

Kulturelle Vielfalt

Grundbegriffe der Kommunikations- und Medienethik (Teil 26).

Von Liane Rothenberger und Yi Xu

Grundbegriffe der **MEDIENETHIK** Communicatio Socialis

Sommer 2021: Journalist:innen aus Moldawien, Ukraine und Deutschland starten ein Projekt zu einem LGBTQ-Thema. Ihr Ziel: die Aufmerksamkeit für LGBTQ, Feminismus und Menschenrechte stärken (vgl. Deutsche Gesellschaft 2021). Perfekte kulturelle Vielfalt im Journalismus – sowohl hinsichtlich der Akteur:innen als auch des Themas? Oder schon zu nah an einer wenig journalistischen Missionierung mit normativer Ausrichtung? Wie divers ist Deutschland, wie viel Vielfalt steckt in den Redakti-

onen und ihren Themen, und warum ist das aus medienethischer Perspektive relevant? „Rund 25 Prozent der Menschen haben einen Migrationshintergrund in unserem Land. Knapp acht Millionen Menschen haben eine Schwerbehinderung und über sieben Prozent bezeichnen sich nicht als heterosexuell. Ein glaubwürdiger Journalismus sollte die unterschiedlichen Perspektiven verschiedener gesellschaftlicher Gruppen repräsentieren“, schreibt die Deutsche Welle (2021) in der Ankündigung einer Online-Diskussionsrunde zum Thema „Diversität in der Medienberichterstattung“. Auch Alter, Milieus, Religionen und Berufe sind divers. Unter Journalist:innen, Forscher:innen und Medienkritiker:innen ist die Meinung weit verbreitet, ein idealer Journalismus solle die verschiedenen Interessen und Werte in der Gesellschaft reflektieren. Wird diese Diversität nicht abgebildet, kann sich eine andere Auffassung der Verhältnisse, nämlich ein Wahrnehmen von weniger Vielfalt, in der Öffentlichkeit durchsetzen. Insofern haben laut Rösen (2008, S. 141), dem

*Dr. Liane
 Rothenberger arbeitet
 als Professorin
 für Medien und
 Öffentlichkeit
 mit Schwerpunkt
 Migration am
 Studiengang
 Journalistik der
 Katholischen
 Universität Eichstätt-
 Ingolstadt.*

Konzept der Cultural Studies folgend, die Medien „die Funktion einer diskursiven Selbstverständigung der Gesellschaft“ und damit eine ethische Verantwortung. Erst dadurch, dass Medien Vielfalt darstellen, können Unterschiede anerkannt und Gleichwertigkeit hergestellt werden. Diese Forderung rückt auf die Agenda einer globalen Journalismusethik (vgl. Ward 2010).

Herleitung und Einordnung des Terminus „Kulturelle Vielfalt“

Hofstede, Hofstede und Minkov (2017, S. 517) definieren Kultur als „(1) Mentales Training bzw. mentale Verfeinerung, Zivilisation. (2) Die Regeln des sozialen Spiels, die nirgendwo geschrieben stehen, oder etwas formeller: Die kollektive mentale Programmierung, die die Mitglieder der einen Gruppe oder Kategorie von Menschen von einer anderen unterscheidet.“ Kultur fungiert hier als Identitätskonzept; „Kultur reproduziert sich selbst“ (ebd., S. 10). Legt man diesen weiten Kulturbegriff zugrunde, so fallen die unterschiedlichsten Dimensionen darunter: Es gibt regionale Kulturen, ethnische und religiöse Gruppen, die häufig über Staatsgrenzen hinweg existieren (vgl. ebd., S. 57), unterschiedliche Geschlechter und traditionelle Zuweisungen von Geschlechterrollen, natürlich auch unterschiedliche Generationen („ein Kind seiner Zeit“). Es gibt unterschiedliche soziale „Klassen“, Herkunftsmilieus, Sozialisierungen, Sprachenvielfalt sowie unterschiedliche Unternehmens- und Organisationskulturen. Wie jedoch lässt sich kulturelle Vielfalt messen? Wie können wir sie (normativ) beurteilen? Muss in einem internationalen Investigativprojekt wie bei der Recherche zu den Panama Papers kulturelle Vielfalt herrschen? Und ist diese bereits gegeben, wenn Journalist:innen verschiedener Nationalitäten teilnehmen?

Karppinen (2018, S. 496) sieht Diversität als einen deskriptiven Begriff, der sich auf Varietät und Heterogenität auf den Ebenen der Medieninhalte, der Anbieter und der Besitzverhältnisse bezieht. Dahingegen sieht er den Begriff Pluralismus als die Anerkennung und Bevorzugung dieser Vielfalt; dieser erfordere eine gewisse Beziehung zu Demokratie und anderen gesellschaftlichen Werten (vgl. ebd., S. 496). Die Forderung nach Pluralität und Diversität im Journalismus bezieht sich auf verschiedene Ebenen, unter anderem auf die Struktur und den Besitz von Medien, die demografische Vielfalt der journalistischen Belegschaft und die Auswahl und das Framing einzelner Nachrichten. Die Begriffe

Pluralismus beschreibt die Anerkennung von Vielfalt. Dies erfordert eine gewisse Beziehung zu Demokratie und zu anderen gesellschaftlichen Werten.

