



Gender Diversity

Fachverband für gender-kompetente Bildung und Beratung e.V.

Toolkit der Vielfalt *(Diversity Toolkit)*

**Handreichungen für Nachrichten- und Informationssendungen im
öffentlich-rechtlichen Fernsehen**

(übersetzt aus dem Englischen)

2008

Anmerkung zur deutschen Ausgabe:

Im Fachverband Gender Diversity (www.gender-diversity.de) schließen sich TrainerInnen, BeraterInnen und ExpertInnen für GenderDiversity zusammen, um ihre beruflichen, fachlichen und politischen Interessen gemeinsam zu vertreten und weiterzuentwickeln.

Der Berufsverband will mit der Herausgabe der deutschen Übersetzung des *Diversity Toolkits für Journalistinnen und Journalisten* einen Beitrag zu mehr Vielfalt in den deutschen Medien leisten.

Für den Inhalt des Toolkits ist der Fachverband nicht verantwortlich.

Für ihre Unterstützung zur Erstellung der deutschen Übersetzung geht ein besonderer Dank an die Gleichstellungsbeauftragten folgender Sendeanstalten:

- Deutsche Welle und Deutsche Welle TV
- Mitteldeutscher Rundfunk
- Norddeutscher Rundfunk, Landesfunkhaus Niedersachsen
- Rundfunk Berlin Brandesburg
- Saarländischer Rundfunk
- Südwestrundfunk
- Westdeutscher Rundfunk

sowie an die

- Adolf-Grimme-Akademie

Für die Koordination und Redaktion an:

- Pari Niemann und Angela Sonntag, NDR LFH Niedersachsen
- Sabine Fründt, Fachverband Gender-Diversity

Die deutsche Ausgabe des Toolkits enthält keine DVD!

Eine DVD in englischer Sprache bzw. mit englischem Untertitel ist im Original -Toolkit vorhanden. Das Original-Toolkit ist kostenlos zu bestellen bei:

Pierre Duret

duret@ebu.ch

Andreas Accardo

media@fra.europa.eu

Die Wahrheit herauszufinden ist für jede Journalistin und jeden Journalisten eine Herausforderung. Um den Informationsfluss in einem sich verändernden Europa der verschiedenen Kulturen und Minderheiten zu verstehen, ist es extrem wichtig, genügend über Hintergründe, Fakten und involvierte Meinungen zu wissen. Sonst wäre es unmöglich, die Situation angemessen zu analysieren. In einer Gesellschaft mit vielen Nationalitäten wird die Wahrheit einer Aussage von dem kulturellen Hintergrund des Menschen gefärbt, der sie trifft. Journalisten und Journalistinnen und Verleger und Verlegerinnen, die alles aus einer kulturellen Perspektive beurteilen, sind per definitionem voreingenommen. In solchen Fällen wird eine steigende Anzahl von Menschen, die diese Nachrichten hören und sehen, sie unglaubwürdig finden und sich auf der Suche nach Informationen anderen Quellen zuwenden. Um die zukünftige Unabhängigkeit der Medien sicherzustellen, ist es unerlässlich, ein Redaktionsteam zu bilden, dessen Beiträge verschiedene Sichtweisen auf Themen und Meinungen sicherstellen. Insbesondere bei Themen, die sich auf ethnische oder kulturelle Minderheiten beziehen.

Ich hoffe, dass dieses „Toolkit der Vielfalt“ zu diesem Prozess beitragen wird und dabei helfen kann, Medienprofis auf ihre eigenen Vorurteile aufmerksam zu machen. Und eine Diskussion über die Zuverlässigkeit der Informationen, auf die sie bauen, initiieren kann und, was vielleicht noch wichtiger ist, über die Auswirkungen der Bilder, die gezeigt werden. Die Arbeit mit diesem Toolkit soll zu mehr Vielfalt in den Redaktionen und auf den Bildschirmen führen. Er wird auch den Prozess anregen, neue Wege des Geschichtenerzählens und neue LeserInnenkreise zu finden.

Aus meiner Sicht ist Vielfalt etwas zwischen den Ohren. Sie hat damit zu tun, aufgeschlossen gegenüber der Meinung Anderer zu sein und den eigenen Hintergrund zu berücksichtigen. Dies ist ein andauernder Prozess, der die Kreativität in der journalistischen Arbeit und in der Programmgestaltung erweitert. Natürlich wird dies die Aufgabe komplizierter machen. Sie führt aber auch zur Vertiefung und damit zu einer erweiterten Perspektive. Aber die Wahrheit, die ganze Wahrheit und nichts als die Wahrheit, wird wohl nie gefunden werden.

(Frans Jennekens, Vorsitzender der Eurovision Intercultural und Diversity

Einleitung 6

Teil Eins:

Fragen rund um die Darstellung von Minderheiten 9

1. Ausgewogene Darstellung 10
2. Fakten überprüfen 16
3. Wen sehen wir? 23
4. Wer wählt die Geschichten aus? 29
5. Weiterdenken 35
6. Sagen wie es ist 39
7. Checkliste der Vielfalt 43

Teil Zwei:

Nützliche Instrumente 45

8. In der Nachrichtenredaktion 46
9. Am Arbeitsplatz 54
10. Fortschritte messen 51
11. Vielfalt organisieren 65
12. Anhänge 77

”Vorkommnisse, wie die Unruhen in den französischen Vorstädten, die dänische Cartoon-Serie und terroristische Akte in verschiedenen europäischen Städten, sind klare Warnsignale, die uns zeigen, dass Integration, gleiche Rechte und ein friedvoller Dialog zwischen Kulturen nicht automatisch passieren. Die Medien und vor allem die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten haben einen sehr wichtigen Beitrag zu leisten.”

(Fritz Pleitgen, WDR-Intendant und EBU-Präsident (November 2006))

”Wir haben gesehen wie entscheidend kulturelle Intelligenz ist. Es ist keine Frage der Cleverness. Man muss sich über die verschiedenen Arten der Kommunikation und der verschiedenen Kulturen bewusst sein und in der Lage sein diese beiden zu kombinieren.”

(Manager eines Medien-Trainingsprojekts in Helsinki)

”Die Nachrichtensender müssen sich Gedanken über die Gemeinschaften machen, die sie bedienen, das ist der einzige Weg um Vertrauen aufzubauen... eine vielfältige Belegschaft macht, wirtschaftlich gesehen, Sinn.”

(Sir Trevor McDonald, einer der ersten schwarzen Journalisten, der eine Spätnachrichtensendung im britischen Fernsehen moderierte.)

”Wir dürfen niemals davon ausgehen, dass wir uns völlig darüber im Klaren sind, was wir mit anderen kommunizieren.”

(Edward T. Hall, einer der Wegbereiter der Cultural Studies)

Einleitung

Warum ein Toolkit der Vielfalt?

Als öffentlich-rechtliche Sendeanstalten haben wir den Auftrag, die kulturelle Vielfalt im Dienste der gesamten Bevölkerung zu fördern und die kulturelle, ethnische und sprachliche Vielfalt der Gesellschaft sorgfältig wiederzugeben, sowohl inhaltlich als auch personell.

Allerdings zeigt die Erfahrung, dass Programminhalte zu oft Stereotype verstärken und Missverständnisse über Minderheiten wiederholen. Als Programmverantwortliche müssen wir ein Bewusstsein in allen Bereichen der Gesellschaft schaffen für die Auswirkungen von unbewussten Denkweisen und mangelnder Information. Wir hoffen, dass konkrete Beispiele neuer Programme in diesen Handreichungen Journalisten und Journalistinnen dabei helfen können, zu erforschen, wie Kommunikation funktioniert und wie unsere Kommunikation ZuschauerInnen beeinflussen kann.

Viele Sendeanstalten haben über die letzten 20 Jahre Leitbilder veröffentlicht und Regeln sowie Arbeitskreise für Vielfalt initiiert. Es gibt eine Fülle von Publikationen und Internetseiten für und von professionellen Menschen in den Medien, die spezialisiert sind, Programme machen oder Führungspositionen inne haben, die den Weg ebnen zu einer faireren Darstellung von Minderheiten in Nachrichten und im Zeitgeschehen oder auch allgemein im Fernsehen oder am Arbeitsplatz.

Die Schwierigkeit jedoch besteht in der Umsetzung dieser mutigen Worte. Wir hoffen, dass dieses Toolkit dabei helfen wird.

Wie es dazu kam

Über die letzten 10 Jahre haben sich eine Reihe von SpezialistInnen der europäischen öffentlich-rechtlich Anstalten für kulturelle und ethnische Minderheiten regelmäßig unter der Schirmherrschaft der Gruppe für Interkulturalität und Vielfalt der Europäischen Rundfunk Union - EBU Intercultural & Diversity Group (IDG) - getroffen, Erfahrungen ausgetauscht und Programme mitproduziert.

