirklichkeit deuten auf eine eher schwache *gatekeeper*-Position hin, allerdings muss hier berücksichtigt werden, dass viele der Befragten ihre Handlungsrelevanz relativ selbstkritisch einschätzen.

Auch aus den Ergebnissen zu den untersuchten Aspekten der Arbeitsrealität kann geschlossen werden, dass die *gatekeeper*-Position der Lateinamerika-Korrespondenten – bis auf wenige Ausnahmen – eher schwach ausgeprägt ist: Obwohl sich das Verhältnis zur Abnehmerredaktion für die Mehrheit der Korrespondenten als ´gut´ darstellt und 90 Prozent von ihnen bei der Themenauswahl ´in der Regel´ selbst die Initiative ergreifen, beeinträchtigen insbesondere die Selektionskriterien der Redaktion den Einfluss der Korrespondenten. Diese Kriterien können im Idealfall zu einem fruchtbaren Austausch führen, doch im Alltag der Korrespondenten bewirken sie häufig eine Berichterstattung, die auf Krisen und Pflichttermine fixiert ist: Das generell geringe Interesse an Lateinamerika und die hohe Relevanz des Nachrichtenfaktors ´Negativismus´ führen dazu, dass es den Korrespondenten sehr leicht fällt, der Redaktion Themen wie kriegsähnliche Konflikte, Katastrophen und Wahlen zu „verkaufen“, und es für sie schwieriger ist, Hintergründe und komplexe Sachverhalte darzustellen. Nach Ansicht der befragten Journalisten orientieren sich die Redaktionen außerdem stark an der von den Nachrichtenagenturen vorgegebenen Aktualität sowie am Nachrichtenfaktor ´Kontinuität´, so dass sich ein Trend zu reflexartiger Berichterstattung zu schon eingeführten Themen (z.B. Pinochet) ergibt, der die Verfestigung von Stereotypen begünstigt. Die Korrespondenten versuchen jedesmal erneut, gegen diesen Trend zu kämpfen. Insbesondere bei Themen, die nicht tagesaktuell sind, können sie ihre profunden Kenntnisse des Berichtsgebiets sowie ihre reiche Quellenvielfalt nutzen und haben teilweise eine stärkere *gatekeeper*-Position. Doch es zeigt sich auch, dass sie zumindest ein Kriterium ihrer Abnehmerredaktionen schon übernommen haben: Drei Viertel der

Korrespondenten geben an, bei ihrer Themenauswahl auf einen direkten oder indirekten „Deutschland-Bezug“ zu achten, da er als „Türöffner“ und „Verkaufsargument“ fungiert.

Die im dritten Schwerpunkt der Studie aufgezeigten Trends, die sich nach Ansicht der Auslandskorrespondenten im globalisierten Mediensystem für ihre Arbeit abzeichnen, weisen ebenfalls in die Richtung einer schwachen *gatekeeper*-Position: Angesichts des abgeflauten Interesses der deutschen Öffentlichkeit an Lateinamerika besonders seit 1989, des generell sinkenden Stellenwerts der Auslandsberichterstattung und der zunehmenden Tendenz zur `Nabelschau´ und zur `Provinzialisierung´ der Medieninhalte, schätzen sie die Zukunft für Korrespondenten in Lateinamerika relativ pessimistisch ein. Darüber hinaus befürchten sie, dass durch die steigende Relevanz des Kostenfaktors mehr Medien als bisher versuchen werden, die Zahl der festen Korrespondenten zu reduzieren und sich verstärkt auf freie Journalisten und Nachrichtenagenturen zu verlassen. Gleichzeitig sehen die Befragten einen „neuen Typ Korrespondent“ entstehen, der die gleiche Textversion für einen *pool* von mehreren Zeitungen schreibt oder als freier „Rucksackproduzent“ ohne festes Studio für diverse Fernsehsender arbeitet. Setzen sich diese Modelle in Zukunft durch, führt dies zur Einschränkung der journalistischen Vielfalt sowie zu einem Verlust an Qualität und an kontinuierlicher und begleitender Berichterstattung, da freie Korrespondenten in sehr viel stärkerem Maß als ihre festangestellten Kollegen auf kurzfristige, dramatische Themen setzen müssen, die dem Nachrichtenfaktor `Negativismus´ entsprechen oder vorhandene Stereotypen bestätigen, um sie auf dem Medienmarkt verkaufen zu können.

Verstärken sich diese bedenklichen Entwicklungen, könnten sie dazu führen, dass sich die Korrespondenten in Zukunft tatsächlich zunehmend „auf verlorenem Posten“ fühlen. Diese Formulierung trifft bisher nicht auf die aktuellen Lateinamerika-Korrespondenten zu, die trotz ihrer z.T. schwachen *gatekeeper*-Position und der erwähnten Probleme immer noch „gut beschäftigt“ sind, auch weil wirtschaftliche Themen aus Lateinamerika verstärkt auf Interesse stoßen. Da sie die Mechanismen des Medienbetriebs kennen, schaffen es die Korrespondenten außerdem, auch Themen jenseits der aktuellen Krisenberichterstattung bei ihren Redaktionen abzusetzen. Es stellt sich jedoch die Frage, inwiefern durch die Anpassungsleistung der Korrespondenten schwer „verkäufliche“ komplexe Themen schon bei ihrer Auswahl der „Schere im Kopf“ zum Opfer fallen.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass im Zuge der Globalisierung das Verhältnis zwischen dem Rollenselbstverständnis der Korrespondenten und ihrer Arbeitsrealität an Spannung gewonnen hat: Die technische Vernetzung bedeutet zwar eine erhebliche

Arbeitserleichterung für die Korrespondenten, gleichzeitig stellt sie ihre Existenzberechtigung zunehmend in Frage, da sich Rezipienten wie Redakteure von Deutschland aus selbständig im Internet über ferne Gegenden informieren können. Umgekehrt birgt genau dieser Zusammenhang den entscheidenden „Standortvorteil“ der Korrespondenten: Aufgrund ihrer interkulturellen und sachlichen Kompetenz und der Möglichkeit der permanenten Aktualisierung ihrer Kulturkenntnis durch alltägliche Erfahrungen im Berichtsgebiet, verfügen sie über Stärken, die gerade in der unübersichtlicher gewordenen Welt unverzichtbar für eine qualitativ hochwertige Auslandsberichterstattung sind.

Da die Globalisierung zwar strukturell einen besseren Austausch zwischen den verschiedenen Kulturen und Kontinenten sowie zwischen den Korrespondenten und Redakteuren ermöglicht, ihn aber nicht automatisch herstellt und garantiert, verweisen die gewonnenen Erkenntnisse auf die vorhandenen Handlungsspielräume: Es kommt insbesondere auf den Anspruch des Mediums, der Redaktion und der Rezipienten an, welchen Stellenwert sie der Auslandsberichterstattung einräumen und ob sie es sich leisten wollen, (sich) in einer verstärkt interdependenten Welt qualitativ hochwertig über die verschiedenen Regionen des Globus zu informieren. Im Idealfall wird fundierte Auslandsberichterstattung durch die oben geschilderte Kompetenz der Korrespondenten zum Verkaufsargument und Wettbewerbsvorteil im kommerzialisierten Mediensystem. Bei Ausbruch einer Krise offenbart sich die Stärke der Korrespondenten ohnehin, wenn sie sofort, exklusiv und gebündelt die Hintergründe vor Ort erklären können. Damit sie auch jenseits von „Tickerkonjunkturen“ kontinuierlich über wichtige Entwicklungen der einzelnen Länder berichten können, muss ihnen allerdings auch mehr Platz als bisher in ihren Medien eingeräumt und ihre *gatekeeper*-Position weiter gestärkt werden. In einer zunehmend komplexer werdenden Welt mit steigender Informationsflut müsste langfristig die Filterfunktion der Auslandskorrespondenten, die die Fakten kompetent einordnen können, auch ökonomisch an Bedeutung gewinnen.

Die vorliegende Studie eröffnet unmittelbar weitere Forschungsmöglichkeiten: Eine Befragung der Auslandsredakteure der jeweiligen Medien sowie eine Inhaltsanalyse der Lateinamerika-Berichterstattung wären sinnvoll, um den Kenntnisstand um diese Perspektiven zu erweitern. Andererseits könnte auf dem Gebiet der Rezipientenforschung untersucht werden, ob das Interesse der deutschsprachigen Öffentlichkeit für das Ausland tatsächlich so gering ist, wie die Redaktionen annehmen. Darauf ließe sich schließlich eine Marktanalyse für fundierte Auslandsberichterstattung aufbauen, die ein weiteres Argument für Medien, Korrespondenten und Rezipienten sein könnte, die deutschsprachigen Auslandskorrespondenten in Lateinamerika auch in Zukunft nicht auf verlorenem Posten zu verorten.

