

Ethnische Diversität

Zentraler Wert einer integrativen journalistischen Öffentlichkeit.

Von Tanja Evers

Abstract Diversität ist konstituierendes Merkmal gesellschaftlicher Realität. Gleichzeitig markiert sie eine Leerstelle der Journalismusforschung, denn über die personelle Pluralität deutscher Redaktionen ist wenig bekannt. Der Beitrag nähert sich entlang des Begriffs der Diversität der Frage, wie Journalismus in ausdifferenzierten digitalen Öffentlichkeiten seine integrative Funktion sichern bzw. neu definieren kann. Interviews mit Macher:innen von Medienangeboten, die sich insbesondere der Dimension der ethnischen Diversität widmen, beleuchten fallbeispielartig die Ziele, Personalpolitik und das Integrationsverständnis eines Journalismus, der sich den Herausforderungen der Migrationsgesellschaft stellt.

Vor dem Hintergrund einer ausdifferenzierten Medienlandschaft stellen sich Wissenschaftler:innen und Praktiker:innen bereits seit geraumer Zeit die Frage, wie Journalismus in einer zunehmend pluralen Gesellschaft seine integrative Funktion stärken und erneuern kann. Neben der Digitalisierung als dem Phänomen, das aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive die Gesellschaft auf allen Ebenen durchdringt, rückt dieser Beitrag vor allem die journalistischen Aushandlungsprozesse um das Thema Migration in den Mittelpunkt. Sei es die aktuelle Dynamik globaler Fluchtbewegungen oder die anhaltende politische Kontroverse um Deutschland als Einwanderungsland – diese Diskurse zeigen, dass Migration längst ein Schlüsselkonzept und strukturierendes Moment zeitgenössischer Gesellschaftsanalyse darstellt (vgl. Altmep-pen/Evers 2021). Jede vierte Person hat in Deutschland einen so genannten Migrationshintergrund (Statistisches Bundesamt

Dr. Tanja Evers ist
Wissenschaftliche
Mitarbeiterin
und Forschungs-
koordinatorin am
Zentrum Flucht
und Migration
der Katholischen
Universität Eichstätt-
Ingolstadt.

2018), ethnische Diversität ist also längst empirische Realität, unumkehrbare Transformation und damit weniger eine Besonderheit denn Normalität einer postmigrantischen Gesellschaft (vgl. Foroutan 2019). Denkt man diese beiden Entwicklungen zusammen, dann sollte eben jene Allgegenwärtigkeit von Digitalisierung und ethnischer Diversität sich in der Medienlandschaft einerseits spiegeln und andererseits die redaktionelle Arbeit prägen. Dieser Anspruch entspringt nicht allein der Alltäglichkeit beider Phänomene, vielmehr erwächst er ebenso aus dem öffentlichen Auftrag der Medien sowie der Funktionen der durch sie hergestellten Öffentlichkeiten (vgl. Schwelger 2020).

In digitalen Öffentlichkeiten und angesichts gesellschaftlicher Spaltungen rund um das Thema Migration wird es für Journalist:innen immer herausfordernder, Deutungshoheit zu reklamieren und ihre Profession gegenüber vielfältigen Intervention von außen und in ihrem Inneren (neu) zu legitimieren. Die Grenzen dessen, was als Journalismus identifizierbar ist und vom Publikum als legitime Informationsquelle wahrgenommen wird, fransen aus. Darüber hinaus eröffnet die „Network Media Logic“ (Klinger/Svensson 2016) den Raum für weitere politische und zivilgesellschaftliche Kommunikator:innen. Diese bringen sich als Ergänzung oder in Konkurrenz zu journalistischer Berichterstattung in die öffentlichen Aushandlungsprozesse ein und beeinflussen oder manipulieren gar im Sinne ihrer strategischen Interessen (vgl. Donovan/Friedberg 2019; auch Evers 2018).

Diversität und mediale Integration als wissenschaftliche Konzepte

Zwei Konzepte, die sich im Kontext dieser hochgradig dynamischen und umkämpften politischen Öffentlichkeit einer digitalen Migrationsgesellschaft als fruchtbar erweisen könnten, sind bereits angeklungen: Gesellschaftliche Diversität und mediale Integration. Während die Funktion der Diversität für die journalistische Arbeit (vgl. ARD.de 2021; Prommer et al. 2021; Boytchev et al. 2020) zwar aktuell vermehrte Aufmerksamkeit erfährt, wirkt die fachliche Auseinandersetzung mit der integrativen Funktion des Journalismus ein wenig aus der Zeit gefallen und auf eine kleine Zahl an Autor:innen beschränkt (vgl. Geißler/Pöttker 2006; 2009).