Als 2006 eine Medien- Mainstreaming- Plattform aufgebaut wurde, um die besten Maßnahmen des EQUAL -Projekts zu etablieren, wurde die Möglichkeit, die IDG-Erfahrungen mit einer breiteren Gruppe von Fernsehfachleuten zu teilen, greifbar. So wurde das „Toolkit der Vielfalt“ entwickelt durch vier Seminare des Schwedischen Rats des ESF und finanziert vom Europäischen Sozialfond und der EBU. (Siehe Anhang 4 für Arbeitsgruppenmitglieder und andere Mitwirkende.)

Dieses Toolkit sammelt einige dieser gemeinsamen Erfahrungen und hilft, die Darstellung von Minderheiten zu verbessern, indem es zum ersten Mal Elemente praktischer Information und nützlicher Ratschläge gleichsam liefert, die genutzt, angewendet und nachgeahmt werden können.

Was verstehen wir unter Vielfalt?

Das Toolkit bezieht sich auf die Präsentation von ethnischen und kulturellen Minderheiten und besonders auf deren Darstellung in den Nachrichten und der aktuellen Berichterstattung im Fernsehen.

Da sich die Strategien zur Bekämpfung von Diskriminierung ähneln, können einige der beschriebenen Methoden genauso gut bei Diskriminierungen in anderen Bereichen angewendet werden, z.B. wenn es um sexuelle Orientierung, Geschlecht, Alter oder Behinderung geht.

Für wen ist es bestimmt?

Dieses Toolkit richtet sich in erster Linie an Fernseh/Radio-Journalisten und -Journalistinnen, in der Aus- und Fortbildung tätige Menschen sowie Studentinnen und Studenten der Journalistik.

Es enthält auch Informationen, die hilfreich für ProduzentenInnen und Programm-macherInnen sein können, sowie für Fachleute im Personalwesen und Führungskräfte in den Sendeanstalten.

Diese Hinweise wurden von einer Reihe europäischer Sendeanstalten aufgestellt, beziehen sich also auf Länder, in denen der Hauptanteil der Bevölkerung weiß und christlich ist, wobei der Inhalt genauso auch auf andere EBU- Mitglieder zutrifft, egal ob sie weiter im Süden oder im Osten liegen. Da dieses Toolkit ursprünglich in Englisch geschrieben wurde, sind alle Internetseiten, auf die es sich bezieht, ebenfalls in Englisch.

Wie kann das Toolkit benutzt werden

Der erste Teil besteht aus einer Auswahl neuer Beiträge. Sie sind Themen zugeordnet, die JournalistInnen in ihrer Arbeit begegnen, und sollten am besten im Kollegium angeschaut und besprochen werden.

Der zweite Teil ermöglicht einen Überblick darüber, was andere Rundfunkanstalten machen. Er enthält eine Auswahl von Internetseiten, deren Erkundung sich lohnt, von Aktivitäten, die Ihnen bei der täglichen Arbeit helfen können, sowie von Meinungen und Beispiele, die übernommen und diskutiert werden können.

Die Nachrichtenclips

Die ersten Kapitel dieses Toolkits beziehen sich auf die Themen, die deckungsgleich mit dem Filmmaterial auf der beiliegenden DVD sind: Auszüge aus Nachrichten und dem aktuellen Geschehen, abgerundet durch zusätzliche Beiträge, die keine Nachrichten sind, aber Sie interessieren, überraschen und amüsieren könnten.

Die Clips sind lose unterteilt, um verschiedene Schwierigkeiten bezüglich der Berichterstattung der Nachrichten über Minderheiten zu illustrieren. Nicht allen kann eine gute oder schlechte Vorgehensweise bescheinigt werden. Viele enthalten gute und schlechte Elemente oder sind Beispiele für die Dilemmata, in denen einige JournalistInnen bei ihrer Berichterstattung stecken. Es gibt Berichte, die eventuell leiden-

schaftliche Diskussionen in den Redaktionen ausgelöst haben, oder solches, die erst gar nicht diskutiert wurden, aber, zur Überraschung aller, heftige Reaktionen bei ZuschauerInnen ausgelöst haben.

Die Nachrichtenausschnitte wurden von TV- Fachleuten, die in verschiedenen europäischen Ländern arbeiten, ausgewählt und vorgeschlagen - von Finnland bis Spanien, von Großbritannien bis Kroatien. Natürlich können Ihre Reaktionen auf diese Beiträge ganz anders sein als die Reaktionen in der Arbeitsgruppe, die sich in den anschließenden Kommentaren und Fragen widerspiegeln. Interessant ist aber, dass wir, obwohl die Meinungen in der Arbeitsgruppe sehr ähnlich waren, von den ProgrammacherInnen gegensätzliche Ansichten bekommen haben, sowohl von denen aus der Minderheitengruppen als auch von denen, die der Mehrheitsgesellschaft angehörten.

Unser Dank geht im Speziellen an die Sender, die negative Beispiele geliefert haben, da wir daraus besonders viel lernen können.

Anstöße (Futter) zum Nachdenken

Für jeden Nachrichtenbeitrag wird es eine kurze Einleitung geben, in der der nationale Kontext und der Hintergrund wiedergegeben sind, gefolgt von einer Reihe von Anmerkungen und Fragen, mit denen Sie als Journalist und Journalistin in ihrer alltäglichen Arbeit konfrontiert werden könnten:

- Welchen Einfluss haben Ihr persönliches Denksystem und ihre Vermutungen auf Ihre Berichterstattung?
- Welche professionellen Vorgaben sollten Sie einhalten?
- Welche Auswirkung wird der Bericht auf das Publikum und die Gesellschaft haben und wo fängt Ihre Verantwortung an und wo hört sie auf?

Die Nachrichten - Ausschnitte aus Belgien, Kroatien, Finnland, Frankreich, Deutschland, Großbritannien, Ungarn, Irland, den Niederlanden, der Slowakei, Spanien und Schweden, handeln von einer ganzen Bandbreite von Situationen über: Nationale Minderheiten, zweite oder dritte Einwanderergenerationen, WirtschaftsmigrantInnen, Asylsuchende, ImmigrantInnen in Ländern, die bis vor kurzem ihre Bevölkerung exportiert haben, und KriegsgebietsrückkehrerInnen. Behalten Sie bitte im Hinterkopf, dass diese Beiträge von Mitgliedern der redaktionellen Gruppe, die an diesem Toolkit arbeitet, ausgesucht wurden. Sie bestehen nicht darauf, ein allumfassendes Bild davon zugeben, wie ihre Informationsprogramme mit Vielfalt umgehen. Es handelt sich hier um die Auswahl einer Gruppe, die sich durch die Darstellung von Minderheiten in den Medien provoziert fühlte.

Hilfreiche Werkzeuge

Wenn Sie diesen Nachrichtenbeiträgen folgen, werden Sie einige Beispiele von positiven Praktiken und brauchbaren Informationen von JournalistInnen, DiversitymanagerInnen und anderen Medienfachleuten finden, die überall in Europa arbeiten und manchmal sogar darüber hinaus. All dies soll helfen, die Empfehlungen umzusetzen, die aus unseren Seminaren, Nachforschungen und vereinten Erfahrungen entstanden sind.

Teil Eins

Fragen rund um die Darstellung von Minderheitengruppen

In den folgenden Abschnitten finden Sie Informationen zu den Nachrichtenbeiträgen der beiliegenden DVD (nur in Englisch erhältlich).

Zu jedem Nachrichtenbeitrag finden Sie einige Informationen zum Sender und dem nationalen Zusammenhang oder Hintergrund des jeweiligen Themas bzw. dem behandelten Gegenstand.

Danach haben wir eine Reihe von Fragen aufgelistet, um zum Nachdenken und zur Diskussion anzuregen. Sie sind entlang der drei Hauptthemen aufgeteilt, mit denen Journalisten und Journalistinnen in ihrer Berufspraxis zu tun haben wie z. B. persönliche Denkweise, berufliche Fähigkeiten und Maßstäbe und Verantwortung gegenüber den ZuschauerInnen. Wählen Sie die Fragen bezüglich der Themen aus, die Sie diskutieren möchten.

1. Ausgewogene Darstellung

Geschichten in Nachrichten konzentrieren sich oft auf negative Themen in Zusammenhang mit Migration und Minderheiten. Nur manchmal wird durch positive Geschichten über sozialen oder ökonomischen Erfolg ausgeglichen. Minderheiten werden all zu oft wie Themen, nicht wie Menschen dargestellt und selbst wenn das der Fall ist, werden sie kaum als KonsumentInnen, ArbeitgeberInnen, ArbeitnehmerInnen, Eltern, Studierende oder ZuschauerInnen gezeigt.

Also stellt sich die grundsätzliche Frage, ob unsere Sender die „ganze“ Gesellschaft widerspiegeln.

Wir müssen uns fragen, ob wir uns mit ethnischen und kulturellen Minderheiten so darstellen wollen, als handele es sich um Auslandsnachrichten. Sind 'sie' ein Teil von 'uns' oder sind sie 'Andere'?