Yi Xu, M.A., arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft der Technischen Universität Ilmenau.

knüpfen an unterschiedliche Kontexte an, die sich entweder auf das Verhältnis des Journalismus zu kultureller Vielfalt, Minderheiten und politischem Pluralismus oder auf die Machtverteilung in Journalismus und Gesellschaft beziehen.

Bayer (2013, S. 3) skizziert Media Diversity als Konzept, „das beansprucht, die in einer Gesellschaft bestehende Vielfalt, Verschiedenheit oder Heterogenität in den Medien wertschätzend anzuerkennen, gleichberechtigt einzubinden und für den Abbau von struktureller Benachteiligung und Diskriminierung einzutreten.“

Allein deshalb schon ist das Konzept im Rahmen einer Medienethik relevant, weil es dieses Eintreten als gut erachtet und positiv bewertet. Laut Bayer (2013, S. 28) liegen die Ursprünge von „Diversity“-Forderungen, aus den Bürgerrechtsbewegungen kommend, in den USA, wo ab Mitte der 1980er Jahre vor allem das Diversity Management hervortrat. Darunter fallen Maßnahmen, Chancengleichheit unter Mitarbeiter:innen herzustellen und deren Vielfalt und Verschiedenheit anzuerkennen. Man versprach sich davon mehr Effizienz und wirtschaftlichen Erfolg.

Verschiedene Konzepte kultureller Vielfalt

Philip Napoli (1999) hat eine grundlegende Klassifizierung von Vielfalt beigesteuert: Quellenvielfalt spiegelt das medienpolitische Ziel wider, ein vielfältiges Angebot an Informationsquellen zu fördern; Inhaltsvielfalt bezieht sich auf die Variation von Ideen, Standpunkten und Meinungen, sei es im Mediensystem oder innerhalb von Anbietern; und Expositionsvielfalt bedeutet die Bandbreite der Inhalte, die die Menschen tatsächlich nutzen und konsumieren.

Denis McQuail (2007, S. 49) unterscheidet vier verschiedene normative Rahmen in Bezug auf Vielfalt im Zusammenhang mit Journalismus und Medien:

- ▶ (1) Reflexion, was bedeutet, dass der Journalismus die bestehenden politischen, kulturellen und sozialen Variationen in einer Gesellschaft angemessen widerspiegelt;
- ▶ (2) Gleichheit, was bedeutet, dass der Journalismus bestrebt sein sollte, verschiedenen Ansichten und Gruppen in der Gesellschaft gleichen Zugang zu gewähren;
- ▶ (3) Auswahl, die sich auf die Vielfalt des Angebots an verfügbaren Wahlmöglichkeiten (z. B. Anzahl an Anbietern und Verlagshäusern, Programme) für Medienkonsument:innen bezieht; und

- ▶ (4) Offenheit, die Innovation und neue Stimmen um ihrer selbst willen betont.

Angelehnt an Hofstede et al. (2017) lässt sich speziell kulturelle Vielfalt auf verschiedenen Ebenen verorten, beispielsweise bereits im Individuum angelegt: Hier lässt sich kulturell Vielfältiges erleben und aufnehmen; „Kultur ist erlernt, und nicht angeboren“ (ebd., S. 4). Oder in der Redaktion, im Verlag oder Medienhaus: Hier treffen Personen unterschiedlichen Geschlechts, Alters, Herkunft usw. aufeinander. Dies kann unternehmenspolitisch explizit gefördert werden. Ein einschlägiges Beispiel liefert die BBC, die explizit in ihrem „Diversity & Inclusion“-Plan das Ziel festgeschrieben hat, die Mitarbeiterschaft diverser aufzustellen (vgl. BBC 2021). Für die Makroebene lässt sich konstatieren, dass das Mediensystem ein Hineinschnuppern in verschiedene Systeme möglich macht, die selbst wiederum divers geprägt sind.

Der angloamerikanische Raum ist in der Verankerung von Diversitätsaspekten in der Journalist:innenausbildung führend.

Der angloamerikanische Raum ist in der Verankerung von Diversitätsaspekten in der Journalist:innenausbildung führend. Beispielsweise gibt es einen Masterstudiengang „Diversity and the Media“ an der University of Westminster¹. Brislin und Williams beschrieben für die USA bereits 1996 Diversity als „prime goal of journalism education“ (Brislin/Williams 1996, S. 17). Das „Journalism in Multicultural Australia Project“ wurde 2005 ins Leben gerufen, um Strategien für die journalistische Aus- und Weiterbildung zu entwickeln. Das Programm geht davon aus, dass die Bereitstellung von Hintergrundinformationen zu kulturellen Aspekten Journalismusstudent:innen und Journalist:innen dabei helfen kann, ihre Beiträge kritisch zu durchdenken und die Berichterstattung kulturell vielfältig, zum Beispiel mittels angemessener Sprache, zu gestalten (vgl. Hess/Waller 2010). Hingegen stellt Bayer (2013, S. 122) fest, dass „Media Diversity in der [deutschen] journalistischen Ausbildung als Begriff oder Konzept nicht bekannt ist und daher auch nicht als konkretes Thema vorkommt.“