Mehrdeutig, komplex und durchaus umstritten ist der Begriff der Diversität. Er stammt aus dem Englischen und meint „Vielfalt in vielerlei Hinsicht“ (Rosken 2015, S. 63). „Seine Para-

doxie besteht in der Kollektivierung von Individuen zu homogenen Gruppen bei gleichzeitiger Pluralisierung dieser Gruppen zu nebeneinanderstehenden Einheiten“ (Toepfer 2020, S. 130). Generell umfasst der Diversitätsbegriff sichtbare wie unsichtbare Merkmale, die sich in die sechs Kerndimensionen Geschlecht, Alter, sexuelle Orientierung, Beeinträchtigung, Religion bzw. Weltanschauung und ethnische Herkunft differenzieren lassen (vgl. Verein Charta der Vielfalt 2018). Kontrovers wird das Konzept immer dort, wo die wertneutrale Definition, – nach der Diversität einen „Mix von Menschen innerhalb eines Sozialsystems“ mit „erkennbar unterschiedlichen, sozial relevanten Gruppenzugehörigkeiten“ (Cox/Beale 1997, S. 1) beschreibt – auf die Frage trifft, wie trotz vielfältiger Unterschiede chancengleiche Teilhabe gelingen kann.

An dieser Stelle präsentiert sich das Konzept der Diversität anschlussfähig an den Begriff der Medienpluralität (vgl. Karppinen 2013), nach dem gesellschaftliche Mehr- und Minderheiten von den Medien gleichberechtigt zu einem rationalen öffentlichen Diskurs ermächtigt werden sollen (vgl. McQuail 2007, S. 44-49). Im ethisch-normativen Verständnis einer „Medienethik pluraler Gesellschaften“ (Filipović 2021, S. 298) verfügt Diversität über

Der Begriff der „medialen Integration“ verfügt über einen Doppelcharakter als analytisches und politisch-normatives Konzept.

das Potential, die „kommunikativen Asymmetrien im Medienproduktionsprozess auszugleichen“ (Boychev et al. 2020, S. 31). Um aber Diversität zur Prämisse des und zum Indikator für das Integrationspotential journalistischer Öffentlichkeit zu stilisieren, ist es nötig den Begriff der „medialen Integration“ (Geißler/Pöttker 2001) auf den Prüfstand zu stellen. Dieser verfügt über einen Doppelcharakter als analytisches und politisch-normatives Konzept und setzt auf drei Ebenen an: Medienpersonal, Medieninhalte und Mediennutzung (vgl. Geißler 2007). In einer digitalen Migrationsgesellschaft gewinnt mediale Integration neben der politischen und sozialen Integration zunehmend an Bedeutung, zumal mediale Repräsentation, Teilhabe und Information die anderen beiden Integrationsprozesse moderiert bzw. als Voraussetzung derselben betrachtet werden kann. Die Wegbereiter der medialen Integration verstehen diese vor allem als „interkulturelle Integration“ (Geißler/Pöttker 2006, S. 17) und rücken damit die Dimension der ethnischen Diversität in den Mittelpunkt. Damit grenzen sie sich zwar explizit von rein assimilativen Integrationstheorien (vgl. u. a. Esser 2001) ab, hantieren jedoch mit dem in der Migrationsforschung kontrovers

diskutierten Kulturbegriff (vgl. z. B. Hormel/Jording 2016), der von einem nationalstaatlich gedachten, homogenen, kulturellen Rahmen ausgeht, an den es eine gewisse, zumindest partielle Verpflichtung zur Anpassung seitens der migrantischen Minderheiten gebe (vgl. Geißler/Pöttker 2006, S. 19). Als „Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation“ (ebd., S. 18) betont die mediale Integration jedoch auch die Bedeutung einer angemessenen Balance zwischen den Bedürfnissen von Mehrheit und Minderheiten sowie den wechselseitigen Prozesscharakter von medialer Integration, was wiederum Nähe zum aktuellen soziologischen Diskurs (vgl. u. a. Scherschel 2020) herstellt.

Der vorliegende Beitrag schlägt einen medialen Integrationsbegriff vor, der an der Differenzierung in drei Ebenen festhält, jedoch dafür plädiert, den Wirkungsradius auf alle Dimensionen gesellschaftlicher Diversität auszudehnen. Eine stärker postmigrantische Perspektive auf Journalismusforschung interessiert sich in der Folge weniger für Ethnomedien¹ und ihre Andersartigkeit, sondern fragt nach diversitätssensiblen journalistischen Angeboten, die sich tendenziell um die Auflösung von Kategorien wie Mehr- und Minderheiten bemühen, einen „kritischen Umgang mit Diskriminierungs- und Ausschlussmechanismen“ pflegen und u. a. migrantische Sichtweisen als relevant für den gesellschaftlichen Querschnitt erachten (Ratković 2018, S. 58).