In unserer Berichterstattung über die Gesellschaft werden Stereotype stichwortartig dargestellt, um Informationen schnell an ein großes Publikum zu übermitteln, und um ihm ein gemeinsames Verständnis über eine Gruppe von Menschen zu vermitteln. Dadurch wird aber die Vielfalt der Mitglieder der jeweiligen Gruppe unterschlagen, die Gruppe wird zu einer einzigen simplen Gattung. Man muss sich darüber bewusst sein, wie diese Stereotype bei den ZuschauerInnen ankommen und wie sie sie aufnehmen und, wenn sie wiederholt in den Nachrichten gezeigt werden, schnell zur vermeintlichen Realität werden können.

Gedanken für JournalistInnen:

Ist es möglich objektiv zu bleiben? Sind Sie sich über Ihre Vermutungen im Klaren?

Ist es möglich versteckte Nachrichten zu vermeiden?

Sind Sie sich der Macht bestimmter emotionaler Worte bewusst?

In welchem Ausmaß benutzen Sie Musik und Geräusche, um einen bestimmten Eindruck beim Publikum zu hinterlassen?

Je knapper der Beitrag ist, desto genauer muss man sein. Beraten Sie sich mit ihrem Kollegen oder ihrer Kollegin? Sollten Sie nicht die kurzen Beiträge vielleicht denen überlassen, die am meisten Berufserfahrung haben?

Halten Sie etwas inne, um herauszufinden, ob ihre Geschichte Stereotype enthält?

Sind Sie sich der beruflichen Verantwortung für die Auswirkungen ihres Berichtes bewusst, nicht nur in Bezug auf die Zuschauerschaft sondern auch auf das Leben der portraitierten Personen?

Diskutieren Sie Punkt 1.1 und 1.2, beide von YLE und Punkt 1.3 und 1.4 beide von VRT in ihrer Beziehung zueinander. Bereits dieser Vergleich wird einige Einblicke in die Prozesse und die Auswahlmöglichkeiten geben.

Die Nachrichtenclips

Zwei Beiträge eines Nachrichtensenders in Finnland: Ein Bericht der wichtigsten finnischen Abendnachrichtensendung auf YLE, dem nationalen öffentlich-rechtlichen Sender, der von der Mehrheit der ZuschauerInnen gesehen wird, und ein anderer über die gleichen Vorkommnisse auf YLE/FST, den von der schwedischen Minderheit konsumierten TV-Nachrichten, die von einem kleinen Teil der Bevölkerung verfolgt werden.

1.1 Somali Story

Die YLE TV-Nachrichten, täglich von 20:30 bis 20:45, gesendet am 14.09.2009 (2')

Nur knapp zwei Prozent der finnischen Bevölkerung sind MigrantInnen oder gehören einer ethnischen Minderheit an. Das ist einer der niedrigsten Migrationsanteile in Europa. Die meisten stammen aus Russland (20,8%), Estland (14,5%) und Schweden (6,8%), die sich schon seit 90er Jahren hier aufhalten. Dagegen steigt die Anzahl der Zugewanderten aus dem Ausland seit 2000 stetig. Viele Kinder aus Somalia kamen mit ihren Eltern, viele wurden seitdem in Finnland geboren, und so gibt es einen beträchtlichen Anteil an finnische Bevölkerung mit somalischen Wurzeln.

Der Bericht handelt von der überproportionalen Beteiligung junger Leute mit Migrationshintergrund – hauptsächlich Menschen aus Somalia – die in Raubüberfälle in der Umgebung des Bahnhofs in Helsinki involviert sind. Der Bericht zeigt zwei Interviews, eines mit einem Polizisten und eines mit einem Wissenschaftler.

Dieser Bericht wurde in den Abendhauptnachrichten gezeigt.

1. Ausgewogene Darstellung

Der Beitrag handelt wohl von Jugendkriminalität, sehen wir etwas davon? In der Einspielung ist von 'Wellen von Immigranten' die Rede: Was halten Sie von dieser Wortwahl? Auch, wenn die Kommentare der Interviewpartner begründet sind und der Ton in dem Abschnitt nüchtern ist. Sind die dargestellten Themen in Zusammenhang gebracht und dem ZuschauerInnen adäquat erklärt worden? Sind alternative Theorien angesprochen worden? Es werden weder Verbrechenstatistiken noch Resultate von Untersuchungen genannt, sondern die Verbrechen werden direkt mit Immigration und (mangelnder) Integration in Verbindung gebracht. Dennoch wurden keine Angehörigen von Minderheiten interviewt. Wie hätten Sie dies anders gemacht?

Was ist der erste Eindruck, den die ZuschauerInnen haben werden? Wie wird dies übermittelt? Denken Sie, dass die ZuschauerInnen mehr auf die Worte oder auf die Musik achten werden? Was ist der Effekt dieser bedrohlich klingenden Musik, die ständig wiederholt wird, wenn ein Polizeiauto in den Park hineinfährt? Welches Gefühl wird letztendlich beim Zuschauen dieses Beitrages hervorgerufen?

1.2 Ein Somalischer Sozialarbeiter über die Jugendlichen

YLE FST OBS (aktuelle Nachrichten) dienstags von 18:35 bis 19:00, gesendet am 07.10.2005 (5'37")

Einer der Kanäle der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt in Finnland sendet auf Schwedisch und stellt ein Programm für die schwedische Minderheit bereit. Es handelt sich um dieselbe Geschichte wie zuvor in dem Beispiel aus den YLE-Abendnachrichten, allerdings viel ausgewogener, informativer berichtet und die Zusammenhänge werden besser erklärt.

Bezeichnenderweise enthält die Darstellung ein längeres Interview mit einem Sozialarbeiter somalischer Abstammung, der auf Finnisch über die Sorgen der somalischen Gemeinschaft spricht und die Gründe für das unsoziale Verhalten der Jugendlichen anspricht.

Dieser zweite Bericht über eine vergleichbare Situation in Helsinki scheint die Lage ausgewogener darzustellen.

Wie gut sind Ihrer Meinung nach die beiden Geschichten miteinander verflochten? Ergänzen sie sich um wichtige Informationen? Wieder werden keine Statistiken zu Straftaten, Analphabetismus in der somalischen Gemeinde, oder zur Kriminalität im Allgemeinen angeführt.

In Gegensatz zum ersten Beitrag werden in diesem Bericht Bilder von Gruppen Jugendlicher, die an einer Haltestelle rumhängen, gezeigt. Wie würden Sie diese beschreiben?

Welche Rolle spielt es, dass ein somalischer Experte anstelle eines weißen 'Experten' in fließendem Finnisch über seine Gemeinde redet? Inwiefern wirkt dies Klischees entgegen? In dem Abschnitt über das Theaterstück, sprach die weiße Theaterdirektorin zu keiner der somalischen Frauen. Wie ist das Verhältnis der auf Somalisch und auf Finnisch Interviewten zueinander?

Die Situation wird in einem breiteren Kontext dargestellt, was deutlich macht, dass es sich um eine kleine Minderheit von Leuten handelt, die für das Problem verantwortlich sind. Aber wird wirklich klar dargestellt, ob die Delikte nur von jungen Somaliern begangen wurden oder ob andere Personen auch involviert waren?

1. Ausgewogene Darstellung

Was wird das Publikum von diesen Bildern im Gedächtnis behalten? Trägt der Journalist Verantwortung dafür? Denken Sie, dass die Miteinbeziehung eines somalischen Fachmannes der Öffentlichkeit einen ausgewogenen Einblick in das Problem geben kann?

Hier sind zwei weitere Geschichten über ähnliche Situationen, in denen es um Unsicherheit und Kriminalität in einer Hauptstadt geht. Diesmal in Brüssel.

1.3 Zwei Banken wurden in Brüssel am selben Tag ausgeraubt

Das tägliche VRT- Nachrichtenprogramm auf VRT 'Eins', um 19:00, gesendet am 11.04.2006 (1'46'')

In den 40er Jahren begannen Immigranten aus Italien in belgischen Kohleminen zu arbeiten, später zogen auch Arbeitskräfte aus der Türkei und Marokko, Spanien, Portugal und Griechenland nach. In der Region um die Hauptstadt Brüssel gibt es auch eine große Gruppe aus dem Kongo (DRC), einer früheren belgischen Kolonie. Zurzeit gibt es über 14% ausländische oder eingebürgerte MigrantInnen, von denen die größte (nicht - EU) Gruppe aus Marokko stammt. In den 90er Jahren kamen viele Menschen aus Osteuropa nach Belgien, vorwiegend aus dem ehemaligen Jugoslawien und Polen, aber auch aus Tschetschenien und Armenien.

Seit Beginn des Jahres hat die örtliche Polizei bereits 201 bewaffnete Raubüberfälle in Brüssel gezählt. Die Theorie, die in dem Bericht wiedergegeben wird ist, dass „die Verbrecher Unterschichtjugendliche aus der dritten Generation der Einwanderungsgruppen sind, die ihre ersten Schritte in Richtung Kriminalität mithilfe der im Fernsehen gesehenen Gewalt unternehmen“.