1 <http://www.westminster.ac.uk/courses/subjects/journalism-and-mass-communication/postgraduate-courses/part-time-dayevening/p09ppdtm-media-diversity-and-the-media>

Vertiefung der medienethischen Relevanz

Medienethisch ist kulturelle Vielfalt von Relevanz, weil sie den Journalist:innen aufträgt, diese abzubilden. Das gelingt noch nicht: Röben (2008; ähnlich auch Geißler et al. 2009) jedenfalls sieht eine große Diskrepanz zwischen dem Anteil von Migrant:innen in der Bevölkerung und in Redaktionen. Sie bemängelt, dass vor allem Migrantinnen, also eine Repräsentation von Ethnie plus Geschlecht, in Redaktionen wie auch in Medienprodukten kaum vorkommen. Eine medienethische Frage wäre nun, ob wirklich jede Kultur, jede Geschlechtsausprägung, jedes Milieu in einer Redaktion repräsentiert sein muss, um „lebensecht“ darüber berichten und seismographisch Tendenzen in diesen Bereichen aufspüren zu können. Kurz: „Bessere Präsentation durch bessere Repräsentation“ (Geißler et al. 2009, S. 80). Oder reicht es, vielfältige Akteur:innen zu Wort kommen zu lassen und sich selbst in der eigenen Funktion als Journalist:in zu hinterfragen: Welche Werte habe ich? Welche Normen befolge ich? Welche Rituale sind eingeübt? Wie gelingt mein reflektierter Blick auf den oder die Andere:n, ohne in eine stereotype Berichterstattung zu verfallen? – Aber das wiederum wäre ein anderer zu beschreibender Begriff auf dem Gebiet der Medienethik.

Literatur

- Bayer, Julia (2013): *Media Diversity in Deutschland. Kulturwissenschaftliche Perspektiven auf journalistische Praxis. Inaugural-Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades der Philosophie an der Ludwig-Maximilians-Universität München.* https://edoc.ub.uni-muenchen.de/16086/1/Bayer_Julia.pdf.
- BBC (2021): *Diversity & Inclusion Plan 2021-2023.* [bbc-diversity-and-inclusion-plan20-23.pdf](https://www.bbc.com/news/technology-56888888).
- Brislin, Tom/Williams, Nancy (1996): *Beyond Diversity: Expanding the Canon in Journalism Ethics.* In: *Journal of Mass Media Ethics*, 11. Jg., H. 1, S. 16-27. DOI: 10.1207/s15327728jmme1101_3.
- Deutsche Gesellschaft e.V. (2021): *Bildungsangebote. Exchange program for journalists 2021. Writing for Diversity – LGBTQ issues in Cross-Border journalism.* <http://deutsche-gesellschaft-ev.de/veranstaltungen/bildungsangebote/1382-writing-for-diversity.html>.
- Deutsche Welle (2021): *PerspektivWechsel – Diversität in der Medienberichterstattung. Terminankündigung vom 18.5.* <https://www.eventmanager-online.com/de/event/perspektiv-wechsel-diversitaet-in-der-medienberichterstattung>.
- Geißler, Rainer/Enders, Kristina/Reuter, Verena (2009): *Wenig ethnische Diversität in deutschen Zeitungsredaktionen.* In: Geißler, Rainer (Hg.): *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland.* Bd. 2, *Forschungsbefunde.* Bielefeld, S. 79-117.

- Hess, Kristy/Waller, Lisa (2010): *Teaching journalism students and regional reporters how to work with cultural diversity*. In: *Asia Pacific Media Educator*, H. 20, S. 137-151.
- Hofstede, Geert/Hofstede, Gert Jan/Minkov, Michael (2017): *Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management*. Nördlingen.
- Karppinen, Kari (2018): *Journalism, Pluralism, and Diversity*. In: Vos, Tim (Hg.): *Journalism. Reihe Handbooks of Communication Science*, Bd. 19. Berlin, S. 493-509.
- McQuail, Denis (2007): *Revisiting Diversity as a Media Policy Goal*. In: Meier, Werner A./Trappel, Josef (Hg.): *Power, Performance and Politics: Media Policy in Europe*. Baden-Baden, S. 41-58.
- Napoli, Philip M. (1999): *Deconstructing the diversity principle*. In: *Journal of Communication*, 49. Jg., H. 4, S. 7-34. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1999.tb02815.x.
- Röben, Bärbel (2008): *Migrantinnen in den Medien. Diversität in der journalistischen Produktion – am Beispiel Frankfurt/Main*. In: Wischermann Ulla/Thomas, Tanja (Hg.): *Medien – Diversität – Ungleichheit*. Wiesbaden, S. 141-159. DOI: 10.1007/978-3-531-90860-1_8.
- Ward, Stephen J. A. (2010): *Global Journalism Ethics*. Montreal.

Alle Internetquellen zuletzt aufgerufen am 11.10.2021.