

# **Adequate Information Management in Europe (AIM)**

## **Strukturen und Prozesse von News Management in der Entwicklung Europäischer Öffentlichkeit(en)**

Theoretische und empirische Ziele  
eines EU-geförderten Forschungsprojektes

**Paper-Abstract**  
**(Vortragsdauer: ca. 30 Minuten)**

**von Dr. Oliver Hahn, Karen Rosenwerth M.A. und Dr. Roland Schröder,  
Wissenschaftszentrum für Internationalen Journalismus  
(Erich-Brost-Institut für Journalismus in Europa),  
Universität Dortmund**

auf den 10. Kommunikationswissenschaftlichen Tagen (KWT 04)  
*Medialer Wandel und Europäische Öffentlichkeit*  
der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft (ÖGK),  
des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (IPKW), Universität Wien,  
und der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (ÖAW)  
vom 11. bis 12. November 2004  
in Wien

## Einführung und Zielsetzung

Europa ist in den Massenmedien bis heute weitgehend eine *terra incognita*. Daher verfolgt das hier vorgestellte, von der Europäischen Union (EU) mit Mitteln aus dem 6. Rahmenprogramm geförderte Forschungsprojekt **Adequate Information Management in Europe (AIM)** des Dortmunder Wissenschaftszentrums für Internationalen Journalismus (Erich-Brost-Institut) im Konsortium mit zehn weiteren europäischen Forschungseinrichtungen das Ziel, den Einfluss der Massenmedien auf die Entwicklung Europäischer Öffentlichkeit(en) zu untersuchen: einerseits auf der strukturellen und performativen Ebene massenmedialer Akteure, andererseits auf der prozessualen Ebene von informationsstrategischen Mechanismen der EU-Institutionen. Im Forschungsfokus steht dabei, wie überwiegend nationalstaatlich gewachsene Massenmedien und ihre Systeme im Kontext unterschiedlicher journalistischer und politischer Kulturen sowie professioneller Standards eine positive und/oder negative EU-Berichterstattung managen und produzieren. In einem ersten Schritt sollen jene Determinanten erforscht werden, dank derer in der journalistischen Praxis *europäische Themen* auf die **News Agenda** vorrücken oder nicht. In einem zweiten Schritt wird der normative Ansatz untersucht, wonach nur der Zugang zu Informationen über die EU und ihre systemische Vielfalt die Grundlage für Demokratie und die Entwicklung Europäischer Öffentlichkeit(en) – European public sphere(s) – bildet. Außerwissenschaftliches Erkenntnisinteresse des Projektes liegt ferner in der praktischen Modellierung von News Management in Europa, das idealiter größtmögliche Transparenz über das politische System der EU schafft: und zwar nicht nur für Eliten und Meinungsführer, sondern für Massenpublika unterschiedlicher (sprach-) kultureller Herkunft. Dabei wird das **Konzept News Management** nicht nur als einseitige PR-Strategie im herkömmlichen Sinne verstanden. Vielmehr konzipiert das Forschungsprojekt AIM News Management multidirektional und erweitert es um die **journalistische Steuerungs- und Produktionskomponente**.