In diesem Beitrag aus Belgien wird die Geschichte aus verschiedenen Perspektiven und von einer Reihe von Personen erzählt: Polizei und Opfer erzählen uns, was während der Überfälle geschehen ist; welches die Umstände waren und welche Art Läden oder Geschäfte beraubt wurden.

Wie ist Ihre Meinung über die Art und Weise, wie die Bilder die Geschichten/die Themen darstellen? Geschieht dies in einer fairen, ausgewogenen und sorgfältigen Art? Welche Rolle hat der Reporter, wenn Experten Statements abgeben, die nicht durch Statistiken untermauert werden? Der Experte der Staatsanwaltschaft legt die Theorie über die Täter als „Jugendliche der dritten Generation aus unterprivilegierten sozialen Schichten“ dar. Sind sie für ALL die Kriminalität auf der Straße verantwortlich? Wo sind die Statistiken, die diese Aussage unterstützen?

Trägt der Reporter Verantwortung für die Suche nach und die Darstellung von Fakten und Zusammenhängen? Ist er sich der Bedeutung sozialer Mängel als Ursache des Problems und nicht der Zugehörigkeit zu einer Ethnie? Ist es wirklich zweckmäßig die Aussage 'Keine Waffen, aber es könnten welche gebraucht werden' mit einzubeziehen? Die Kamera zoomt –ziemlich verschwommen – auf eine Gruppe Jugendlicher mit möglicherweise arabischem Hintergrund, in einer normalen Straße in Brüssel. Wollen die Reporter, die diesen Beitrag gemacht haben, damit nahe legen, dass die Täter meistens einer ethnischen Minderheit angehören?

1. Ausgewogene Darstellung

Ist es gut, dass die Herkunft der Jugendlichen aus der ethnischen Minderheit nicht erwähnt wird? Warum werden sie gezeigt, aber es wird nicht darüber gesprochen? Würden Bilder diese 'guten Absichten' zerstören? Oder zeigen sie das, was der Hauptkommissar der Brüsseler Polizei vermeiden will zu sagen, was aber jeder doch denkt?

Was wird das Publikum von diesem Bericht im Gedächtnis behalten? Ist die unterschwellige Nachricht des Berichts, dass junge 'Immigranten' aus der Unterschicht (speziell schwarze oder braune) kriminell sind?

1.4 25 Prozent der Brüsseler Bevölkerung fühlen sich in öffentlichen Verkehrsmitteln unsicher

VRT-Hauptnachrichtenprogramm auf VRT Eins täglich 19:00, gesendet am 11.04.2006 (1'46'')

Dieser Bericht behandelt ein durchaus ernstes Problem in der Brüsseler U-Bahn: Menschen, die in Brüssel arbeiten oder leben, fühlen sich unsicher. Ein Grund, der erwähnt wird, ist, dass Gruppen von Teenagern und jungen Männern in den U-Bahnen rumhängen und Lärm verursachen oder provozieren.

Warum ist das eine Nachricht? Wenn das Thema wirklich Nachrichtenwert hat, muss darüber berichtet werden. Wenn wissenschaftliche Untersuchungen erweisen, dass aus Sicht der Bevölkerung Gruppen von Jugendlichen verantwortlich sind für diese unsichere und unerfreuliche Atmosphäre (was in dem Bericht der Fall ist), dann muss darüber berichtet werden. Allerdings hat keiner der Interviewten Statistiken, Fakten oder Zahlen erwähnt. In keiner Weise wird das Eingangsstatement erhärtet.

Warum wird diese Gruppe von Einwandererjugendlichen am Anfang des Berichts gezeigt? Was bedeutet das für die Herangehensweise an die Story? Wird dies von den Menschen, die anschließend interviewt werden, unterstützt?

Sind Sie sich bewusst, welchen Einfluss Sie auf den Ablauf der Ereignisse haben? Könnte dieses Bild des schreienden, fluchenden Jugendlichen Ergebnis einer Art von 'provozierender' Anwesenheit der Journalisten oder der Kamera sein? Warum nimmt man nicht stattdessen in den Abendstunden eine versteckte Kamera mit in die Metro?

Warum werden keine Jugendlichen in der U-Bahn interviewt, sondern nur Erwachsene?

Ist es richtig, Menschen im Fernsehen Raum zu geben, realistisch und ehrlich auszudrücken und zu artikulieren, welche wirklichen Ängste sie haben, obwohl dies von einer großen Masse von Menschen gesehen wird und manche dieser Aussagen unbegründet, voreingenommen, vorurteilsbehaftet, nicht logisch oder gar rassistisch sind? Ist es Ihre professionelle Pflicht, unbegründete Ängste/Annahmen zu hinterfragen und ihnen entgegenzutreten, um einen realistischen Zugang zu den Themen und der Geschichte herzustellen?

Werden Jugendlichen durch einen solchen Bericht stigmatisiert?

1.5 Sozialarbeiter in La Villeneuve (vierter von fünf Berichten)

France 3, wöchentliche regionale Nachrichtensendung Sendezeit 18.40, gesendet am 01.12.2005 (6')

In Grenoble, einer Stadt im Südosten Frankreichs am Fuße der Alpen, gibt es Vorstädte mit Sozialwohnungsblöcken. Im Viertel La Villeneuve hat es seit den 70er Jahren Verbesserungen gegeben, die 11.000 Einwohner aus unterschiedlichen sozialen Schichten und vierzig verschiedenen Nationen verfügen nun über zentral gelegene Grünflächen, Fußgängerbereiche und einen täglichen Markt. Die Hälfte der Wohnungen in Villeneuve sind Sozialwohnungen und über 30 % der Bevölkerung sind jung, im Vergleich zu nur 20 % in ganz Grenoble.

Im November 2005 wurde Frankreich durch nächtliche Unruhen in den Vierteln mit Sozialwohnungen der Armen und brennenden Fahrzeugen und öffentlichen Gebäuden in den Pariser Vorstädten und anderen Teilen des Landes aufgeschreckt. Für drei Monate wurde der Ausnahmezustand ausgerufen. Dieser Bericht zeigt eine andere Seite der Vorstädte. Wir verfolgen einen jungen Mann, der in La Villeneuve aufgewachsen ist und jetzt dort als Sozialarbeiter tätig ist. Er arbeitet im örtlichen Kulturzentrum für Jugendliche. Er spricht über deren Wünsche und Schwierigkeiten, die oft mit ihrem Migrationshintergrund zusammenhängen.

Was für eine Geschichte erwarten Sie am Beginn des Berichts? Nach dem Schwenk auf die Berge: Können Sie raten, wo die Geschichte spielt? Werden wir durch Musik und Tanz gewahr, wo wir sind? Ist das ein Klischee oder glauben Sie, dass dies wichtig für die Geschichte ist?

Wird die ausländische Herkunft des Protagonisten betont? Was erfahren wir von ihm über seine Jugend in Villeneuve? In welchem Verhältnis steht dies zu anderen Berichten, die über solche Viertel gezeigt werden? Glauben Sie, dass hier versucht werden soll, ein Gegengewicht gegen Berichte über Gewalt in anderen Vorstädten zu schaffen?

Welche Botschaft hat der Bericht? In Berichten über Minderheiten, wie differenzieren Sie zwischen „positiv sein“ und „politisch korrekt“ sein? Wo würden sie diesen Bericht einordnen? Glauben Sie, dass sich kulturelle Unterschiede auf die Art und Weise, wie verschiedene Zuschauergruppen darauf reagieren, auswirken?

2. Fakten überprüfen

Ziel des öffentlich-rechtlichen Journalismus ist es, Nachrichten ausgewogen zu präsentieren. Allerdings wird jeder Reporter und jede Reporterin von kulturellen Annahmen und Vorurteilen beeinflusst, ist sich darüber aber oft nicht im Klaren.

Überprüfen und Abgleichen ist erforderlich um sicherzustellen, dass in einem Bericht notwendige Hintergrundinformationen enthalten sind. Darin enthaltene Meinungen, sollten mit den Fakten abgeglichen werden. Die Relevanz der Benennung ethnischer oder religiöser Identität sollte bei der Berichterstattung über Kriminalität oder Unfälle eine wichtige Rolle spielen sein.

Zeitdruck ist keine Rechtfertigung, um hierbei nicht genauso sorgfältig bei den Recherchen vorzugehen wie bei jeder anderen Story. Das Wissen und die richtige Terminologie über Migration und Minderheiten sollten für JournalistInnen genauso wichtig sein, wie die Kenntnis über die Gesetze.

Wir müssen auch beachten, dass das Ungesagte, eine genau so starke Botschaft vermitteln kann wie das Gesagte, und wir müssen die Macht der Bilder richtig einschätzen.

Gedanken für JournalistInnen

Fakten sind wichtig für die Qualität des Journalismus. Wie stark schenken Sie den Informationen Ihrer KollegInnen Glauben (in Printmedien, Presseagenturen, im Internet)?