VII. LITERATURVERZEICHNIS

- AK 01 (2001):** Gespräch mit Ingo Malcher, 16.09.2001, Buenos Aires (Anhang C)
- AK 02 (2001):** Gespräch mit Romeo Rey, 19.09.2001, Buenos Aires (Anhang C)
- AK 03 (2001):** Gespräch mit Klaus Weidmann, 21.09.2001, Buenos Aires (Anhang C)
- AK 04 (2001):** Gespräch mit Jan Ronneburger, 24.09.2001, Buenos Aires (Anhang C)
- AK 05 (2001):** Gespräch mit Christoph Kuhn, 25.09.2001, Buenos Aires (Anhang C)
- AK 06 (2001):** Gespräch mit Eva Karnofsky, 04.10.2001, Buenos Aires (Anhang C)
- AK 07 (2001):** Gespräch mit Anne Grüttner, 26.09.2001, Buenos Aires (Anhang C)
- AK 08 (2001):** Gespräch mit Andrea Böckmann, 05.10.2001, Bs. As. (Anhang C)
- AK 09 (2001):** Gespräch mit Sheila Mysorekar, 05.10.2001, Buenos Aires (Anhang C)
- AK 10 (2001):** Gespräch mit Josef Oehrlein, 10.10.2001, Buenos Aires (Anhang C)
- AK 11 (2001):** Gespräch mit Gerhard Dilger, 17.10.2001, São Paulo (Anhang C)
- AK 12 (2001):** Gespräch mit Alexander Busch, 19.10.2001, São Paulo (Anhang C)
- AK 13 (2001):** Gespräch mit Frank Buchwald, 30.10.2001, Rio de Janeiro (Anhang C)
- AK 14 (2001):** Gespräch mit Matthias Matussek, 01.11.2001, Rio d.J. (Anhang C)
- AK 15 (2001):** Gespräch mit Jens Glüsing, 07.11.2001, Rio de Janeiro (Anhang C)
- AK 16 (2001):** Gespräch mit Carl Goerdeler, 07.11.2001, Rio de Janeiro (Anhang C)
- AK 17 (2001):** Gespräch mit Rainer Fabian, 09.11.2001, Rio de Janeiro (Anhang C)
- AK 18 (2001):** Gespräch mit Anne Huffscheidt, 04.12.2001, Mexiko-Stadt (Anhang C)
- AK 19 (2001):** Gespräch mit Walter Brähler, 05.12.2001, Mexiko-Stadt (Anhang C)
- AK 20 (2001):** Gespräch mit Matthias Reiche, 05.12.2001, Mexiko-Stadt (Anhang C)
- AK 21 (2001):** Gespräch mit Christian Geinitz, 07.12.2001, Mexiko-Stadt (Anhang C)
- AK 22 (2001):** Gespräch mit Klaus Blume, 10.12.2001, Mexiko-Stadt (Anhang C)
- AK 23 (2001):** Gespräch mit Martin Jordan, 12.12.2001, Mexiko-Stadt (Anhang C)
- AK 24 (2001):** Gespräch mit Klaus Ehringfeld, 13.12.2001, Mexiko-Stadt (Anhang C)
- AK 25 (2001):** Gespräch mit Richard Bauer, 21.12.2001, Mexiko-Stadt (Anhang C)

Alscheidt-Schmidt, Petra (1991): Die Kritik am internationalen Informationsfluss: Beurteilung der politischen Diskussion anhand wissenschaftlicher Untersuchungsergebnisse. Europäische Hochschulschriften, Reihe 40, Kommunikationswissenschaft und Publizistik, Bd. 26. Frankfurt am Main/ Bern/ New York/ Paris.

Altwater, Elmar/ Birgit Mahnkopf (1997): Grenzen der Globalisierung. Ökonomie, Ökologie und Politik in der Weltgesellschaft. Münster.

- Artopé, Alexander/ Axel Zerdick (1995):** Die Folgen der Media-Mergers in den USA. Die neue Ausgangssituation auf dem deutschen und europäischen Fernsehmarkt. Berlin/ München.
- Aubenas, Florence/ Miguel Benasayag (1999):** La fabricación de la información. Los periodistas y la ideología de la comunicación. Übs. Enrique Matías Berger. Paris.
- Baum, Achim/ Anne Fischer (2001):** Under Attack. Der 11. September und die Folgen in der Berichterstattung der Medien – eine Dokumentation. Hrsg. Adolf Grimme Institut, Oktober 2001, Marl/ Münster.
- Beck, Ulrich (1998):** Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung. 4. Aufl., Frankfurt/ Main.
- Beck, Ulrich (1997):** Weltrisikogesellschaft, Weltöffentlichkeit und globale Subpolitik. Wien.
- Becker, Jörg (1996):** "Globale Trends. Entwicklungen im internationalen Informations- und Kommunikationssektor", in: Meckel, Miriam/ Markus Kriener (Hrsg.): Internationale Kommunikation. Eine Einführung. Opladen, 49-66.
- Becker, Jörg (1985):** Massenmedien im Nord-Süd-Konflikt. Frankfurt/ New York.
- Bengelstorff, Anja (2001):** Auslandskorrespondenten in Afrika südlich der Sahara. Eine qualitative Kommunikatorstudie zu Rollenverständnis und Arbeitsrealität. Unveröffentlichte Magisterarbeit. Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin.
- Bhabha, Homi K. (1994):** The location of culture. London/ New York.
- Bitterli, Urs (1992):** Alte Welt – neue Welt. Formen des europäisch-überseeischen Kulturkontaktes vom 15. bis zum 18. Jahrhundert. München.
- Bitterli, Urs (1991):** Die 'Wilden' und die 'Zivilisierten': Grundzüge einer Geistes- und Kulturgeschichte der europäisch-überseeischen Begegnung. 2., durchges. und um einen bibliogr. Nachtr. erw. Aufl., München.
- Borch, Herbert von (1982):** „Verhältnis der Auslandskorrespondenten zur Wirklichkeit“, in: Fischer, Heinz-Dietrich: Auslandskorrespondenten in der Bundesrepublik Deutschland. Status, Aufgaben, Arbeitsprobleme professioneller Berichterstatter aus Bonn. Düsseldorf, 227-240.
- Boyd-Barrett, Oliver (1998):** "'Global' News Agencies", in: Boyd-Barrett, Oliver/ Terhi Rantanen (Hrsg.): The Globalization of News. London, 19-34.
- Boyd-Barrett, Oliver/ Terhi Rantanen (1998):** "The Globalization of News", in: dies. (Hrsg.): The Globalization of News. London, 1-14.

- Boyd-Barrett, Oliver (1997):** "Global news wholesalers as agents of globalization", in: Sreberny-Mohammadi, Annabelle/ Dwayne Winseck/ Jim McKenna/ Oliver Boyd-Barrett (Hrsg.): Media in Global Context. A Reader. London, 131-144.
- Brednich, Rolf Wilhelm (1992):** „Amerika in den frühneuzeitlichen Medien Flugblatt und Neue Zeitung“, in: Mesenhöller, Peter (Hrsg.): Mundus Novus: Amerika oder Die Entdeckung des Bekannten. Das Bild der Neuen Welt im Spiegel der Druckmedien vom 16. bis zum frühen 20. Jahrhundert. 1. Aufl., Essen, 19-34.
- Breunig, Christian (1998):** „Kommunikationspolitik als Beitrag zur internationalen Verständigung. Initiativen der UNESCO von 1946 bis 1997“, in: Quandt, Siegfried/ Wolfgang Gast (Hrsg.): Deutschland im Dialog der Kulturen. Medien – Images – Verständigung. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 25. Konstanz, 367-379.
- Breunig, Christian (1996):** „Internationale Kommunikationspolitik im Wandel. Alte und neue Initiativen der UNESCO“, in: Meckel, Miriam/ Markus Kriener (Hrsg.): Internationale Kommunikation. Eine Einführung. Opladen, 67-84.
- Bruns, Thomas/ Frank Marcinkowski (1997):** Politische Information im Fernsehen: Eine Längsschnittstudie zur Veränderung der Politikvermittlung in Nachrichten und politischen Informationssendungen. Opladen.
- Buchwald, Manfred (1997):** Medien-Demokratie. Auf dem Weg zum entmündigten Bürger. Hrsg. Wilhelm von Sternburg. Berlin.
- Cernay, Thomas (1998):** „Kurzschluss. Massenmedien und Kommunikation“, in: iz3w, 228, 32-34.
- Diehl, Christiane (1994):** „Die historischen Beziehungen zwischen Deutschland und Lateinamerika“, in: Mols, Manfred/ Christoph Wagner (Hrsg.): Deutschland – Lateinamerika. Geschichte, Gegenwart und Perspektiven. Frankfurt/ Main, 13-49.
- Diekmann, Andreas (2000):** Empirische Sozialforschung. Reinbek bei Hamburg.
- Diskussionsforum deutscher Journalisten (1997):** „Was hat sich seit der Wende geändert für die deutsche Lateinamerika-Berichterstattung?“, in: Stausberg, Hildegard (Hrsg.): Lateinamerika heute: Wirtschaft, Politik, Medien. (Deutsche Welle Forum; Bd. 2), Berlin, 55-71.
- Donsbach, Wolfgang (1999):** „Journalismus und journalistisches Berufsverständnis“, in: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Köln/ Weimar/ Wien, 489-517.
- Donsbach, Wolfgang (1996):** „Journalist“, in: Noelle-Neumann, Elisabeth/ Winfried Schulz/ Jürgen Wilke (Hrsg.): Lexikon Publizistik/ Massenkommunikation, Frankfurt/ Main, 64-91.