## Angestrebter Beitrag zum Forschungsstand

Seit der Wiederentdeckung des Öffentlichkeitsbegriffes für Europa durch die Forschung zu Beginn und Mitte der 1990er Jahre haben Fachdisziplinen wie die Kommunikations- und Medienwissenschaften, die Soziologie und Politikwissenschaften sowie auch die Rechtswissenschaft und Ökonomie mit unterschiedlicher Intensität theoretische Ansätze und Modelle sowie erste empirische Ergebnisse vorgelegt. Forschungsaktivitäten im Bereich Europäischer Öffentlichkeit haben dabei zunehmend an Dynamik gewonnen. Statt zu Konsistenz hat dies jedoch zu Ausdifferenzierung, teilweise zu Ergänzungen und Widersprüchen, aber vor allem zu Unübersichtlichkeit geführt. Maßgeblich hierfür sind die in den Öffentlichkeitsbegriff projizierten unterschiedlichen normativen Vorstellungen. Lediglich grob lassen sich daraus drei verschiedene Denkrichtungen ableiten: 1.) die liberale, die die Funktion von (Europäischer) Öffentlichkeit als Transparenz, Kontrolle und Legitimität begreift (Gerhards; Locke; Mill; Schumpeter u.a.), 2.) die ‚pessimistische‘, die Europäische Öffentlichkeit als bislang nicht-existent, aber als Notwendigkeit für Europäische Identität erachtet (Kielmannsegg; Grimm; Scharpf; Schlesinger u.a.) und 3.) die post-Habermas’sche, die Europäische Öffentlichkeit als Diskurs über gleiche Themen versteht (Eder; Trenz; Kantner u.a.). Um den Forschungsstand in seiner Gesamtheit zu skizzieren, bedürfte es einer mehrdimensionalen Matrix, da sich eine Vielzahl von Modellen den genannten drei Kategorien nicht eindeutig zuordnen lassen. Dies gilt z.B. für Beschreibungen Europäischer Öffentlichkeit in Form von segmentierten Teil-Öffentlichkeiten und der Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten (Kopper; Gerhards u.a.). Problematisch ist vor diesem Hintergrund, dass Ergebnisse empirischer Studien im Wesentlichen von den zu Grunde gelegten theoretisch-normativen Annahmen determiniert werden. Darüber hinaus beschränken sich diese häufig auf Medienoutput-Analysen und Fallstudien, die nur eine begrenzte Anzahl von Staaten, Medien (insbesondere nationale Qualitätszeitungen) und Ereignissen (z.B. EU-Osterweiterung, EP-Wahlen) einbeziehen. Das AIM-Projekt hat Desiderata formuliert: Forschung, die Europäische Öffentlichkeit als über Medien und Journalismus hergestellte Öffentlichkeit(en) begreift, darf nicht allein auf Medienprodukte fokussiert bleiben, sondern muss den Blick für **Funktionen und Strukturen vorgeschalteter Produktionsprozesse, Inputs** (europäische Informationspolitik) und **Feedbacks** (nationale Publika) erweitern. Sie bedarf dringend **breiter angelegter empirischer Feldstudien**, die sich sowohl an der

alltäglichen Medienkommunikation ausrichten, als auch nationalen, regionalen und lokalen Ebenen Rechnung tragen. Schließlich ist die **Erfordernis einer übergreifenden, von Einzelfällen abstrahierenden und auf praktische Relevanz gründenden Theorie Europäischer Öffentlichkeit(en)** deutlich, die nur aus der Vernetzung europäischer und interdisziplinärer Sichtweisen entstehen kann.

#### Multimethodendesign

Mit dem Ziel einer optimierten Vernetzung von Theorie und Empirie erhebt das hier vorgestellte Forschungsprojekt AIM Daten mittels eines mehrstufigen Multimethodendesigns, in dem qualitative und quantitative kultur- bzw. sozialwissenschaftliche Verfahren transdisziplinär und sukzessive integriert werden. Die methodologische Abstimmung mit den nationalen Forschungseinrichtungen im Konsortium soll eine komparative Dateninterpretation ermöglichen. Die Validität zuvor generierter Arbeitshypothesen wird mittels folgender Kerninstrumente geprüft, die in mehreren mehrwöchigen Feldstudien in den Forschungsgegenständen (siehe unten) zunächst auf den beteiligten nationalen Ebenen und später auf der europäischen Ebene angewendet werden: (a) quantitative Befragungen und (b) qualitative teilstandardisierte Leitfaden- und Tiefeninterviews mit (1.) individuellen Entscheidungsträgern und (2.) in Fokusgruppen der Forschungsgegenstände. (Die zu befragenden Personen werden aus dem mittleren Management rekrutiert, weil sie zugleich operative und Führungsaufgaben übernehmen.) Zur Ergänzung der so erhobenen Daten (Aussagen) werden folgende Kontrollinstrumente herangezogen, die Daten zur Tatsächlichkeit der Aussagen erheben: (c) offene, teilnehmende Beobachtung des News Management in den Forschungsgegenständen und (d) Input-Output-Analysen speziell zur Durchlässigkeit für so genannte *europäische Themen*. Forschungsgegenstände sind nationale und regionale Medien. Auf der europäischen Ebene kommen in einem zweiten Schritt das Brüsseler Pressecorps, akkreditierte Korrespondenten (und ihr Arbeitsverhältnis zu ihren jeweiligen Heimatredaktionen) und Nachrichtenagenturen sowie die Generaldirektion Presse der EU-Kommission (mit ihren Pressekonferenzen) als Forschungsgegenstände in Betracht.

#### Ziel der Präsentation

Über die Vorstellung theoretischer wie empirischer Ziele des im Mai 2004 gestarteten Forschungsprojektes AIM hinaus, plädiert diese Präsentation vor dem Hintergrund des medialen Wandels für eine stärkere Integration der journalistischen Praxis und Schulung in die Debatte um Europäische Öffentlichkeit(en).