Wie viel Zeit sollten Sie darauf verwenden, die Fakten zu überprüfen? In welchem Umfang kann man Fakten berichten, die nicht ausreichend geprüft wurden? Wenn Sie Fakten und Zahlen verwenden, müssen Sie sich bewusst sein, was sie aussagen und wie sie benutzt werden können.

Wie können Sie sicher gehen, dass Personen, die interviewt werden, repräsentativ sind? Wählen Sie sie aus, weil sie relevant für den Bericht sind oder weil sie die Aufmerksamkeit der Zuschauerschaft auf sich ziehen?

Neugier und Mutmaßung sind wichtige Merkmale für eine/n Journalistin/-en. Also, fordern Sie sich selbst, um neue Quellen zu finden und hinterfragen Sie die herrschende Meinung.

Als Journalist oder Journalistin müssen Sie etwas Neues in den Bericht einbringen, Sie müssen die Geschichte weiterentwickeln.

Das Publikum weiß mehr als Sie. Seien Sie bescheiden, sorgfältig und sich dessen bewusst, dass ExpertInnen im Publikum sitzen.

Die Nachrichten-Clips

2.1 Misbah Rana

BBC 2 Newsnight, Nachrichten und Aktuelles, 22:30 Wochentags, gesendet am: 01.09.2006(4'55")

Nach dem 2. Weltkrieg stieg die Einwanderung nach Großbritannien massiv an, da England Arbeitskräfte brauchte und britische Bürger des Empires und des Commonwealth ermutigt wurden, sich in England niederzulassen. In den Jahren nach dem Fall des eisernen Vorhangs gab es eine neue Zuwanderung: Einige flohen aufgrund politischer Verfolgung, andere suchten ein besseres Leben in Westeuropa. Gegenwärtig machen ethnische Minderheiten 10% der Bevölkerung aus, von denen 80% unter 25 Jahre sind.

2006 brachte jedes Nachrichtenmedium in Großbritannien eine Geschichte über ein Mädchen aus Schottland, das mit seinem Vater nach Pakistan ging, um dort zu leben. Anfänglich schien alles klar zu sein: Ein Schulmädchen wurde von seinem Vater entführt. Befürchtungen kamen auf, das Mädchen solle zwangsverheiratet werden. 24 Stunden später war die Geschichte offenbar eine andere: Das Mädchen hatte sich dazu entschieden, mit seinem Vater und unter seinem muslimischen Namen zu leben.

2. Fakten überprüfen

Der Misbah/Molly Campbell - Bericht ist ein sehr gutes Beispiel, wie die Medien eigene Vermutungen und Vorurteile in eine Story einfließen lassen und die Art und Weise, wie eine Geschichte interpretiert und präsentiert wird, beeinflussen. Dieser detaillierte und informative Beitrag illustriert nicht nur die Thematik, sondern lehrt uns mehr über die Medien und ihre Komplexität, ihre Widersprüche und den 'institutionellen Rassismus', als über die Subjekte der Geschichte selbst.

Dieses Beispiel deutet darauf hin, dass angeblich gut ausgebildete und erfahrene NachrichtenreporterInnen und RedakteurInnen nicht immun dagegen sind, grundlegende Fehler zu begehen, indem sie es zulassen, dass durch ihre eigenen kulturellen Prämissen das verzerrt wird, was eigentlich objektiv, ausgewogen und auf Fakten beruhend dargestellt werden sollte.

Der BBC Newsnight- Bericht sprach einige dieser Fragen sehr gut an. Aber hat die BBC zugegeben, dass sie die Geschichte falsch dargestellt hatte? Beruhte die Berichterstattung auf Fakten oder auf Hörensagen, das mit den Mutmaßungen der Reporterin oder des Reporters über den Islam und muslimische Bräuche übereinstimmte? Welcher Namen wurde für das Mädchen benutzt? Ist dies der Name, mit dem es eigentlich angesprochen werden will? Wie war sein wirklicher Name und warum wurde er geändert?

Wie wird dadurch die Darstellung und der Eindruck einer bestimmten Gruppe geprägt? Welche Stereotype werden verstärkt?

2.2 Hepatitis in Roma-Dörfern

MTV, regionale Nachrichten für Südwest-Ungarn, zweimal täglich, 10 Minuten am Tag um 6:00 und 16:30, gesendet am 22.08.2007 (1'40'')

In Ungarn leben 10% Minderheiten, von denen 8% Roma sind, die sich über die letzten Hundert Jahre in den meisten Gegenden Ungarns niedergelassen haben. Während des Sommers 2006 brachten die Fernsehsender Berichte über eine Hepatitis A - Epidemie in einem Roma-Dorf im Südwesten Ungarns. Die Geschichte blieb für mehrere Wochen in den Nachrichten und wurde grundsätzlich immer in gleicher Art und Weise wiedergegeben.

Aus einem Bericht der Weltbank von 2000 geht hervor, dass 57% der Roma in Ungarn unterhalb der Armutsgrenze leben. Zugleich leben nur 5,7% der Gesamtbevölkerung unter ähnlichen Umständen. Heute leben schätzungsweise 60% der Roma in Dörfern und 40% von ihnen in kleinen Siedlungen mit einer Bevölkerung von weniger als 2000 Menschen. Landesweite Statistiken geben an, dass dies 36% von insgesamt 17% der in kleineren Siedlungen wohnhaften Gesamtbevölkerung sind. In Ungarn leben 57% der Roma in unterentwickelten Landkreisen.

Was ist die unterschwellige Vermutung in diesem Fall: Ist es die mangelnde Hygiene der Roma- Dorfbevölkerung, die den Hepatitisausbruch verursacht hat?

Was fehlt bei den angegebenen Informationen? Die Expertin spricht über Fäkalien als Ursache der Ausbreitung des Virus. Werden irgendwelche Informationen über die sanitären Bedingungen des Dorfes gegeben und wie sie im Vergleich zu nicht Roma-Dörfern sind? Woher beziehen sie ihr Wasser, ist es sauber?

2. Fakten überprüfen

Die Dorfbevölkerung wurde interviewt und hatte die Möglichkeit ihre Sicht der Dinge wiederzugeben. Wird es klar, dass etwas gegen die Epidemie unternommen wird?

Wie wirken die Bilder vom Inneren eines Hauses? Welche Klischees werden bestätigt und geschürt? Auf welche Weise? Was wird bei den ZuschauerInnen von diesem Beitrag zurückbleiben?

Der folgende Beitrag spielt in Kroatien, deshalb muss der Hintergrund und der Kontext im Detail erklärt werden.

2.3 Ethnischer Konflikt in Bilijane Donje

HRT: Dnevik – Hauptabendnachrichten, täglich, Kanal 1, 19:30, gesendet am 25, 26, 27.07.2006

Anfang der 90er Jahre proklamierte Kroatien die Unabhängigkeit von der Sozialistischen Republik Jugoslawien, und von 1991 bis 1995 begann der kroatische Unabhängigkeitskrieg (oder Krieg um das Heimatland). Auf der einen Seite stand die kroatische Bevölkerung, die für die Unabhängigkeit kämpfte, auf der anderen Seite die serbische Bevölkerung, die ein Teil Jugoslawiens bleiben wollte oder neue Grenzen in den Teilen Kroatiens verlangte, wo sie die Mehrheit oder eine einflussreiche Minderheit ausmachte.

Beide Seiten verzeichneten große Verluste und viele Flüchtlinge.

Seit 1997, begannen serbische Flüchtlinge nach Kroatien zurückzukehren. Dies ist ein langsamer Prozess. Oft werden die RückkehrerInnen von den jetzt dort Ansässigen nicht willkommen geheißen.

In das Dorf Biljane Donji, nahe Skabrnja, kehrte die serbische Familie Skoric nach einigen Jahren wieder zurück. Die kroatische Regierung zahlte für die Restaurierung ihres Hauses und der Premierminister besuchte sie vor zwei Jahren. Es ist ein sehr sensibles Gebiet, viele Kroaten wurden während des Krieges in Skabrnja getötet, und nun kehren Serben zurück.

In der Nacht vom 24 auf den 25 Juli 2007 griffen vier Kroaten die serbische Familie Skoric an.

Die folgenden Berichte wurden an drei aufeinander folgenden Abenden übertragen:
25.07.2006 (2'50'')

Die Geschichte über den Zwischenfall startet in den Hauptnachrichten mit Archiv-bildern des zwei Jahre zurückliegenden Besuchs des Premierministers, als er die Familie Skoric in ihrem renovierten Haus besuchte. Sie erklärten, was während der Nacht passierte. Ein Mitglied des Parlaments, das die serbische Minderheit vertritt, sagte, dass es sich um eine Attacke mit ethnischen Motiven handele.

Ein lokaler Repräsentant der serbischen politischen Partei sagte, dass er zornig darüber sei, dass Politiker nie zum Schauplatz eines Verbrechens kämen, um solche Zwischenfälle zu verurteilen. Dies war mitten in der Sommersaison und Staats- und LokalpolitikerInnen waren in den Ferien.