- Donsbach, Wolfgang (1987):** „Journalismusforschung in der Bundesrepublik: Offene Fragen trotz 'Forschungsboom'“, in: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Zwischenbilanz der Journalistenausbildung. München, 105-142.
- Dor-Ner, Zvi (1991):** Kolumbus und das Zeitalter der Entdeckungen, Köln.
- Eco, Umberto (1993):** Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. Doktor-, Diplom- und Magisterarbeit in den Geistes- und Sozialwissenschaften. Übs. Walter Schick. 6., durchges. Aufl., Heidelberg.
- European Media Conference (1999):** Cultural Diversity – Against Racism. Documentation. Westdeutscher Rundfunk Köln/ European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia Vienna.
- Esser, Frank (1998):** Die Kräfte hinter den Schlagzeilen. Englischer und deutscher Journalismus im Vergleich. (= Alber Reihe Kommunikation, Bd.23), Freiburg i. Brsg./ München.
- Esser, Klaus (1999):** „Gehemmte Modernisierung in Lateinamerika“, in: Tetzlaff, Rainer (Hrsg.) (2000): Weltkulturen unter Globalisierungsdruck. Erfahrungen und Antworten aus den Kontinenten. EINE WELT – Texte der Stiftung Entwicklung und Frieden, Bd. 9., Bonn, 260-295.
- Ferreira, Oliveira S. (1997):** „Brasilien: ein Sonderfall?“, in: Stausberg, Hildegard (Hrsg.): Lateinamerika heute: Wirtschaft, Politik, Medien. (Deutsche Welle Forum; Bd. 2), Berlin, 127-133.
- Fischer, Heinz-Dietrich (1982):** Auslandskorrespondenten in der Bundesrepublik Deutschland. Status, Aufgaben, Arbeitsprobleme professioneller Berichterstatter aus Bonn. Düsseldorf.
- Franck, Georg (1998a):** Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München/ Wien.
- Franck, Georg (1998b):** „Jenseits von Geld und Information. Zur Ökonomie der Aufmerksamkeit“, in: telepolis, 09.11.1998, <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/auf/6313/1.html> [02.05.2002]
- Franzke, Michael (1995):** „Aber die Agentur hat nichts gemeldet“, in: journalist, 1, 17.
- Friedl, Gerhard (1995):** „Rund um die Uhr aus aller Welt. Hörfunkkorrespondenten der ARD“, in: ARD-Jahrbuch 95. Hrsg. ARD, Hans-Bredow-Institut, Hamburg, 48-51.
- Friedrichs, Jürgen (1990):** Methoden empirischer Sozialforschung, 14. Aufl., Opladen.

- Froschauer, Ulrike/ Manfred Lueger (1998):** Das qualitative Interview zur Analyse sozialer Systeme. 2. Aufl., Wien.
- Galtung, Johan/ Ruge, Marie Holmboe (1970):** „The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Foreign Newspapers“, in: Tunstall, Jeremy (Hrsg.): Media Sociology. A Reader. (Nachdruck des 1965 veröffentlichten Artikels). London, 259-298.
- Garber, Jörn (1992):** „Von der Natur- zur Aufklärungstopographie: Die deutsche Intelligenz und die Amerikanische Revolution (1776-1800)“, in: Mesenhöller, Peter (Hrsg.): Mundus Novus: Amerika oder Die Entdeckung des Bekannten. Das Bild der Neuen Welt im Spiegel der Druckmedien vom 16. bis zum frühen 20. Jahrhundert. 1. Aufl., Essen, 54-75.
- García Canclini, Néstor (1989):** Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad, México.
- Giddens, Anthony (1997):** „The globalizing of modernity“, in: Sreberny-Mohammadi, Annabelle/ Dwayne Winseck/ Jim McKenna/ Oliver Boyd-Barrett (Hrsg.): Media in Global Context. A Reader. London, 19-26.
- Giffard, C. Anthony/ Nancy K. Rivenburgh (2000):** „News Agencies, National Images and Global Media Events“, in: Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol. 77, No. 1, Spring 2000, 8-21.
- Giffard, C. Anthony (1998):** „Alternative News Agencies“, in: Boyd-Barrett/ Terhi Rantanen (Hrsg.): The Globalization of News. London, 191-201.
- Gizycki, Renate von (1977):** „Den Dschungel ins Wohnzimmer. Kritische Bemerkungen zu Selbstbild und Rolle von Auslandskorrespondenten im Fernsehen der BRD“, in: medium, 4 (4), 10-14.
- Glottz, Peter (2001):** Die beschleunigte Gesellschaft. Kulturkämpfe im digitalen Kapitalismus. Hamburg.
- Grabendorff, Wolf (1997):** „Die europäische Lateinamerika-Berichterstattung: Strukturen und Tendenzen“, in: Stausberg, Hildegard (Hrsg.): Lateinamerika heute: Wirtschaft, Politik, Medien. (Deutsche Welle Forum; Bd. 2), Berlin, 44-49.
- Grotzky, Johannes (1995):** „Schneller, kürzer, öfter. Der Wandel im Alltag des Hörfunkkorrespondenten“, in: ARD-Jahrbuch 95. Hrsg. ARD, Hans-Bredow-Institut, Hamburg, 52-53.
- Groß, Gabriele (1996):** „Heimat hat Konjunktur. Regionale Hörfunkarbeit des MDR in Sachsen-Anhalt“, in: ARD-Jahrbuch 96. Hrsg. ARD, Hans-Bredow-Institut, Hamburg, 73-79.

- Guggenberger, Bernd (1993):** "Vom drohenden Verfall der Urteilskraft. Kulturgesellschaft und Medienkultur", in: Publizistik, 38, 280-291.
- Günther, Stephan/ Thomas Cernay (1998):** "Von Einbahnstraßen auf Autobahnen. Neue Medien, Macht und Globalisierung", in: iz3w, 228, 17-19.
- Gysin, Nicole (2000):** Der direkte Draht zur Welt? Eine Untersuchung über Auslandskorrespondentinnen und –korrespondenten Deutschschweizer Printmedien. Berner Texte zur Medienwissenschaft, Bd. 5. Bern.
- Habermas, Jürgen (1985):** Die neue Unübersichtlichkeit. 1. Aufl., Frankfurt/ Main.
- Hafez, Kai (2000):** „Medien – Kommunikation – Kultur: Irrwege und Perspektiven der Globalisierungsdebatte“, in: Tetzlaff, Rainer (Hrsg.): Weltkulturen unter Globalisierungsdruck. Erfahrungen und Antworten aus den Kontinenten. EINE WELT – Texte der Stiftung Entwicklung und Frieden, Bd. 9. Bonn, 93-117.
- Hafez, Kai (1998):** „Gestörte Globalisierung. Gegentrends auf dem Weg zu einer internationalen Medienkultur“, in: iz3w, 228, 20-21.
- Hagen, Lutz M. (1998):** „Ausländische Berichterstattung über Deutschland. Erste Ergebnisse der 'Foreign News-Studie' über Umfang und Themen von Nachrichten über Deutschland in verschiedenen Ländern“, in: Quandt, Siegfried/ Wolfgang Gast (Hrsg.): Deutschland im Dialog der Kulturen. Medien – Images – Verständigung. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 25. Konstanz, 203-212.
- Hagen, Lutz M./ Harald Berens/ Reimar Zeh/ Daniela Leidner (1998):** „Ländermerkmale als Nachrichtenfaktoren: Der Nachrichtenwert von Ländern und seine Determinanten in den Auslandsnachrichten von Zeitungen und Fernsehen aus 28 Ländern“, in: Holtz-Bacha, Christina/ Helmut Scherer/ Norbert Waldmann (Hrsg.): Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben. Wiesbaden, 59-82.
- Hanf, Walter (1987):** „Arbeitsbedingungen von Auslandskorrespondenten in Lateinamerika“, in: Wilke, Jürgen/ Siegfried Quandt (Hrsg.): Deutschland und Lateinamerika. Imagebildung und Informationslage. Frankfurt/ Main, 63-72.
- Hess, Stephen (1996):** International News & Foreign Correspondents. Washington D.C.
- Hetkämper, Robert (1995):** „Der fremde Blick. Auslandskorrespondenten in einer sich wandelnden Welt“, in: ARD-Jahrbuch 95. Hrsg. ARD, Hans-Bredow-Institut, Hamburg, 124-131.