Diagnosen zur journalistischen Diversität auf drei Ebenen

Die mediale Realität weist auf allen drei Integrationsebenen Mängel auf. Die positivsten Tendenzen zeigen sich bei der Mediennutzung: Untersuchungen belegen, dass weniger die Herkunft als andere soziodemographische Merkmale wie das Alter das mediale Informationsverhalten beeinflussen; v. a. jugendliche Mediennutzer:innen ähneln sich in ihren Präferenzen. Ein großer Teil der Bevölkerung mit Migrationsgeschichte bewegt sich zudem sicher zwischen zwei Medienwelten – der deutschsprachigen und der ihrer Herkunftsländer –, ohne dass sich

1 Medienangebote, die im jeweiligen Herkunftsland für den dortigen Markt produziert werden und in Deutschland zugänglich sind, und solche, die unter deutscher Regie für Migrant:innen bzw. auch von Migrant:innen selbst in Deutschland vertrieben und hergestellt werden (vgl. Geißler/Weber-Menges 2013, S. 277).

daraus Segregationstendenzen ableiten ließen (vgl. Tonassi et al. 2020, S. 626). Blickt man jedoch auf die inhaltliche journalistische Auseinandersetzung mit Migration, werden die Defizite offensichtlicher: So sind es vor allem negative Narrative, die sich über die Jahrzehnte in der massenmedialen Berichterstattung als persistent erwiesen (vgl. Jung et al. 2000; Wengeler 2006). Insbesondere die dominanten Diskurse, die Migration und Flucht als gesellschaftliches Problem identifizieren (vgl. u. a. Bonfadelli/Moser 2007; Geißler/Pöttker 2009), begründen anhaltende Diskussionen um die Existenz und Verfestigung stereotyper oder gar rassistischer Diskursstrukturen in medialer Öffentlichkeit (vgl. u. a. Abadi 2017; Ter Wal 2002). Aktuelle Ergebnisse beschreiben den öffentlichen Diskurs weiterhin als deutlich polarisiert und inkonsistent (vgl. Jäger/Wamper 2017; Maurer et al. 2019).

Die kulturalisierenden und hierarchisierenden hegemonialen Diskurspraktiken (vgl. Engel et al. 2019, S. 280-287) scheinen im wahrsten Sinne des Wortes hausgemacht: Produkt eines professionellen Journalismus, der weder in seiner Themensetzung noch in seinen Personalressourcen die Realität einer postmigrantischen Gesellschaft abzubilden vermag. Eth-

nische Diversität ist in deutschen Redaktionen vielerorts zwar kein Fremdwort mehr, aber längst nicht Alltag. Nur 6,4 Prozent der Chefredakteur:innen haben eine Migrationsgeschichte. Zur pluralen Besetzung von Redaktionsteams nach Herkunft gibt es hin-

gegen keine verlässlichen Zahlen, da diese kaum erhoben oder nicht veröffentlicht werden – in der Folge bleiben strukturelle Diskriminierungen unsichtbar (vgl. Boytchev et al. 2020, S. 9f.). Schätzungen zufolge liegt aber beispielsweise die Quote migrantischer Journalist:innen in Nordrhein-Westfalen bei höchstens vier bis fünf Prozent (vgl. Pöttker et al. 2016, S. 15). Problematisch, wenn man bedenkt, dass fehlende Diversität in Redaktionen für das mediale Integrationspotential folgenreich ist: So hat mangelnde Vielfalt unter Medienmacher:innen Konsequenzen für die Berufsperspektiven von Migrant:innen im Journalismus und wirkt sich auf die Gestalt des öffentlichen Diskurses aus. Sind migrantische Perspektiven im Journalismus Mangelware, verengt sich der Blickwinkel des Angebots (vgl. Fengler/Kreutler 2020, S. 49f., 57f.).

Vielfalt scheint zwar überall gewünscht, wird jedoch kaum gelebt. Insgesamt lässt sich sowohl mit Bezug auf die Medien-

*Mangelnde Vielfalt unter
Medienmacher:innen hat Konsequenzen
für die Berufsperspektiven von
Migrant:innen im Journalismus.*

produktion als auch die -inhalte eine starke Unterrepräsentation von Menschen anderer ethnischer Herkunft und somit eine unzureichende Spiegelung von Pluralität in der deutschen Medienlandschaft ausmachen (vgl. Herczeg 2015, S. 221).