26.07.2006 (1'57'')

Nachdem die Nachrichten die Story gezeigt hatten, erfolgte eine bedeutsame Reaktion der Regierung: Der kroatische Präsident und der Vizepräsident besuchten die Familie Skoric und nur O-Töne von diesen beiden kamen im Bericht vor. Wir erfahren, dass einer der Verdächtigen ein früherer kroatischer Soldat ist und bekommen einen flüchtigen Blick auf protestierende kroatische Bevölkerung. Währenddessen waren die LokalpolitikerInnen immer noch in den Ferien.

27.07.2006 (2'30'')

Vier der Verdächtigen kamen aus Skabrnja und wurden rassistischer und ethnischer Diskriminierung beschuldigt. Die kroatische Bevölkerung aus Skabrnja forderte serbische RückkehrerInnen auf, offen zu legen wer für die Verbrechen in Skabrnja während des Krieges verantwortlich war. Sie sind wütend, weil die Regierung sie als Kriminelle darstellte. Eine Lokalpolitikerin (Kroatin) kehrte aus den Ferien zurück und gab ein Statement ab.

Die drei Geschichten aus Kroatien ergeben zusammen genommen eine vollständige und ausbalancierte Sicht und demonstrieren nachvollziehbaren, neutralen Journalismus. Wenn die ZuschauerInnen allerdings alle Seiten der Geschichte sehen wollten, mussten sie die Nachrichten über drei Tage verfolgen.

Warum gibt es O-Töne nur von PolitikerInnen? Warum geht die Reporterin nicht auf gewöhnliche Menschen zu? Hätte dies sensible Fragen aufgeworfen, die nur schwierig geschickt zu verpacken gewesen wären? Was ist mit den Verdächtigen passiert?

Was hätten die ZuschauerInnen gedacht, wenn nur der erste, zweite oder dritte Bericht zu sehen gewesen wäre? Welcher Bericht bot mehr Perspektiven? Wer bemühte sich darum?

Zeigten diese Berichte einen verantwortungsbewussteren Umgang der JournalistInnen mit dem höchsten Gut – Kroatiens Platz in der erweiterten europäischen Gesellschaft und die Akzeptanz des Landes als Teil der ‚Europäischen Familie‘ – indem sie bei der Unterstützung der serbischen Bevölkerung und deren Reaktion auf ein unsoziales Verhalten zu weit gingen, während sie die legitimen und weitaus ernsteren Beschwerden der kroatischen Bevölkerung ignorierten? Machten dieser Bericht und die darauf folgenden Reaktionen die Situation besser oder schwieriger?

2.4 Todesfälle durch Gewalt unter Immigranten

RTE Capital D, Nachrichtensendung? RTE Eins 19:00, gesendet am 16.03.2006 (6'38'')

Immigration ist in Irland ein noch recht neues Phänomen. Die jährlichen Migrationsschätzungen wurden erstmals 1987 erhoben, als gerade einmal 19.000 Menschen ins Land immigrierten. Die ersten von ihnen waren hauptsächlich Asylsuchende. In den letzten Jahren kam die größte Gruppe aus Osteuropa, auf der Suche nach Arbeit. In den zwölf Monaten, bis April 2006, ist die Zahl der Immigrierten in Irland auf ca. 86.900 gestiegen.

Dies ist der höchste Stand seit Beginn der Erfassung im Jahr 1987. Von diesen waren 43% Staatsangehörige der zehn neuen EU Staaten (26% aus Polen, 7% aus Litauen). Die meisten ImmigrantInnen sind auch jung: 54% sind im Alter von 25 bis 44 und 28% im Alter von 15 bis 24 Jahren. Mehr als 10% sind Kinder unter 15 Jahren.

Dieser Bericht untersucht die gewaltsamen Todesfälle mehrerer ImmigrantInnen und zeigt, dass diese Fälle in Irland weitaus zahlreicher sind, als angenommen.

Denken Sie, dass bei diesem Bericht aus Irland gründlich recherchiert wurde und er fundiert ist?

Wer sind die ExpertInnen, die interviewt werden? Welche verschiedenen Sichtweisen sind dargestellt? Wie – und in welchen Jobs – werden die ethnischen Minderheiten gezeigt?

Welche Statistiken werden dargestellt und wie verhalten sie sich zu den Zahlen, die in dem Sprechtext erwähnt werden? Ist der Einsatz von Statistiken und Grafiken effektiv? Oder trivialisiert er ein ernstes Thema?

Unter welchen Umständen starben die Opfer? Wer waren die Kriminellen? Die Interviewten nehmen an, dass die Tötungen von anderen MigrantInnen begangen wurden, vielleicht im Zusammenhang mit Trunkenheit, dass soziale Spannungen ImmigrantInnen dazu bringen sich gewalttätig und kriminell anderen ImmigrantInnen gegenüber zu verhalten, aber gibt es dafür irgendwelche Beweise? Welche Gründe sprechen dafür, die Todesfälle in Verbindung mit einer 'Gruppe' zu bringen, die eher heterogen ist und die einzige Gemeinsamkeit der Mitglieder darin besteht, dass sie alle kürzlich in Irland angekommen sind?

Wird dadurch möglicherweise ein Rassismusproblem hervorgerufen? Ein Wissenschaftler deutet an, dass es zwischen dem tragischen Tod von Mitgliedern einer Minderheitengruppe und der in Irland fehlenden Integrationspolitik eine Verbindung gibt. Was ist letztendlich die Botschaft des Berichts?

Welche Auswirkung hat die Wiederholung der Namen und der Ursachen der Todesfälle all dieser Menschen in den letzten Monaten? Wird es dadurch für die ZuschauerInnen besser greifbar oder verstärkt es das Gefühl von Unsicherheit?

2.5 Der Effekt der Immigration auf die nationale Wirtschaft

TVE TD 2 Abendnachrichten, täglich 21:00, gesendet am 15.11.2006 (1'03'')

In Spanien wurden Statistiken veröffentlicht, die die Auswirkung von Einwanderung auf die Wirtschaft des Landes zeigen.

Über die letzte Dekade nahm Spanien, traditionell ein Auswandererland, mehr als drei Millionen Fremde aus Osteuropa, Nordafrika und Südamerika auf. Mehr als 11% der 44 Millionen EinwohnerInnen sind im Ausland geboren, von denen sich 25% bis 30% illegal im Land aufhalten sollen. Seit 2000 garantiert Spanien mehr als einer Million von ihnen eine Aufenthaltserlaubnis, wenn sie eine Arbeit nachweisen können. Trotz einer der höchsten Einwanderungsraten in Europa, gab es bisher relativ wenig soziale Konflikte.

2. Fakten überprüfen

Wie wirkt sich diese unverblümete statistische Meldung aus Spanien auf die Vielzahl der Vorbehalte gegenüber Immigrierten aus? Glauben Sie, die harten Fakten und Zahlen tragen dazu bei?

Erklären die angegebenen Zahlen die verwendeten Begriffe? Was ist ein Immigrant oder eine Immigrantin? Beinhalten die Zahlen auch illegal Immigrierte? Zählen dazu auch diejenigen, die aus den neuen EU-Ländern stammen oder im Ruhestand lebende EU-BürgerInnen?

Es werden keine MigrantInnen in dem Bericht interviewt. Warum zeigen die Bilder nur manuell arbeitende Menschen, was ist mit Berufen, die mehr erfordern als manuelle Tätigkeiten?

Wie viel Einfluss hat dies Ihrer Meinung nach auf die Eindrücke, Auffassungen und die Darstellung von MigrantInnen in Spanien? Denken Sie, dass ZuschauerInnen in Ihrem Land dies als politisch „über-korrekt“ sehen und deswegen diese Nachricht ignorieren würden?

Verliert dieser hauptsächlich positive Beitrag etwas durch die Bilder, weil diese klischeehaft sind?

2.6 Der Fall „Niqab“

NPS/VARA, Nova, aktuelle Nachrichten, 22:30 gesendet am 28.01.2003 (5'50")

Seit mehr als 400 Jahren sind die Niederlande eine multikulturelle Gesellschaft mit einer großen jüdischen Gemeinde (bis 1945) sowie einer protestantischen und einer katholischen Gemeinde, die immer Kompromisse untereinander schließen mussten. Seit 1950 hat sich eine große indonesische Gemeinschaft in ihrem früheren Kolonial-Heimatland niedergelassen, gefolgt von MigrantInnen aus Surinam, Marokko und der Türkei.

In den vergangenen Jahren erhitzte eine Diskussion über den Gebrauch der „Niqab“ die Gemüter, da sich einige Schülerinnen dazu entschlossen hatten, sie zu tragen. Ein Teil der Nova-Programme beschäftigte sich mit diesem Thema, in Form von Reportagen und einer Diskussion mit der Stadtverwaltung und der Schulbehörde.

Was will uns der Journalist/die Journalistin mit Bildern von verschleierten Mädchen, die dramatisierend in Zeitlupe gezeigt werden, sagen? Welchen Effekt hat die Musik? Was will dies über solche Leute und ihren Kleidungsstil andeuten?