- Heyn, Jürgen/ Heinz R. Uekermann (1984):** „Nachrichtenberichterstattung aus einer Süd-Nord-Perspektive. Inter Press Service als eine Alternative zum Dritte-Welt-Themenangebot von Associated Press“, in: Publizistik, 29, 440-448.
- Hoffmann, Alexander von (1984):** „Neue internationale Informationsordnung – ein erledigtes Thema?“, in: Asche, Helmut (Hrsg.): Dritte Welt für Journalisten. Zwischenbilanz eines Weiterbildungsangebots. Saarbrücken/ Fort Lauderdale, 29-40.
- Hopf, Christel (2000):** „Qualitative Interviews – Ein Überblick“, in: Flick, Uwe/ Ernst von Kardorff/ Ines Steinke (Hrsg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Reinbek bei Hamburg, 349-360.
- Höhne, Hansjoachim (1987):** „Nachrichtenagenturen in Lateinamerika und ihre Rolle im Rahmen der Weltinformationsordnung“, in: Wilke, Jürgen/ Siegfried Quandt (Hrsg.): Deutschland und Lateinamerika. Imagebildung und Informationslage. Frankfurt/ Main, 91-98.
- Hübner, Hans (1987):** „Lateinamerika-Berichterstattung im Fernsehen“, in: Wilke, Jürgen/ Siegfried Quandt (Hrsg.): Deutschland und Lateinamerika. Imagebildung und Informationslage. Frankfurt/ Main, 73-90.
- Jarren, Otfried/ Werner A. Meier (1999):** „Globalisierung der Medienlandschaft und ihre medienpolitische Bewältigung: Ende der Medienpolitik oder neue Gestaltungsformen auf regionaler und nationaler Ebene?“ in: Donges, Patrick/ Otfried Jarren/ Heribert Schatz (Hrsg.): Globalisierung der Medien? Wiesbaden, 231-249.
- Jaura, Ramesh (1998):** Information and Communication for Global Governance. Friedrich-Ebert-Stiftung. Bonn.
- Jeske, Jürgen (1997):** „Zehn Thesen zur Problematik der Auslandsberichterstattung“, in: Stausberg, Hildegard (Hrsg.): Lateinamerika heute: Wirtschaft, Politik, Medien. (Deutsche Welle Forum; Bd. 2), Berlin, 50-54.
- Johnson, Dominic (2000):** „Weiße Meldungen für Weiße“, in: taz – die tageszeitung, 19.10.2000, 12.
- Jost, Herbert (1986):** WELT-BILDER. Politische Auslandsberichterstattung im Deutschen Fernsehen, am Beispiel der Magazine Weltspiegel und Auslandsjournal. Marburg.
- Jürgens, Georg (1973):** „Zum Selbstverständnis der Amerikakorrespondenten von ARD und ZDF“, in: Publizistik, 18 (4), 350-363.
- Kahlenberg, Friedrich P./ Ulrich Kienzle/ Rupert Neudeck/ Jobst Plog/ Ansgar Skriver (1991):** „Fenster zur Welt? Gespräch über Auslandskorrespondenten und die Dritte-Welt-Berichterstattung des Rundfunks“, in: medium, 1, 41-47.

- Kamps, Klaus (1998):** „Nachrichtengeographie. Themen, Strukturen, Darstellung: Ein Vergleich“, in: Kamps, Klaus/ Miriam Meckel (Hrsg.) (1998): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Opladen/ Wiesbaden, 275-294.
- Kämmerlings, Richard (2000):** „Arbeit am Mythos. Kampf gegen das Klischee: Hörfunkkorrespondenten in der Dramatisierungsfalle“, in: FAZ, 06.09.2000, Nr. 207, 53.
- Kapuśziński, Ryszard (2000):** Die Erde ist ein gewalttätiges Paradies. Reportagen, Essays, Interviews aus 40 Jahren. Übs. Martin Pollack. Hrsg. Wolfgang Hörner. Frankfurt/ Main.
- Kepplinger, Hans Mathias (1998):** „Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren“, in: Holtz-Bacha, Christina/ Helmut Scherer/ Norbert Waldmann (Hrsg.): Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben. Wiesbaden, 19-38.
- Kirschstein, Frank (1996):** „Liveberichterstattung im `Feuerwehrstil´. Auswirkungen neuer Technologien auf die Auslandsberichterstattung“, in: Meckel, Miriam / Markus Kriener (Hrsg.): Internationale Kommunikation. Eine Einführung. Opladen, 229-240.
- Kleinstauber, Hans J./ Barbara Thomaß (1996):** „Konkurrenz versus Konzentration. Unternehmensverflechtungen im globalen Medienmarkt“, in: Meckel, Miriam/ Markus Kriener (Hrsg.): Internationale Kommunikation. Eine Einführung. Opladen, 125-144.
- Kohl, Karl-Heinz (Hrsg.) (1982):** Mythen der Neuen Welt. Zur Entdeckungsgeschichte Lateinamerikas. Berlin.
- Koschwitz, Hansjürgen (1984):** „Massenmedien und publizistische Propaganda in der internationalen Politik“, in: Publizistik, 29, 343-356.
- Köcher, Renate (1985):** Spürhund und Missionar: Eine vergleichende Untersuchung über Berufsethik und Aufgabenverständnis britischer und deutscher Journalisten. München.
- Kriener, Markus/ Miriam Meckel (1996):** „Internationale Kommunikation. Begriffe, Probleme, Referenzen“, in: dies. (Hrsg.): Internationale Kommunikation. Eine Einführung. Opladen, 11-18.
- Kromrey, Helmut (1998):** Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der Datenerhebung und Datenauswertung. 8., überarbeitete u. erw. Aufl., Opladen.
- Kubitz, Peter Paul (1997):** „Immer mehr Blitzlichter – kaum mehr Hintergrund. ARD und ZDF sorgen sich um die Standards der Auslandsberichterstattung.“, in: Die Zeit, 28.02.1997, 55.

- Kunczik, Michael/ Astrid Zipfel (2001):** Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln.
- Kunczik, Michael (1999a):** Ethics in journalism. A reader on their perception in the Third World. Friedrich-Ebert-Stiftung, Bonn.
- Kunczik, Michael (1999b):** „Wie man Feindbilder aufbaut“, in: message, 1, 12-18.
- Kunczik, Michael (1998):** „Globalisierung und Provinzialisierung von Kultur durch Massenkommunikation“, in: Saxer, Ulrich (Hrsg.): Medien-Kulturkommunikation. Publizistik Sonderheft 2/1998, 257-273.
- Kunczik, Michael/ Astrid Zipfel (1998):** „Giganten in der guten Stube. Die Globalisierung des Medienmarktes“, in: iz3w, 228, 22-25.
- Kunczik, Michael (1997):** Media giants. Ownership concentration and globalisation. Friedrich-Ebert-Stiftung. Bonn.
- Kunczik, Michael (1990a):** Die manipulierte Meinung: nationale Image-Politik und internationale Public Relations. Köln, Wien.
- Kunczik, Michael (1990b):** „Public Relations für Staaten“, in: prmagazin, 5, 37-48.
- Kunczik, Michael (1986):** „`Development Journalism´ – ein neuer Journalismustypus?“, in: Publizistik, 31, 262-277.
- Kurp, Matthias (1996):** „Globalisierung versus Lokalisierung. Zur Rückbesinnung auf den kommunikativen Nahraum im internationalen Vergleich“, in: Meckel, Miriam/ Markus Kriener (Hrsg.): Internationale Kommunikation. Eine Einführung. Opladen, 213-228.
- Lamnek, Siegfried (1995a):** Qualitative Sozialforschung. Band 1. Methodologie. 3., korrigierte Auflage, Weinheim.
- Lamnek, Siegfried (1995b):** Qualitative Sozialforschung. Band 2. Methoden und Techniken. 3., korrigierte Auflage, Weinheim.
- Las Casas, Bartolomé de (1981):** Kurzgefasster Bericht von der Verwüstung der Westindischen Länder. Hans Magnus Enzensberger (Hrsg.), Übs. D.W. Andreä, 1. Aufl., Frankfurt/ Main.
- Laudan, Peter (1984):** „Die Rolle des Auslandskorrespondenten im Informationsfluss aus der Dritten Welt“, in: Asche, Helmut (Hrsg.): Dritte Welt für Journalisten. Zwischenbilanz eines Weiterbildungsangebots. Saarbrücken/ Fort Lauderdale, 223-229.
- Lugert, Alfred C. (1974):** Auslandskorrespondenten im internationalen Kommunikationssystem. Eine Kommunikator-Studie. Pullach bei München.