Auf den Spuren diversitätssensibler Medienmacher:innen – erste Fallbeispiele

Im Rahmen eines breiter angelegten Forschungsinteresses, das die Integrationspotentiale journalistischer und Social-Web-basierter Öffentlichkeiten empirisch beleuchten möchte, sollen hier erste Erkenntnisse aus einer explorativen Untersuchung vorgestellt werden. Ziel des Lehrforschungsprojektes² war es, diversitätssensible Medienangebote zu identifizieren und deren Macher:innen zu interviewen. Die qualitative Befragung umfasste 14 Experteninterviews mit Medienschaffenden, deren Angebot explizit darauf ausgelegt ist, eine oder mehrere Facetten gesellschaftlicher Diversität abzubilden. Die Analyse widmet sich daher vorwiegend der Ebene der Medienproduktion. Bei der Auswahl der Gesprächspartner:innen wurde darauf geachtet, dass sie in leitender Funktion arbeiten und zu etwa gleichen Teilen Redaktionen entstammten, die an ein etabliertes journalistisches Medienhaus angebunden sind und deren Inhalte auch im analogen Gesamtprogramm veröffentlicht werden, und solchen, die stärker unabhängig agieren und deren Verantwortliche nicht zwingend der journalistischen Profession zuzurechnen sind, sondern sich möglicherweise eher als Influencer:innen verstehen (vgl. Duckwitz 2019, S. 3). In der Regel ist deren Angebot noch nicht lange auf dem Markt und es werden digitale Vertriebswege genutzt. Zusätzlich lassen sich die Interviews entlang von vier gewählten Diversitätsdimensionen weiter strukturieren. Die Wahl fiel hier auf die intersektional verschränkten Kategorien Geschlecht, sexuelle Orientierung, Beeinträchtigung und ethnische Herkunft, wobei im Folgenden die Erkenntnisse aus den Interviews mit Medienangeboten zu ethnischer Diversität im Fokus stehen. Die Auswertung der Gespräche erfolgte mithilfe der inhaltsanalytischen Methode nach Kuckartz (2018). Unter-

2 An dieser Stelle danke ich allen Seminarteilnehmenden, die mit ihrer theoretischen Vorarbeit und der tatkräftigen Unterstützung bei Durchführung und Auswertung der Interviews wichtige Grundlagen für diesen Beitrag geschaffen haben. Besonders zu erwähnen sind Julia Köstner, Veronika Wenderlein und Amine Elmoumeni.

suchungsleitend waren Fragen nach der inhaltlichen Gestaltung diversitätssensibler Medienangebote (1), nach der personellen Besetzung, Hierarchie und Rekrutierung in den Teams (2) sowie dem Selbstverständnis (3). Da lediglich drei Interviews vorliegen, die den Aspekt der ethnischen Diversität näher betrachten, haben sie eher den Charakter von Fallbeispielen, die das Untersuchungsfeld schlaglichtartig erhellen.

Kurzbeschreibung der untersuchten Medienangebote (basierend auf Informationen der jeweiligen Online-Auftritte)

Halbe Katoffl (HK)

Seit Ende 2016 kommt Journalist Frank Joung in seinem Podcast „Halbe Katoffl“ mit Deutschen mit ausländischen Wurzeln ins Gespräch. Als erster deutschsprachiger Podcast mit dem Thema Migration transportiert er Inhalte zu Integration, Identität und Stereotypisierung an Deutsche mit und ohne Migrationshintergrund. 2018 war er für den Grimme Online Award nominiert.

Workin‘ Germany – Arbeiten in und an Deutschland (WG)

Bei Workin‘ Germany handelt es sich um einen Instagram-Account der „Bayern 2“-Redaktion „Zündfunk“. Seit Februar 2020 führt das Team durch wöchentlich wechselnde Themen rund um die deutsche Arbeitswelt und den damit verbundenen Diskriminierungs- und Rassismuserfahrungen. Mit seinen fast 25 000 Follower:innen möchte der Account eine junge, diverse Community erreichen und einen Ort zum Austausch und Empowerment bieten.

WDRforyou (WDR)

WDRforyou ist eine Plattform für Geflüchtete, Migrant:innen und Interessierte. In vier Sprachen informiert sie seit Anfang 2016 auf ihrer Website und den gängigen Social-Media-Kanälen über Deutschland. Nach eigenen Angaben verfolgen mehr als 800 000 Facebook-Abonent:innen die Beiträge und Videos zu den Themen Migration und Integration in Deutschland.