Worum geht es wirklich? Schulpolitik? Die Gründe der Mädchen für das Tragen der „Niqab“? Wie verbreitet ist der Gebrauch der „Niqab“ in den Niederlanden wirklich? Werden in dem Bericht Fakten und Zahlen gezeigt?

Haben wir es hier mit objektivem Journalismus zu tun? Wer sind die ExpertInnen? Wer sollte dort sein, um sich in die Diskussion einschalten?

3. Wen sehen wir?

Vielfalt heißt nicht nur die ethnisch unterschiedlichen Gesichter auf dem Bildschirm zu zählen. Viel wichtiger ist, wie diese dargestellt werden und wie sie sich in den Bericht einfügen.

Genauso wie wir unsere Bevölkerung proportional angemessen in Informationsbeiträgen darstellen, müssen wir darauf achten, dass sie auch in ihrer ganzen Vielfalt dargestellt wird.

Zu oft kommen in Themen über Migration, Minderheiten, Straftaten und Terrorismus die Beteiligten nicht zu Wort. Wer sind die Fachleute, die interviewt werden?

Und wenn in den Berichten z. B. Themen wie Wissenschaft, Bildung und Verbraucherfragen vorkommen, kommen dann auch Menschen verschiedener Herkunft zu Wort? Wer sind die Fachleute, die interviewt werden?

Gedanken für JournalistInnen

Sind Sie sich bewusst über ihre persönliche Auffassung zu den Themen, die sie zum Interview auswählen?

Zeigen Sie Ihrem Publikum nicht immer das, was es erwartet oder wünscht? Finden Sie neue Sichtweisen, folgen Sie nicht immer dem Konsens in den Medien?

In welchem Maße sollten Sie weitere Fachleute suchen und miteinbeziehen, über diejenigen hinaus, die ihre Redaktion auswählt? Versuchen Sie eine Auswahl an Meinungen von Minderheiten und an SprecherInnen zu finden?

Wenn Sie Angehörige von Minderheiten zeigen, werden die aus nachvollziehbaren Gründen gezeigt?

Ist es Ihre Verantwortung, Klischees entgegen zu treten?

Nachrichten Clips

3.1 Els matins

TV3 (Morgentalkshow), werktags gesendet am 28.09.2005 (4'33'')

Obwohl Spanien insgesamt bis vor kurzem ein Auswanderungsland war, gibt es in Katalonien schon seit den 50er Jahren eine bedeutende Anzahl an GastarbeiterInnen aus anderen, ärmeren Teilen Spaniens. Über die letzten fünf Jahre ist jedoch die Zahl der Eingewanderten von 2.3% auf 13.4% gestiegen. Städte und Dörfer haben sich in kurzer Zeit so radikal verändert, dass es vielen Einheimischen schwer fällt, sich anzupassen. Nach den Bombenanschlägen vom März 2005 in Madrid, gab es offenkundige Feindseligkeiten gegenüber der nordafrikanischen Bevölkerung. Laut dem European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia (EUMC) – heute die EU Agency for Fundamental Rights (FRA) – steigt die Islamophobie in der EU, Spanien eingeschlossen.

Nehmen Sie den gesamten Studioaufbau dieser 'Debatte' unter die Lupe: Was sagen die Kameraeinstellung, die Positionierung der Interviewerin am Schreibtisch und die Körpersprache darüber aus, wo Macht und Autorität angesiedelt sind. Was veranschaulicht dieser Bericht über die Vorurteile, die unwidersprochen im Studio zugelassen werden?

Wie kann man eine faire und aussagekräftige Debatte erwarten, wenn eine gestandene Moderatorin aggressiv gegen drei TV-Neulinge antritt? Was hat die Moderatorin gemacht? Was hätte sie machen können, um wirklich zu moderieren und sicher zu stellen, dass auch die anderen Beteiligten zu Wort kommen?

Welche Eindrücke werden die ZuschauerInnen von Moslems haben? Haben sie die Möglichkeit, Argumente für ihren Lebensstil zu liefern und für ihre Entscheidung, ein Kopftuch zu tragen? Wenn nicht, warum nicht?

Welchen Eindruck vom spanischen/katalanischen Fernsehen und der Gesellschaft wird ein solcher Beitrag auf Minderheiten im Lande machen?

3.2 Kopftuchdebatte

ZDF 'Drehscheibe Deutschland' (Nachrichtenmagazin mit Fokussierung auf verschiedene Regionen Deutschlands), 12:15 – 13:00, gesendet am 30.10.2006 (2'30')

Dieser Bericht schildert eine kontroverse Debatte, die von zwei deutschen Politikerinnen mit türkischen Wurzeln ins Rollen gebracht wurde: Die beiden Frauen fordern andere Türkinnen in Deutschland auf, ihre muslimischen Kopftücher abzulegen.

Es gibt in Deutschland schon seit einiger Zeit Diskussionen über das muslimische Kopftuch. 2003 hatte eine Lehrerin türkischer Herkunft vor Gericht Erfolg: Dem Bundesland Baden-Württemberg wurde nicht erlaubt, sie vom Unterrichten auszuschließen, weil sie ihr Kopftuch in der Schule trug. Aber nach diesem Urteil erließ das Bundesland ein Gesetz zum Verbot des Kopftuchs. Sieben deutsche Bundesländer folgten dem Urteil mit ähnlichen Gesetzen. Einer ZDF-Befragung zufolge lehnen 29% der Deutschen das muslimische Kopftuch ab, während 70% sich nicht daran stören.

Wen zeigt dieser Bericht und was können die Personen zur Diskussion beisteuern? Was denken Sie über die Interviewzeit, die jede Person bekommt? Ist sie gut verteilt? Welche Meinung vertritt Ihrer Auffassung nach die interviewende Journalistin?

Dieser Bericht zeigt, dass es verschiedene Meinungen und eine Vielzahl von Ansichten in einer Gemeinschaft geben kann. Welche der zum Ausdruck gebrachten Ansichten ist in diesem Fall die 'Richtige'? Gibt es nicht die unterschwellige Botschaft, dass Frauen ihre Kopftücher abnehmen sollten und ist das nicht eine sehr eurozentristische Sicht der Dinge?

Welche weiteren Themen gibt es im Kern dieser Angelegenheit? Was wird den ZuschauerInnen hauptsächlich in Erinnerung bleiben, -das Verbot des Kopftuchs oder die Hasskampagne und die Drohungen?

3.3 Eine Schule in Berlin

ZDF 'heute-Journal' (Nachrichtenmagazin), täglich 22:00 – 22:25, gesendet am 30.03.2007 (3'04")

Im März 2006 berichtete die deutsche Medienlandschaft über die Probleme einer Schule in Berlin: Konflikte und Gewalt machten das Unterrichten fast unmöglich, deshalb beschwerte sich der Lehrkörper mit einem Brief bei der Schulverwaltung. Ein Jahr später berichteten die ZDF-Nachrichten über die seitdem erzielten Verbesserungen: Boxunterricht und Musikprojekte verbesserten die Situation.

Offiziellen Angaben zufolge, haben 15,3 Millionen Menschen der 82,5 Millionen Einwohner Deutschlands einen Migrationshintergrund (18,5%). Der Anteil der AusländerInnen (Menschen ohne einen deutschen Pass) liegt bei 8%. Insgesamt verfügen Menschen mit Migrationshintergrund über geringere Qualifikationen: 10% erwerben keinen Schulabschluss (verglichen mit den 1,5% ohne Migrationshintergrund), 51% haben mangelnde Sprachkenntnisse (im Vergleich zu 27% ohne Migrationshintergrund).

Aus Deutschland erreichte uns vom Sender dieser Folgebericht, der viel später, nachdem die Schule das erste Mal wegen ihrer Probleme in den Nachricht erschien, produziert wurde. Dieser Beitrag ist ein gutes Beispiel dafür, wie ein älterer Bericht über 'interkulturelle' Bildungsprobleme positive Folgen haben kann, wenn er nicht mehr im Zentrum der Nachrichten steht.

Der Beitrag zeigt die wichtige Rolle der Medien bei der Darstellung solcher Ereignisse und Situationen. Welche Auswirkungen hat eine solche Darstellung auf die Schule? Wie kann dies geändert werden?

Welche gegenseitige Beeinflussung gibt es zwischen SchülerInnen und LehrerInnen und zwischen den SchülerInnen aus unterschiedlichen Kulturen? Wird die Tatsache, dass viele Schulkinder Migrationshintergrund haben, hervorgehoben oder überhaupt erwähnt?

Wie wird in dem Bericht vorgegangen? Was sagt er uns über eine Schule mit vielen Problemen? Wie geht die Schule mit diesen Problemen um? Was war und ist der Kern des Problems in einer solchen Schule? Worin bestehen die immer noch gravierenden Nachwirkungen, auch außerhalb der Schule?

Zu welchen Schlussfolgerungen kommt der Bericht in Bezug auf die Ursachen der Probleme? Sind sie kulturellen oder sozialen Ursprungs?