- MacBride, Sean (1981):** Viele Stimmen – Eine Welt. Kommunikation und Gesellschaft – heute und morgen. Bericht der Internationalen Kommission zum Studium der Kommunikationsprobleme unter dem Vorsitz von Sean Mac Bride an die UNESCO. Konstanz.
- Maletzke, Gerhard (1996):** Interkulturelle Kommunikation: zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen. Opladen.
- Marten, Eckhard (1987):** „Zwischen Skepsis und Bewunderung. Zum Tätigkeitsprofil, Selbstverständnis und Deutschlandbild amerikanischer Auslandskorrespondenten in der Bundesrepublik Deutschland“, in: Publizistik, 32 (1), 23-33.
- Martinussen, John (1997):** „Theories of Growth and Modernization“, in: ders.: Society, State and Market. A guide to competing theories of development. London, 56-72.
- Marx, Theodor (1982):** „Begriff und Rechtsstatus des Auslandskorrespondenten“, in: Fischer, Heinz-Dietrich (1982): Auslandskorrespondenten in der Bundesrepublik Deutschland. Status, Aufgaben, Arbeitsprobleme professioneller Berichterstatter aus Bonn. Düsseldorf, 203-216.
- Mattelart, Armand (1999):** Kommunikation ohne Grenzen? Geschichte der Ideen und Strategien globaler Vernetzung. Übs. Mechtild Rahner/ Erich Thaler. Rodenbach.
- Mattelart, Armand (1998):** La mundialización de la comunicación. Übs. Orlando Carreño. Barcelona.
- Mattelart, Armand (1997):** Historias de las teorías de la comunicación. Übs. Antonio López Ruiz y Fedra Egea. Barcelona.
- Mayring, Philipp (2000):** „Qualitative Inhaltsanalyse“, in: Flick, Uwe/ Ernst von Kardorff/ Ines Steinke (Hrsg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Reinbek bei Hamburg, 468-475.
- Mayring, Philipp (1990):** Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 2., durchges. Aufl., Weinheim.
- McChesney, Robert (1999):** „The New Global Media. It's a Small World of Big Conglomerates“, in: The Nation, 29.11.1999.
<http://past.thenation.com/issue/991129/1129mcchesney.shtml> [02.05.2002]
- McChesney, Robert/ John Nichols (2002):** „The Making of a Movement“, in: The Nation, 07.01.2002.
<http://www.thenation.com/docPrint.mhtml?I=20020107&s=mcchesney>
[02.05.2002]

- McLuhan, Marshall/ Bruce R. Powers (1995):** The Global Village. Übs. Claus-Peter Leonhardt. Paderborn.
- Meckel, Miriam (2001):** Die globale @genda. Kommunikation und Globalisierung. 1. Auflage Dezember 2001, Wiesbaden.
- Meckel, Miriam (1998):** „Internationales als Restgröße? Strukturen der Auslandsberichterstattung im Fernsehen“, in: Kamps, Klaus/ Miriam Meckel (Hrsg.): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Opladen/ Wiesbaden, 257-274.
- Meckel, Miriam/ Klaus Kamps (1998):** „Fernsehnachrichten. Entwicklungen in Forschung und Praxis“, in: Kamps, Klaus/ Miriam Meckel (Hrsg.): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Opladen/ Wiesbaden, 11-29.
- Meckel, Miriam (1996):** „Die vernetzte Welt. Perspektiven der globalen Informationsgesellschaft“, in: Meckel, Miriam/ Markus Kriener (Hrsg.): Internationale Kommunikation. Eine Einführung. Opladen, 299-321.
- Meding, Holger M. (1992):** Flucht vor Nürnberg? Hrsg. Kahle, Günter/ Horst Pietschmann/ Hans Pohl. Köln, Weimar, Wien.
- Meier, Werner A. (1984):** Ungleicher Nachrichtenaustausch und fragmentarische Weltbilder: Eine empirische Studie über Strukturmerkmale in der Auslandberichterstattung. Bern, Frankfurt/ Main, New York.
- Meier, Werner A./ Josef Trappel (2001):** „Medienökonomie“, in: Jarren, Otfried/ Heinz Bonfadelli (Hrsg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft, Bern, 163-196.
- Menzel, Ulrich (1991):** „Das Ende der „Dritten Welt“ und das Scheitern der großen Theorie“, in: Politische Vierteljahresschrift, 32 (1), 4-33.
- Menzel, Ulrich (1993):** „40 Jahre Entwicklungsstrategie = 40 Jahre Wachstumsstrategie“, in: Nohlen Dieter/ Franz Nuscheler: Handbuch der Dritten Welt, Band 1, Grundprobleme – Theorien – Strategien. 3., völlig neu bearbeitete Auflage, Bonn, 131-155.
- Mesenhöller, Peter (1992a):** „Amerika oder die Macht der Bilder: Eine Einführung“, in: ders. (Hrsg.): Mundus Novus: Amerika oder Die Entdeckung des Bekannten. Das Bild der Neuen Welt im Spiegel der Druckmedien vom 16. bis zum frühen 20. Jahrhundert. 1. Aufl., Essen, 7-18.

- Mesenhöller, Peter (1992b):** „`Schön geträumte Bilder': Anmerkungen zur Ikonographie der Auswanderungsdiskussion in den populären Medien des frühen 19. Jahrhunderts“, in: ders. (Hrsg.): Mundus Novus: Amerika oder Die Entdeckung des Bekannten. Das Bild der Neuen Welt im Spiegel der Druckmedien vom 16. bis zum frühen 20. Jahrhundert. 1. Aufl., Essen, 92-102.
- Mikich, Sonia (2001):** „Was weiß Deutschland von der Welt? Festvortrag zum 50-jährigen Bestehen der Evangelischen Medienakademie“, epd-Medien Dokumentation, 10.4.2001, 1-8.
- Mowlana, Hamid (1997):** Global Information and World Communication. 2. Aufl. London.
- Neubauer, Rita (1995):** „Abgedrängt ins letzte Drittel“, in: journalist, 1, 21.
- Neudeck, Rupert (1991):** „Windschatten der Moden. Die Auslandsberichterstattung des Fernsehens wird immer ineffektiver“, in: medium, 1, 48-50.
- Neudeck, Rupert (1985):** „Wie werden wir über andere – fremde – Länder informiert?“, in: ders. (Hrsg.): Immer auf Achse. Auslandskorrespondenten berichten. Bergisch Gladbach, 9-38.
- Nohlen, Dieter/ Franz Nuscheler (Hrsg.) (1995):** Handbuch der Dritten Welt. Band 3. Mittelamerika und Karibik. 3., völlig neu bearbeitete Auflage, Bonn.
- Nohlen, Dieter/ Franz Nuscheler (1993):** „`Ende der Dritten Welt'?", in: dies. (Hrsg.): Handbuch der Dritten Welt, Band 1, Grundprobleme – Theorien – Strategien. 3., völlig neu bearbeitete Auflage, Bonn, 14-30.
- Nolte, Detlef (2000):** „Lateinamerika in Zeiten der Globalisierung: Wirtschaftlicher Umbruch und Regionalisierung“, in: Tetzlaff, Rainer (Hrsg.): Weltkulturen unter Globalisierungsdruck. Erfahrungen und Antworten aus den Kontinenten. EINE WELT – Texte der Stiftung Entwicklung und Frieden, Bd. 9, Bonn, 296-330.
- Offenhäuser, Dieter (1999):** „Die UNESCO und die globale Informationsgesellschaft“, in: Donges, Patrick/ Otfried Jarren/ Heribert Schatz (Hrsg.): Globalisierung der Medien? Wiesbaden, 73-86.
- Oliveira, Eliane (2001):** „Brasil: país do carnaval, do futebol e do café“, in: O Globo, 14.11.2001, 11.
- Panesso, Antonio (1981):** el dorado. Hrsg. Banco de la República Colombiana, Bogotá.
- Paterson, Christopher (1997):** „Global television news services“, in: Sreberny-Mohammadi, Annabelle/ Dwayne Winseck/ Jim McKenna/ Oliver Boyd-Barrett (Hrsg.): Media in Global Context. A Reader, London, 145-160.

- Peiser, Wolfram (2000):** "Setting the Journalist Agenda: Influences from Journalists' Individual Characteristics and from Media Factors", in: Journalism & Mass Communication Quarterly, 77 (2), 243-257.
- Piel, Alexandra (1999):** Niederländische Korrespondenten in Deutschland. Tätigkeitsprofile und Selbstverständnis. Hrsg. Prof. Dr. Heinz-Dietrich Fischer. Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 90, Hagen.
- Plog, Jobst (1987):** „Die Welt entdecken. Auslandsberichterstattung der ARD“, in: ARD-Jahrbuch 87. Hrsg. ARD, Hans-Bredow-Institut, Hamburg, 17-32.
- Poenicke, Klaus (1988):** Wie verfasst man wissenschaftliche Arbeiten? Ein Leitfaden vom 1. Studiensemester bis zur Promotion. (Die Duden-Taschenbücher: Bd. 21), 2., neu bearb. Aufl., Mannheim/ Wien/ Zürich.
- Ramonet, Ignacio (1999):** Die Kommunikationsfalle. Macht und Mythen der Medien. Übs. Gabriela Zehnder. Zürich.
- Reeves, Richard (2001):** Interview mit Richard Reeves mit dem Titel "Jornalismo na TV acabou, diz especialista", in: Folha de São Paulo, 11.10.2001, 12.
- Reljić, Dušan (2001):** "Der Vormarsch der Megamedien und die Kommerzialisierung der Weltöffentlichkeit", in: Brühl, Tanja/ Tobias Debiel/ Brigitte Hamm/ Hartwig Hummel/ Jens Martens (Hrsg.): Die Privatisierung der Weltpolitik. Entstaatlichung und Kommerzialisierung im Globalisierungsprozess. EINE WELT – Texte der Stiftung Entwicklung und Frieden, Bd. 11., Bonn, 58-81.
- Riding, Alan (1985):** Vecinos distantes. Un retrato de los Mexicanos. México.
- Robertson, Roland (1998):** „Glokalisierung: Homogenität und Heterogenität in Raum und Zeit“, in: Beck, Ulrich (Hrsg.): Perspektiven der Weltgesellschaft. Frankfurt/ Main: 192-220.
- Robertson, Roland (1997):** „Mapping the global condition“, in: Sreberny-Mohammadi, Annabelle/ Dwayne Winseck/ Jim McKenna/ Oliver Boyd-Barrett (Hrsg.): Media in Global Context. A Reader. London, 2-10.
- Rosenberger, Bernhard/ Sigrun Schmid (1997):** „Zwischen Gleichförmigkeit und Differenzierung. Wettbewerbsstrategien von Agenturen im sich wandelnden Nachrichtenmarkt“, in: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Nachrichtenagenturen im Wettbewerb: Ursachen - Faktoren – Perspektiven. 1. Aufl., Konstanz, 43-63.
- Rouquié, Alain (1998):** Amérique latine. Introduction à l' Extrême-Occident. 2., erw. Aufl., Saint-Amand.
- Röben, Bärbel (1995):** „Berichte aus der Dritten Welt“, in: journalist, 1, 13-18.