In der Zusammenschau besteht zwischen den drei Interviewten in vielen Facetten eine hohe Einigkeit. Das gilt in besonderer Weise für die kritische Bewertung des Status Quo der Vielfalt in der deutschen Medienlandschaft. Die Einschätzung der Interviewten bestätigt den Tenor des Forschungsstandes, wonach massenmediale Angebote aktuell keine realitätsnahe Abbildung der gesellschaftlichen Verhältnisse leisten. Menschen mit Migrationsgeschichten würden in der Berichterstattung nicht

ausreichend repräsentiert und könnten zu wenig „Identifikationsräume“ finden, obwohl man aus der Medienforschung wisse, dass ethnisch diverse Zielgruppen vom traditionellen Angebot „total schlecht“ erreicht werden und sich medial häufig „exotisiert“ bzw. „in eine Parallelgesellschaft gedrängt“ fühlen (WG, 25-32)³. Aber es wird auch zunehmend „kritische Gegenwehr“ (HK, 52) wahrgenommen. Öffentlichkeitswirksame Ereignisse wie die Black Lives Matter-Bewegung sensibilisieren für das Thema Diversität und rücken es weiter in das gesellschaftliche Bewusstsein. Die interaktiven Möglichkeiten der sozialen Netzwerke schaffen nicht nur Raum zur Etablierung neuer diversitätssensibler Angebote, sie eröffnen auch die Möglichkeit, den Kontakt mit der migrantischen bzw. der an Diversitätsthemen interessierten Community zu intensivieren und die eigene Zielgruppe so nicht nur als Adressat, sondern auch als Ressource für Themen, Rekrutierung von Mitarbeiter:innen und Kontrollinstanz zum Beispiel im Umgang mit diversitätssensibler Sprache zu nutzen. Darüber hinaus seien es vor allem neue Förderprogramme innerhalb der Medienunternehmen wie „Puls Talente“ des BR, ein Traineeprogramm für Quereinsteiger:innen, die positive Signale für eine langfristige Diversifizierung der Medienorganisationen auf struktureller Ebene setzen (vgl. WG, 393).

Wie groß das Veränderungspotential ist, hänge dabei nicht unerheblich von größeren Medienunternehmen ab. Langfristiges Ziel sei es, Minderheitenperspektiven auch in Formaten mit großer Reichweite sichtbar zu machen. In diesen Redaktionen würde allerdings nach wie vor zu häufig „eine homogene Masse angesprochen“, noch immer gelte: „Denk an Oma Erna‘, also dass sie das versteht, aber keiner sagte: ‚Denk an Yusuf‘ [...] oder ‚denk an Raúl, der im Rollstuhl sitzt‘. Ich glaube, dass dieses Integrationsverständnis sehr eng gedacht wurde und das muss jetzt weiter gedacht werden“ (HK, 301-306). Im öffentlich-rechtlichen Kontext sei die Relevanz des Themas zwar mittlerweile gesetzt, allerdings handle es sich um „große und eher schwerfällige Institutionen“ (WG, 46), was den Wandel einbremse.

*Die interaktiven Möglichkeiten
der sozialen Netzwerke
schaffen Raum zur Etablierung
neuer diversitätssensibler Angebote.*

3 Die Kennzeichnung der Interviewausschnitte erfolgt unter Nennung des Kürzels für das Medienangebot (HK = Halbe Katoff; WG = Workin' Germany; WDR = WDR for you) und unter Angabe der relevanten Zeilen im Transkript.

Der Begriff der medialen Integration ist im journalistischen Praxisfeld wenig geschärft, auch wenn dessen Bedeutung wahrgenommen wird.

Personalpolitische Maßnahmen wie eine Diversitätsquote halten die Interviewten größtenteils für hilfreich, um Veränderung in den Redaktionen anzustoßen. Bezüglich der personellen Besetzung des eigenen Teams attestieren sich alle Befragten eine erhöhte Sensibilität für die verschiedenen Dimensionen von Diversität. Die Interviewten verweisen aber auch darauf, dass Bewerber:innen mit diversen Merkmalen zwar gern gesehen, das Fehlen beispielsweise eines Migrationshintergrunds aber kein Ausschlusskriterium sei. Unabhängig davon führt die Auseinandersetzung mit Personalrekrutierung zu einer grundsätzlichen Problematisierung identitätspolitischer Aspekte im

Auswahlprozess und darüber hinaus: „Ja also, da fängt es halt schon an, weil letztlich sind es natürlich alle Deutsche“ (WG, 202). Ein formaler Migrationshintergrund sage nichts über das Selbstverständnis eines Menschen. Eine nicht-deutsche Herkunft zum Kriterium zu machen, bedeute, dass man Menschen entlang phänotypischer Merkmale ethnisch markiere – eine Erfahrung, die ein Befragter mit seiner Zielgruppe teilt: „Früher zum Beispiel [...] wurde ich als Ausländer bezeichnet, obwohl ich ja in Deutschland geboren und aufgewachsen bin und dementsprechend kein Ausländer bin. Aber weil ich so aussehe, wie ich aussehe, hat man mich als Ausländer wahrgenommen“ (HB, 124-127). Nicht nur mit Blick auf ethnische Diversität müsse für eine bessere Zugänglichkeit des Journalismus gesorgt werden. Die Fixierung auf die deutsche Sprache und die oft prekäre Beschäftigung von Journalist:innen, mache den Beruf für Personen aus sozial schwächeren Milieus wenig attraktiv (vgl. WG, 467-485). Um inhaltliche Diversität zu erreichen, gilt es also, die Frage des medialen Integrationspotentials auch personalpolitisch zu fassen, da sich nur in der Wechselwirkung ganzheitliche Effekte erzielen lassen.