- Roemeling, Susanne von (1987):** „Lateinamerika-Berichterstattung in der Presse“, in: Wilke, Jürgen/ Siegfried Quandt (Hrsg.): Deutschland und Lateinamerika. Imagebildung und Informationslage. Frankfurt/ Main, 32-48.
- Ruß-Mohl, Stephan (1994):** „Europäische Zeitenwende, von Amerika aus besehen. Nachlese zu den Journalistenseminaren `Focus on Europe´ und `A Uniting Germany in a Uniting Europe´“, in: Robert Bosch Stiftung (Hrsg.): Seminare für amerikanische Journalisten 1990-1992. Analyse und Dokumentation, 11-31.
- Sange, Ralf (1989):** „Japanische Auslandskorrespondenten in der Bundesrepublik Deutschland“, in: Publizistik, 34, 62-77.
- Saxer, Ulrich (1993):** „Medienwandel – Journalismuswandel“, in: Publizistik, 38, 292-303.
- Schamari, Birgit (2001):** „Radiomachen am Rechner. Die Produktionspraxis des Hörfunks im Zeichen der Digitalisierung“, in: ARD-Jahrbuch 2001. Hrsg. ARD, Hans-Bredow-Institut, Hamburg, 69-76.
- Scharf, Wilfried/ Ralf Stockmann (1998):** „Zur Auslandsberichterstattung von `Weltspiegel´ und `Auslandsjournal´“, in: Quandt, Siegfried/ Wolfgang Gast (Hrsg.) (1998): Deutschland im Dialog der Kulturen. Medien – Images – Verständigung. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 25. Konstanz, 73-85.
- Schatz, Heribert/ Nikolaus Immer/ Frank Marcinkowski (1989):** „Der Vielfalt eine Chance? Empirische Befunde zu einem zentralen Argument für die `Dualisierung´ des Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland“, in: Rundfunk und Fernsehen, 37 (1), 5-24.
- Schenk, Birgit (1987):** „Die Struktur des internationalen Nachrichtenflusses: Analyse der empirischen Studien“, in: Rundfunk und Fernsehen, 35 (1), 36-54.
- Schipanski, Dagmar (2000):** „Elektronische Heimat im Zeitalter der Globalisierung. Regionale Verankerung als Wettbewerbsvorteil“, in: ARD-Jahrbuch 2000. Hrsg. ARD, Hans-Bredow-Institut, Hamburg, 45-50.
- Schmidt, Christiane (2000):** „Analyse von Leitfadeninterviews“, in: Flick, Uwe/ Ernst von Kardorff/ Ines Steinke (Hrsg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Reinbek bei Hamburg, 447-456.
- Schmidt, Dagmar/ Jürgen Wilke (1998):** „Die Darstellung des Auslands in den deutschen Medien: Ergebnisse einer Inhaltsanalyse 1995“, in: Quandt, Siegfried/ Wolfgang Gast (Hrsg.) (1998): Deutschland im Dialog der Kulturen. Medien – Images – Verständigung. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 25. Konstanz, 167-181.

- Schneider, Beate (1984):** „Von Friedensfürsten und Brandstiftern. Massenmedien und Internationale Politik“, in: Publizistik, 29, 303-323.
- Schneider, Beate/ Klaus Schönbach/ Dieter Stürzebecher (1993):** „Journalisten im vereinigten Deutschland.“ in: Publizistik, 38, 353-382.
- Schnell, Rainer/ Paul Hill/ Elke Esser (1999):** Methoden der empirischen Sozialforschung, 6. Aufl., München/ Wien.
- Scholl, Arnim/ Siegfried Weischenberg (1998):** Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie, Wiesbaden.
- Schulz, Winfried (1996):** „Nachricht“, in: Noelle-Neumann, Elisabeth/ Winfried Schulz/ Jürgen Wilke (Hrsg.): Lexikon Publizistik/ Massenkommunikation, Frankfurt/ Main, 307-337.
- Schulz, Winfried (1990):** Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. 2., unveränderte Auflage (1. Aufl. 1976), Freiburg/ München.
- Shoemaker, Pamela J./ Martin Eichholz/ Eunyi Kim/ Brenda Wrigley (2001):** „Individual and Routine Forces in Gatekeeping“, in: Journalism & Mass Communication Quarterly, 78 (2), 233-246.
- Siebenmann, Gustav (1992):** „Die Entdeckung der Neuen Welt. Das Bild vom Anderen – Zum Lateinamerikabild Europas“, in: RIAS Berlin, Funkuniversität 116/06, Sendung 23-23.30 Uhr, 9.9.1992.
- Siemes, Annette (2000):** Auslandskorrespondenten in Polen. Nachbarschaftsvermittler zwischen Rollenverständnis und Arbeitsrealität. Bochum.
- Soares, Ismar de Oliveira (1996):** Sociedade da Informação ou da Comunicação? São Paulo.
- Staab, Joachim Friedrich (1990):** Nachrichtenwert-Theorie: formale Struktur und empirischer Gehalt. Freiburg/ München.
- Stirnberg, Uwe (1998):** „Globale Giganten. Die Rolle der Agenturen am Beispiel Reuters TV und APTV“, in: Kamps, Klaus/ Miriam Meckel (Hrsg.): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Opladen/ Wiesbaden, 147-166.
- Tern, Jürgen (1982):** „Auslandskorrespondenten zwischen Status und Rolle“, in: Fischer, Heinz-Dietrich (1982): Auslandskorrespondenten in der Bundesrepublik Deutschland. Status, Aufgaben, Arbeitsprobleme professioneller Berichtersteller aus Bonn. Düsseldorf, 217-226.

- Thiel, Reinold E. (1999):** „Zur Neubewertung der Entwicklungstheorie“, in: ders. (Hrsg.): Neue Ansätze zur Entwicklungstheorie. Deutsche Stiftung für internationale Entwicklung (DSE), Themendienst 10, 1999/1, Bonn, 9-34.
- Trappel, Josef (1989):** „Bilder vom Alltag der Welt. Die Auslandsberichterstattung der Tageszeitungen in Österreich und der Schweiz“, in: Publizistik, 34, 340-350.
- Quandt, Siegfried (1987):** „Die Bundesrepublik Deutschland und Lateinamerika – Kommunikationsverhältnisse, Images. Versuch einer Tagungsbilanz“, in: Wilke, Jürgen/ Siegfried Quandt (Hrsg.): Deutschland und Lateinamerika. Imagebildung und Informationslage. Frankfurt/ Main.
- Voß, Peter (1999):** „Informationspilot in der digitalen Welt. Der Rundfunkjournalist heute“, in: ARD-Jahrbuch 99. Hrsg. ARD, Hans-Bredow-Institut, Hamburg, 53-59.
- Wagner, Martin (2001):** Auslandskorrespondent/in für Presse, Radio, Fernsehen und Nachrichtenagenturen. München.
- Weischenberg, Siegfried/ Arnim Scholl/ Martin Löffelholz (1994a):**
„Journalismus in Deutschland. Merkmale und Einstellungen von Journalisten. Ergebnisse der DFG-Studie.“ in: journalist, 39 (5), 55-69.
- Weischenberg, Siegfried/ Arnim Scholl/ Löffelholz, Martin (1994b):**
„Merkmale und Einstellungen von Journalisten“, in: Media Perspektiven, 4, 154-167.
- Weller, Gunter (1987):** „ALASEI – Ein Lösungsweg zur Verbesserung der Information und Kommunikation zwischen Deutschland und Lateinamerika?“, in: Wilke, Jürgen/ Siegfried Quandt (Hrsg.): Deutschland und Lateinamerika. Imagebildung und Informationslage. Frankfurt/ Main, 110-115.
- Wilke, Jürgen (1998a):** „Konstanten und Veränderungen der Auslandsberichterstattung“, in: Holtz-Bacha, Christina/ Helmut Scherer/ Norbert Waldmann (Hrsg.): Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben, Wiesbaden, 39-58.
- Wilke, Jürgen (1998b):** „Kultur als Thema der Auslandsberichterstattung“, in: Saxer, Ulrich (Hrsg.): Medien-Kulturkommunikation. Publizistik Sonderheft 2/1998, 187-198.
- Wilke, Jürgen/ Dagmar Schmidt (1997):** „Das Nachrichtenangebot der Agenturen im inhaltlichen Vergleich“, in: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Nachrichtenagenturen im Wettbewerb. Ursachen – Faktoren – Perspektiven. Konstanz, 67-104.