Generell zeigen die Interviews: Der Begriff der medialen Integration ist im journalistischen Praxisfeld wenig geschärft, auch wenn alle Gesprächspartner:innen dessen grundsätzliche Bedeutung betonen. Gerade die Vertreterinnen der öffentlichen Angebote verweisen auf ihren Programmauftrag und beschreiben Integration als „Querschnittsaufgabe für den ganzen Sender“ (WDR, 245). Die Interviewten verstehen den Begriff der medialen Integration als gleichberechtigte Teilhabe aller, vor allem aber mit Blick auf Minderheitengruppen. Inhaltlich wird das Konzept verknüpft mit journalistischen Qualitäts-

kriterien wie Meinungspluralität und Ausgewogenheit: Es gehe darum, „Vielstimmigkeit“ herzustellen, die Medien seien jedoch nicht die einzige Instanz, die zu integrativem Handeln aufgefordert sei (WG, 412-414). Während sich die einen an der fehlenden Umsetzung des Integrationspotentials stören, problematisieren andere den Begriff selbst: „Es heißt immer ‚wir sind hier und die müssen sich anpassen‘. Es gibt ja den Begriff der Inklusion, den finde ich persönlich etwas schöner als den der Integration [...]. Inklusion ist dabei mehr ‚wir alle zusammen‘. Also der Begriff Integration hat oft etwas Trennendes und nicht etwas Verbindendes“ (HK, 313-318).

In den Interviews finden sich Hinweise, dass der Anspruch, diversitätssensibel über Themen wie Migration und Zugehörigkeit zu berichten, besondere Herausforderungen für die journalistische Rolle birgt. Zwar verfügen alle Befragten über eine berufliche Sozialisation im professionellen Journalismus, eine Person hat sich jedoch mit einem unabhängigen Angebot selbstständig gemacht und nutzt die Plattformen der digitalen Öffentlichkeit, um sich vom institutionalisierten Medienbetrieb und dessen „marktschreierischen“ Tendenzen abzugrenzen (HK, 332). Es sei wichtig, in diesem normativ aufgeladenen Themenfeld eine Haltung zu haben. Über Facetten ethnischer Diversität zu berichten, ohne sich politisch zu positionieren, sei allein deshalb nahezu unmöglich, weil bereits der Prozess der Themenauswahl als ein politischer Akt gelten könne, da dies Meinungsbildungsprozesse beeinflusse (HK, 254-257). „Einen objektiven, im Sinne von wirklich neutralen Journalismus [kann es nicht] geben, weil Journalismus wird von Menschen gemacht und Menschen haben immer bestimmte Haltungen, Sozialisationen [...]. Das prägt natürlich immer, wie sie Sachen sehen“ (WG, 420-423). Ein transparenter Umgang mit redaktionellen Entscheidungen und die Kennzeichnung politischer Meinung in der Berichterstattung sichere auch in kontrovers diskutierten Feldern journalistische Standards (WG, 447-451).

In der Zusammenschau dieser empirischen Schlaglichter lässt sich festhalten, dass sich die Macher:innen diversitätssensibler Medienangebote in ihrem Selbstverständnis durchaus von journalistischen Redaktionen, die sich an die Mehrheitsgesellschaft richten, abgrenzen. Sie identifizieren und kritisieren Diskriminierungspotentiale in der Medienlandschaft und verstehen ihre Inhalte als komplementäres Angebot, das sich zwar

Über Facetten ethnischer Diversität zu berichten, ohne sich zu positionieren, ist nahezu unmöglich. Bereits die Themenwahl gilt als politischer Akt.

mit geringerer Reichweite, aber dafür passgenau an eine aktive Zielgruppe wendet. Der Versuch, Barrieren zu reduzieren und die (meist digitale) Community als Ressource an der Gestaltung des Angebots teilhaben zu lassen, führt jedoch auch dazu, dass die Grenzen zwischen Anbietenden und Adressat:innen an der ein oder anderen Stelle im Berufsalltag verwischen und die Selbstpositionierung zwischen Journalismus und Aktivismus bisweilen einer Gratwanderung gleiche (WG, 432-437). Die Beschäftigung mit den Integrationspotentialen medialer Öffentlichkeit kann so nicht losgelöst vom Wandel der journalistischen Profession und der Frage digitaler Meinungsführerschaft analysiert werden.