- Wilke, Jürgen (1996):** „Lateinamerika in den Medien: Zeitungen und Zeitschriften“, in: Kohut, Karl/ Dietrich Briesemeister/ Gustav Siebenmann (Hrsg.): Deutsche in Lateinamerika – Lateinamerika in Deutschland. Frankfurt/ Main, 255-268.
- Wilke, Jürgen (1993):** Agenturen im Nachrichtenmarkt. Köln.
- Wilke, Jürgen (1987):** „Einführung“, in: Wilke, Jürgen/ Siegfried Quandt (Hrsg.): Deutschland und Lateinamerika. Imagebildung und Informationslage. Frankfurt/ Main, 7-15.
- Wilke, Jürgen/ Birgit Schenk (1987):** „Nachrichtenwerte in der Auslandsberichterstattung: Historische Erfahrungen und analytische Perspektiven“, in: Wilke, Jürgen/ Siegfried Quandt (Hrsg.): Deutschland und Lateinamerika. Imagebildung und Informationslage. Frankfurt/ Main, 16-31.
- Wilke, Jürgen (1986):** „Auslandsberichterstattung und internationaler Nachrichtenfluss im Wandel“, in: Publizistik, 31, 53-90.
- Willemsen, Roger (1998):** „Nachrichten von Nirgendwo. Plädoyer für eine kopernikanische Wende der Nachricht“, in: Kamps, Klaus/ Miriam Meckel (Hrsg.): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Opladen/ Wiesbaden, 295-302.
- Wittmann, Marion (1982):** „Auslandskorrespondenten aus der Dritten Welt in der Bundesrepublik Deutschland im Blickfeld internationaler Kommunikationspolitik“, in: Publizistik, 27, 311-331.
- Wittmann-Hausner, Angela (1984):** „Auslandskorrespondenz im Wandel. Veränderte Berufsrealität der Journalisten“, in: Publizistik, 29 (3-4), 449-454.
- Wyss, Vinzenz (2001):** „Journalismusforschung“, in: Jarren, Otfried/ Heinz Bonfadelli (Hrsg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern, 259-284.
- Wolf, Werner (1992):** „`Das sind die neu gefundenen menschen oder völker´: Europäische Indianerbilder des 16. bis 19. Jahrhunderts zwischen Entwurf und Projektion“, in: Mesenhöller, Peter (Hrsg.): Mundus Novus: Amerika oder Die Entdeckung des Bekannten. Das Bild der Neuen Welt im Spiegel der Druckmedien vom 16. bis zum frühen 20. Jahrhundert. 1. Aufl., Essen, 35-53.
- Zeh, Jürgen (1990):** „Wahlberichterstattung durch Auslandskorrespondenten“, in: Publizistik, 35 (2), 169-183.
- Zimmer, Jochen (1996):** „Nachrichten im Wettbewerb. Fernsehnachrichtenkanäle für nationale und übernationale Märkte“, in: Meckel, Miriam/ Markus Kriener (Hrsg.): Internationale Kommunikation. Eine Einführung. Opladen, 161-178.
- Zschunke, Peter (1994):** Agenturjournalismus. Nachrichtenschreiben im Sekunden-takt. 1. Aufl., Konstanz.

VIII. ANHANG A: INTERVIEWLEITFADEN

Teil I. OFFENER FRAGEBOGEN für die qualitativen Leitfaden-Interviews

1. ARBEITSREALITÄT

1.1. EINFÜHRUNG

- Wie lange sind Sie schon Auslandskorrespondent/in in Lateinamerika?
- Für welche Länder sind Sie zuständig?
- Wie sieht ein typischer Arbeitstag aus?

1.2. RECHERCHE

- Wie läuft die Recherche ab?
- Welche Informationsquellen benutzen Sie? Welche Nachrichtenagenturen regelmäßig (auch lateinamerikanische/IPS)?
- Wie recherchieren Sie zu Ereignissen in anderen Ländern Ihres Berichtsgebietes? Wer sind Ihre ersten Ansprechpartner?
- Wie stark prägt das Land, in dem Sie sitzen, die Wahrnehmung der anderen Berichtsländer? Haben Sie private Kontakte in den anderen Berichtsländern oder benutzen Sie auch das Netzwerk z.B. der bolivianischen/salvadorianischen Community in Bs.As./Bras./Mex.?
- Welches sind für Sie die wichtigsten Unterschiede der Arbeitsbedingungen (Zugang zu Informationen, staatliche Kontrollen etc.) zwischen Deutschland und Ihrem Berichtsgebiet? Finden Sie es wichtig, das in Ihren Berichten zu erwähnen?

1.3. THEMENAUSWAHL

- Wer oder was veranlasst Sie üblicherweise, einen Bericht zu machen?
(Agenturmeldung, Abnehmerredaktion, offizielle Quellen, persönliche Kontakte, Beiträge in anderen Medien, Anregungen durch Kollegen)
- Nach welchen Kriterien wählen Sie Themen aus?
- Über welche drei Themen haben Sie zuletzt berichtet (und in welchen Medien)?

1.4. ZUSAMMENARBEIT MIT DER ABNEHMERREDAKTION

- Wer stellt üblicherweise den Kontakt her, Sie oder Ihre Heimatredaktion?
- Wie oft und bei welchen Anlässen bestellt Ihre Heimatredaktion bestimmte Themen bei Ihnen?
- Welche Themen aus Lateinamerika sind für Sie „leicht zu verkaufen“? Welche schwer oder gar nicht?

Um das noch genauer einzugrenzen, gebe ich Ihnen jetzt verschiedene Kategorien vor: Bei welchen dieser Themen haben Sie es am schwersten, bei welchen am leichtesten, sie bei Ihrer/n Abnehmerredaktion/en unterzubringen? Geben Sie bitte Ihre Bewertung an auf der Skala von 1 = **sehr** leicht, 2 = **eher** leicht, 3 = **eher schwer** bis 4 = **sehr** schwer)

	1	2	3	4
⇒ Regierungstätigkeit				
⇒ Wahlen				
⇒ Wirtschaft				
⇒ kriegerische Konflikte				
⇒ Naturereignisse, Naturkatastrophen				
⇒ Krankheiten				
⇒ Alltagsgeschichten				
⇒ Kunst und Kultur				
⇒ Reiseberichte				
⇒ Sonstiges				
[fragen: Habe ich einen Aspekt nicht genannt?]				

- Inwiefern achten Sie bei der Themenauswahl auf einen „Deutschland-Bezug“?
- Wie bekommen Sie Feedback zu Ihren Berichten? Wie oft gibt es Korrespondenten-Treffen?

1.5. INTERNET/ NEUE TECHNISCHE MÖGLICHKEITEN

- Inwiefern hat sich Ihre Arbeit durch neue technische Möglichkeiten in den letzten Jahren verändert?
 - Mehr Internet-Recherche anstatt Vor-Ort-Recherche?
 - Mehr Schnelligkeit, weniger Hintergrund?
 - Größere Abhängigkeit von Fernsehbildern/ Staatsbesuchen/ Berichterstattung der New York Times oder anderen Leitmedien, die die Zentralredaktion benutzt?

1.6. ABGRENZUNG ZU SONDERKORRESPONDENTEN

- Inwiefern unterscheidet sich Ihre Arbeit von entsandten Sonderkorrespondenten (die zu Staatsbesuchen oder Krisenberichterstattung anreisen)?
- Hat nach Ihrer Einschätzung die Entsendung von Sonderkorrespondenten zu bestimmten Anlässen zugenommen?
- Betrachten Sie die Sonderkorrespondenten als Konkurrenz?
- Reisen gelegentlich auch Kollegen aus Ihrer Heimatredaktion in Ihre Region, um von dort zu berichten?

2. ROLLENSELBSTVERSTÄNDNIS als Lateinamerika-Korrespondent/in

2.1. SELBSTBILD

- Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten, sich Informationen über Lateinamerika zu beschaffen. Warum würden Sie jemandem Ihre Berichte empfehlen? Was kann man aus ihnen lernen?
- Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Aufgaben eines Auslandskorrespondenten?
- Gelingt es Ihnen, diese Ziele im journalistischen Alltag umzusetzen?

2.2. ANSPRUCH

Um die letzten beiden Fragen nochmal genauer zu betrachten, nenne ich Ihnen jetzt verschiedene Aussagen, die Sie bitte bewerten sollen.

Skala: 1= trifft **vollkommen** zu
 2= trifft **eher** zu
 3= trifft **eher nicht** zu
 4= trifft **überhaupt nicht** zu

	ANSPRUCH				WIRKLICHKEIT			
	Dies ...				Dies gelingt mir...			
Meine Aufgabe als Auslandskorrespondent/in in Lateinamerika ist es,	1	2	3	4	1	2	3	4
⇒ komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln								
⇒ politische Missstände aufzudecken								
⇒ möglichst neutral und präzise zu informieren								
⇒ als Mittler zwischen zwei Welten zu fungieren								
⇒ die politischen Beziehungen zwischen lateinamerikanischen Staaten und Deutschland zu beeinflussen								
⇒ unterprivilegierte Menschen zu vertreten								
⇒ meinen persönlichen Blick auf die Geschehnisse zu vermitteln								
⇒ ein „Kulturdolmetscher“ zu sein								
⇒ den europäischen Blickwinkel in meinen Berichten zu betonen								
⇒ Sprachrohr der Region zu sein								

2.3. WIRKLICHKEIT

Sie sagten mir eben, dass Sie sich in Ihrem Beruf als jemand verstehen, dem es darum geht... (AUSSAGE NENNEN!). Inwieweit gelingt Ihnen das innerhalb Ihrer täglichen Arbeit?

Skala: 1= vollkommen
 2= **überwiegend** (statt „eher“)
 3= eher nicht
 4= überhaupt nicht

2.4. STANDORT LATEINAMERIKA

Ich nenne Ihnen jetzt einige Statements über die Arbeit von Auslandskorrespondenten.

Gleiche Skala: 1= trifft **vollkommen** zu

2= trifft **eher** zu

3= trifft **eher nicht** zu

4= trifft **überhaupt nicht** zu

	1	2	3	4
⇒ „Aus Lateinamerika oder von irgendeinem anderen Ort der Welt zu berichten, macht keinen Unterschied.“				
⇒ „Aus Lateinamerika gibt es hauptsächlich nur Schlechtes zu berichten.“				
⇒ „Ein Auslandskorrespondent muss das Land/ die Region, aus dem/der er berichtet, besonders mögen.“				
⇒ „Ein Auslandskorrespondent in Lateinamerika muss sich nicht in jedem Land des Kontinents auskennen, über das er berichtet.“				

2.5. KONSTRUKTION DES LATEINAMERIKA-BILDES

- Welches Bild von Lateinamerika herrscht nach Ihrer Einschätzung in der deutschen Öffentlichkeit vor?
- Welches Bild (oder welche Inhalte) möchten Sie gerne vermitteln?
- Wenn man davon ausgeht, dass Kontinente unterschiedliche Konjunkturen in der Berichterstattung haben, wie würden Sie das derzeitige Interesse an Lateinamerika einschätzen? (-> evtl.: Woran liegt es, dass so wenig Interesse besteht?)

2.6. AUSBLICK

- Im Zusammenhang mit Auslandsberichterstattung wird oft über zu hohe Kosten diskutiert, das ZDF hat sein Mexiko-Studio vor kurzem geschlossen. Stellen Sie sich bitte folgende Situation vor: In einem Gespräch behauptet Ihr Gesprächspartner, auf Auslandskorrespondenten könne man ruhig verzichten. Was antworten Sie ihm?
- Die ARD-Korrespondentin Sonia Mikich hat vor kurzem einen sinkenden Stellenwert und eine Verflachung der Auslandsberichterstattung beklagt. Wie ist Ihr Eindruck?
- Wenn Sie an der Art der Auslandsberichterstattung etwas ändern könnten, was wäre das?
- Wie sehen Sie die Zukunft von Auslandskorrespondenten in Lateinamerika in einer zunehmend globalisierten Welt?

Zum Abschluss möchte ich noch einige Daten zu Ihrer Person erfragen:

-> *STANDARD-FRAGEBOGEN zur Person, Ausbildung, journalistischer Laufbahn!!*

Teil II. STANDARDISierter FRAGEBOGEN:

Selbstauskünfte zur Person, Ausbildung, journalistischer Laufbahn

1. Wie lange leben Sie jetzt schon ohne längere Unterbrechung in Lateinamerika?

.....

1.1. Sind Sie die ganze Zeit über schon Auslandskorrespondent/in?

.....

2. Waren Sie früher schon einmal für längere Zeit in Lateinamerika?

o ja 2.1. Wann und wie lange?

.....

o nein

3. Wie viele Länder fallen in Ihren Zuständigkeitsbereich als Auslandskorrespondent/in?

.....

4. Wie kam es, dass Sie begonnen haben, sich für Lateinamerika zu interessieren?

.....

4.1. Sprechen Sie Spanisch und Portugiesisch in dem Maß, dass Sie darin Interviews führen können?

.....

5. Haben Sie persönliche Bindungen oder Freundschaften zu Argentinern/ Brasilianern/ Mexikanern?

[wenn ja] Welcher Art?

.....

6. Welche Ausbildung(en) haben Sie absolviert? Bitte nennen Sie alle Studien- und Ausbildungsgänge, Volontariate etc. und die jeweiligen Abschlüsse.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. Seit wann sind Sie journalistisch tätig?

.....

7.1. Bei welchen Medien und in welchen Redaktionen haben Sie wie lange gearbeitet?

.....

.....

.....

.....

7.2. Sind Sie jetzt bei einem Medium in Deutschland fest angestellt oder arbeiten Sie freiberuflich?

☐ fest ☐ frei

7.3. Für welche Medien sind Sie tätig? [Namen der wichtigsten / Zahl insgesamt]

.....

.....

7.4. Haben Sie in Ihrem Büro Nachrichtenagenturen abonniert?
[wenn ja] Welche?

.....

8. Waren Sie auch in anderen Ländern / Regionen außer Ihrem jetzigen Standort als Auslandskorrespondent/in beschäftigt?

☐ ja ☐ 8.1. Wie lange und wo? [Dauer – Land/Region – Medium]

.....

.....

☐ nein

9. Alter:

Geschlecht: ☐ männlich ☐ weiblich

IX. ANHANG B: Tabelle 1: Korrespondentenaufgaben: Anspruch und Wirklichkeit

(Vgl. Kap. V.2.3.: Abb. 16 u. 17, S. 94)

Meine Aufgabe als Korrespondent ist es,	ANSPRUCH: Dies...					WIRKLICHKEIT: Dies gelingt mir...				
	trifft voll- kommen zu (Wert = 2)	trifft eher zu (Wert = 1)	trifft eher nicht zu (Wert = -1)	trifft über- haupt nicht zu (Wert = -2)	Ent- haltung (Wert = 0)	voll- kommen (Wert = 2)	über- wiegend (Wert = 1)	eher nicht (Wert = -1)	überhaupt nicht (Wert = -2)	Ent- haltung (Wert = 0)
komplexe Sachverhalte zu erklären & zu vermitteln	23	2	0	0	0	4	15	2	0	4
politische Missstände aufzudecken	9	9	4	3	0	1	8	5	6	5
möglichst neutral und präzise zu informieren	20	5	0	0	0	6	13	3	0	3
als Mittler zwischen zwei Welten zu fungieren	16	5	3	1	0	6	7	6	1	5
die politischen Beziehungen zwischen lateinamerikanischen Staaten und Deutschland zu beeinflussen	3	1	5	16	0	0	3	9	7	6
unterprivilegierte Menschen zu vertreten	6	7	8	4	0	3	8	6	3	5
meinen persönlichen Blick auf die Geschehnisse zu vermitteln	4	8	9	4	0	3	10	5	2	5
ein Kulturdolmetscher zu sein	10	8	6	0	1	4	4	10	2	5
den europäischen Blickwinkel in meinen Berichten zu betonen	1	3	8	13	0	0	2	7	10	6
Sprachrohr der Region zu sein	1	3	6	15	0	0	4	4	11	6

Aufgabe der Korrespondenten*	ERGEBNIS = Zustimmungsgrad**		
	Anspruch	Wirklichkeit	Differenz
Komplexe Sachverhalte erklären	48	21	27
Neutral & präzise informieren	45	22	23
Mittler zwischen zwei Welten sein	32	11	21
Kulturdolmetscher sein	22	-2	24
Politische Missstände aufdecken	17	-7	24
Unterprivilegierte Menschen vertreten	3	2	1
Persönlichen Blick vermitteln	-1	7	8
Europäischen Blickwinkel betonen	-29	-25	4
Politische Beziehungen beeinflussen	-30	-20	10
Sprachrohr der Region sein	-31	-22	9

* Reihenfolge neu sortiert nach der Höhe des Anspruchs

** Addition der Produkte aus Korrespondentenanzahl und Wert der Kategorie