Literatur

- Abadi, David (2017): *Negotiating Group Identities in Multicultural Germany: The Role of Mainstream Media, Discourse Relations, and Political Alliances*. Lanham.
- Altmeppen, Klaus-Dieter/ Evers, Tanja (2021): Worum geht es? Die Bedeutung von Themen für den Strukturwandel der (digitalen) Öffentlichkeiten. In: Eisenegger, Mark et al. (Hg.): *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit – Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen*. Wiesbaden, S. 97-120.
- ARD.de (2021): Es geht uns alle an: Bündnis „Medien für Vielfalt“ gegründet. <https://www.ard.de/die-ard/02-25-Buendnis-Medien-fuer-Vielfalt-gegruendet-100>.
- Bonfadelli, Heinz/Moser, Heinz (2007): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden.
- Boytschev, Hristio/Horz, Christine/Neumüller, Malin (2020): Viel Wille, kein Weg. Diversity im deutschen Journalismus. Eine Studie im Auftrag der Neuen Deutschen Medienmacher*innen. https://neuemedienmacher.de/fileadmin/dateien/PDF_Borschueren-Infomaterial-Flyer/20200509_NdM_Bericht_Diversity_im_Journalismus.pdf
- Cox, Taylor/Beale, Ruby (1997): *Developing Competency to Manage Diversity: Readings, Cases & Activities*. Berrett-Koehler Publishers.
- Donovan, Joan/Friedberg, Brian (2019): *Source Hacking. Media Manipulation in Practice*. <https://datasociety.net/wpcontent/uploads/2019/09/Source-Hacking-Hi-res.pdf>
- Duckwitz, Amelie (2019): *Influencer als digitale Meinungsführer. Wie Influencer in sozialen Medien den politischen Diskurs beeinflussen – und welche Folgen das für die demokratische Öffentlichkeit hat*. Bonn.
- Engel, Susen et al. (2019): *Die (Re)Produktion symbolischer Ordnung – Narrative in der deutschen Medienberichterstattung über Flucht und Geflüchtete*. In: Arslan, Emre/Bozay, Kemal (Hg.): *Symbolische Ordnung und Flüchtlingsbewegungen in der Einwanderungsgesellschaft*. Wiesbaden, S. 273-298.

- Esser, Hartmut (2001): *Integration und ethnische Schichtung. Arbeitspapiere Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung*. Mannheim.
- Evers, Tanja (2018): Facebook als digitaler Bypass – Wahlkampf-PR deutscher Parteien abseits journalistischer Auswahlkriterien. In: Liesem, Kerstin/Rademacher, Lars (Hg.): *Die Macht der strategischen Kommunikation: medienethische Perspektiven der Digitalisierung*. Baden-Baden, S. 205-226.
- Filipović, Alexander (2021): Ethik der Pluralität. Impulse für eine Medienethik pluraler Gesellschaften. In: *Communicatio Socialis*, 54. Jg., H.3, S. 288-297, DOI:10.5771/0010-3497-2021-3-288
- Foroutan, Naika (2019): *Die postmigrantische Gesellschaft. Ein Versprechen der pluralen Demokratie*. Bielefeld.
- Geißler, Rainer (2007): *Interkulturelle mediale Integration: Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation*. http://www.migration-boell.de/web/diversity/48_1226.asp.
- Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (2001): *Mediale Integration von ethnischen Minderheiten*. In: Kulturwissenschaftliches Forschungs-Kolleg „Medienumbrüche“. Siegen, S. 141-165.
- Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (2006.): *Mediale Integration von Migranten. Ein Problemaufriss*. In: Dies.: *Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich*. Bielefeld, S. 13-44.
- Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (2009): *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Band 2 Forschungsbefunde*. Bielefeld.
- Geißler, Rainer/Weber-Menges, Sonja (2013). *Medien und Integration*. In: Brinkmann, Heinz/Uslucan, Haci-Halil (Hg.): *Dabeisein und Dazugehören*. Wiesbaden, S. 273-289.
- Herczeg, Petra (2015): *Diversity Kompetenz und Migration: Kommunikationswissenschaftliche Aspekte*. In: Genkova, Petia/Ringeisen, Tobias (Hg.): *Handbuch Diversity Kompetenz: Perspektiven und Anwendungsfelder*. Wiesbaden, S. 221-235.
- Hormel, Ulrike/Jording, Judith (2016): *Kultur/Nation*. In: Mecheril, Paul (Hg.): *Handbuch Migrationspädagogik*. Weinheim, S. 211-225.
- Jäger, Margarete/Wamper, Regina (2017): *Von der Willkommenskultur zur Notstandsstimmung. Der Fluchtdiskurs in deutschen Medien 2015 und 2016*. Duisburg: DISS – Duisburger Institut für Sprach- und Sozialforschung. <http://www.diss-duisburg.de/wp-content/uploads/2017/02/DISS-2017-Von-der-Willkommenskultur-zur-Notstandsstimmung.pdf>.
- Jung, Matthias/Niehr, Thomas/Böke, Karin (2000): *Ausländer und Migranten im Spiegel der Presse. Ein diskurshistorisches Wörterbuch zur Einwanderung seit 1945*. Wiesbaden.
- Karppinen, Kari (2013): *Rethinking Media Pluralism*. New York.
- Klinger, Ulrike/Svensson, Jakob (2016): *Network Media Logic: Some Conceptual Considerations*. In: Bruns, Axel et al. (Hg.): *The Routledge Companion to Social Media and Politics*. New York, S. 23-38.

- Kuckartz, Udo (2018): *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. Weinheim/Basel.
- Maurer, Marcus et al. (2019): *Auf den Spuren der Lügenpresse. Zur Richtigkeit und Ausgewogenheit der Medienberichterstattung in der „Flüchtlingskrise“*. In: *Publizistik*, 64. Jg., H. 1, S. 15-35, DOI: 10.1007/s11616-018-00466-y
- McQuail, Denis (2007): *Revisiting Diversity as a Media Policy Goal*. In: Meier, Werner/Trappel, Josef (Hg.): *Power, Performance and Politics. Media Policy in Europe*. Baden-Baden, S. 41-57.
- Nötzold, Katharina/Dilli, Sirin (2009): *Media and migration in Germany*. In: Frachon, Claire (Hg.): *Media and Cultural Diversity in Europe and North America*. Paris, S. 86-101.
- Pöttker, Horst/Kiesewetter, Christina/Lofink, Juliana (2016): *Migranten als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft*. Wiesbaden.
- Prommer, Elisabeth/Stüwe, Julia/Wegner, Juliane (2021): *Sichtbarkeit und Vielfalt: Fortschrittsstudie zur audiovisuellen Diversität*. Rostock.
- Ratković, Viktorija (2018): *Postmigrantische Medien. Die Magazine „biber“ und „Migrazine“ zwischen Anpassung, Kritik und Transformation*. Bielefeld.
- Rosken, Anne (2015): *Konzept Diversity Management – Definition, Abgrenzung und Beurteilung*. In: Genkova, Petia/Ringeisen, Tobias (Hg.): *Handbuch Diversity Kompetenz: Perspektiven und Anwendungsfelder*. Wiesbaden, S. 61-75.
- Scherschel, Karin (2020): *Der Integrationsbegriff – soziologische Perspektiven*. In: Pickel, Gert et al. (Hg.): *Handbuch Integration*. Wiesbaden.
- Schwelger, Petra (2020): *Diversität in Medien muss zur Normalität werden*. Blog der Münchener Medientage MTM21. <https://blog.medientage.de/diversit%C3%A4t-in-medien-muss-zur-normalit%C3%A4t-werden>.
- Statistisches Bundesamt (2018): *Mikrozensus – Bevölkerung mit Migrationshintergrund*. <https://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61646/migrationshintergrund-i>.
- Ter Wal, Jessica (2002): *Racism and Cultural Diversity in the Mass media. An Overview over Research and Examples of Good Practice in the EU Member States, 1995-2000*. Wien.
- Toepfer, Georg (2020): *Diversität. Historische Perspektiven auf einen Schlüsselbegriff der Gegenwart*. In: *Zeithistorische Forschungen*, 17. Jg., H. 1, S. 130-144, DOI:10.14765/zzf.dok-1767
- Tonassi, Timo/Wittlif, Alex/Schemer, Christian (2020): *Untersuchung auf Basis des SVR-Integrationsbarometers 2018 Mediennutzung und Medienvertrauen von Migranten*. In: *Media Perspektiven*, 50. Jg., H. 12, S. 626-635.
- Wengeler, Martin (2006): *Zur historischen Kontinuität von Argumentationsmustern im Migrationsdiskurs*. In: Butterwegge, Christoph/Hentges, Gudrun (Hg.): *Massenmedien, Migration und Integration. Herausforderungen für Journalismus und politischer Bildung*. Wiesbaden, S. 13-36.

Verein Charta der Vielfalt (2018): Factbook Diversity. Positionen, Zahlen, Argumente. Für Diversity in der Arbeitswelt. https://www.charta-der-vielfalt.de/fileadmin/user_upload/Presse/180411_Factbook_Diversity_2018.pdf.

Alle Internetquellen zuletzt aufgerufen am 15.10.2021.