3.4 Aufgegebene Schwarzafrikanische Migranten

TVC Mittagsnachrichten, täglich, 15:00 gesendet am 28.08.2006 (2'45'')

Obwohl statistisch gesehen die Mehrzahl der ImmigrantInnen auf dem Luftweg kommt, wird in den Nachrichten täglich gezeigt, wie zahlreiche schwarzafrikanische ImmigrantInnen in leichten Booten an den Stränden Spaniens landen. Da die meisten abgefangen werden, bevor sie überhaupt das Land betreten können, versuchen viele einen weitaus riskanteren Weg und so werden jeden Tag abgetriebene Boote rund um die Kanarischen Inseln gefunden, oft mit Leichen an Bord.

Diese Geschichte handelt von schwarzafrikanischen Immigranten, die von den marokkanischen Behörden in der Wüste zurückgelassen wurden, nachdem ihr Fischerboot, bei dem Versuch die Kanarischen Inseln zu erreichen, an die marokkanische Küste trieb.

3. Wen sehen wir?

Mit dem katalanischen Fernsehen verlassen wir Europa, um die zu treffen, die für ein besseres Leben enorme Schwierigkeiten zu überwinden haben. Wie werden die an-
gehenden illegalen Immigranten gezeigt? Wie unterscheidet sich dies von dem, was
normalerweise über Menschen in einer solchen Situation berichtet wird?

Sind Sie der Meinung, die Betroffenen selbst zu hören, gibt einen Einblick darüber,
warum sie (und so viele andere) zu solch drastischen Maßnahmen getrieben wer-
den? Führt dies dazu, dass die ZuschauerInnen das Problem besser verstehen?

Was fehlt in dem Beitrag? Warum gibt es keine Kommentare der Behörden, weder
von marokkanischen noch von mauretanischen?

Ist es aussagekräftig und ethisch vertretbar, solche dramatischen und aufrüttelnden
Bilder in dem Bericht zu verwenden? Ist es gerechtfertigt, gibt es die Realität wieder?
Wenn dem so ist, müsste dies nicht in Zusammenhang mit der überwältigenden
Mehrheit der illegalen MigrantInnen nach Europa gebracht werden, die über Flughä-
fen und mit Touristenvisum einreisen?

Führen die Gesamtdarstellung des Berichts, die Bilder und die Kommentare die Zus-
chauerInnen in die Irre? Wird dadurch das Thema nicht zur Sensation aufgebauscht
und verzerrt? Richtet diese Darstellung der Geschichte nicht mehr Schaden als Nut-
zen an?

3.5 VRT Wetterspezialist

VRT Het Journaal, Abendnachrichten, 19:30 gesendet am 13.03.2006 (1'40'')

**Die Natur schläft noch und wir sind immer noch in unseren warmen Winter-
mantel gehüllt, weil es nach wie vor friert. Einige Menschen haben es satt. Ka-
rim Hamid, ein Wetterexperte und Angestellter beim KMI National Meteorologi-
cal Office in Belgien erklärt, warum die Temperaturen im März so niedrig sind.**

Ist es für die Mehrheit der Zuschauerschaft offensichtlich, dass der Klimaexperte ei-
nen anderen ethnischen Hintergrund hat?

Wie wirkt es auf die Minder- und Mehrheit des Publikums, einen Fachmann in dieser
Situation zu sehen: Ist er ein Wetterexperte, der (wie alle anderen) nur seinen Job im
Fernsehen macht? Was sagt dies über die Platzierung von Minderheiten in der flämi-
schen Gesellschaft?

3.6 Frauen in Geschäftswelt und Wirtschaft

DW-TV, Made in Germany, 19:30 gesendet am 06.03.2007 (2'45'')

3. Wen sehen wir?

Thema des Magazins 'Made in Germany' zum Internationalen Frauentag am 8. März waren Frauen in der Geschäfts- und Wirtschaftswelt. Eine der interviewten Manager-innen ist Roya Ulrich, IT-Managerin bei Daimler Chrysler. Sie kam im Alter von 18 Jahren aus dem Iran, um ihr Wunschfach Informationstechnologie zu studieren. Sie ist überzeugt davon, dass es keine Grenzen für ihre Karriere in dieser Branche gibt.

Dies ist ein gutes Beispiel dafür, wie eine Person, die aus einer Minderheit kommt, in einer Geschichte für die breite Masse vorgestellt wird. Aber sollte von einer solchen Geschichte nur wegen des besonderen Datums berichtet werden?

Trägt der Journalist oder die Journalistin eine Verantwortung, Geschichten und Menschen zu finden, die aus den vorgefertigten Formen ausbrechen?

Was ist, wenn diese als nicht interessant genug betrachtet werden?

4. Wer wählt die Geschichten aus?

Nachrichten informieren das Publikum rund um die Welt, aber natürlich gibt es eine Auswahl an Themen, die wichtig und interessant sind.

Menschen, die niemals ihresgleichen auf dem Bildschirm sehen, können sich verständlicherweise irrelevant fühlen. Fernsehen kann ein Gefühl der Zugehörigkeit transportieren und auch für Kinder, die einer Minderheitengruppe angehören, wichtige Vorbilder bieten. Welche Konsequenzen folgen daraus?

Werden verschiedene Sichtweisen und Meinungen gezeigt, werden die europäische Gesellschaft - und Gesellschaften in der ganzen Welt - besser wiedergegeben. .

Wer sind 'wir' also?

Gedanken für JournalistInnen

Wie weit darf Ihr eigenes Gedankengut die Wahl der Themen beeinflussen? Sind Sie sich ihrer eigenen, persönlichen Vermutungen über verschiedene Themen bewusst?

Sind Sie offen für Vorschläge, für Geschichten, die eine andere Herangehensweise erfordern?

Nehmen Sie sich Zeit um, verschiedene Quellen auszuschöpfen? Nicht nur die von führenden Personen und SprecherInnen, sondern auch von Mitgliedern der Gemeinde?

Inwieweit beeinflussen Diversitythemen die Auswahl Ihrer Geschichten und der ProtagonistInnen? Bestehen Sie immer konsequent auf ihre unabhängigen, journalistischen Vorgaben?

Betrachten Sie die negative oder positive Einflussnahme Ihrer Arbeit auf die Gesellschaft als Ihre berufliche Verantwortung?

Die Nachrichten-Clips

4.1 Roma- Zivilwächter

MTV, Duna TV, Danube TV, tägliche Nachrichtensendung, 18:00, gesendet am 10.03.2004 (1'45'')

Roma bilden die größte Minderheitengruppe in der Slowakei. Obwohl schätzungsweise über ein Drittel einen Lebensstandard genießen, der vergleichbar ist mit dem der Mehrheit der Bevölkerung, ist der Rest der Bevölkerung unverhältnismäßig von Armut, Arbeitslosigkeit, Analphabetismus, Kriminalität und Krankheiten betroffen. 2005 lehnten sich Roma in der Slowakei gegen steigende Preise auf, was zu Plünderungen, speziell in Lebensmittelläden führte. Die Region stand für einige Wochen unter massiver militärischer und polizeilicher Kontrolle. Danach kreierte die Regierung 'Roma- Zivilwächter', damit die Roma auf ihre eigenen Leute aufpassen.

Der erste Beitrag gibt Informationen für viele innerhalb und außerhalb der Slowakei, und illustriert Themen in einem Kontext über den viele nur wenig wissen.

Was sind Ihrer Meinung nach die Annahmen der Reporterin bezüglich der Roma? Gibt es einen Versuch, die Fakten im Kontext zu präsentieren?

Was könnten uns die Romakinder und -eltern über die Zivilwächter sagen? Sollten wir erfahren, ob sie das für eine gute oder eine schlechte Idee halten? Wessen Meinungen hören wir? Wir treffen den Leiter der Roma-Zivilwächter und die Direktorin der Schule - ist dies ausreichend?

Welcher Eindruck wird in diesem Beitrag gestärkt? Was sagt uns dies über den Lebensstil der Roma und ihrer Kinder?

4.2 Nachbarn

NPS PREMtime, aktuelles Nachrichtenmagazin, wöchentlich, 16:35 (zur Zeit 20:30)
gesendet am: 27.04.2003 (4'08'')

PREMtime wird von Prem Radhakishun präsentiert, einem in Surinam geborenen Anwalt, der die multikulturelle Gesellschaft in den Niederlanden untersucht.

Dieser Betrag handelt von einem Nachbarschaftsstreit in Amsterdam. Eine Frau aus Surinam wird von einem Hausbesitzer aufgefordert, sich Hauschuhe anzuziehen wenn sie durch ihr Appartement geht, da der Nachbar, der unter ihr wohnt, Probleme mit ihren lauten Angewohnheiten hat. Doch ihrer Meinung nach ist er ein Rassist und sie berichtet uns, dass er sich auch beschwert, wenn sie nicht zu Hause ist. Prem versucht das Problem zu lösen.

Wie wird diese allgemein bekannte Geschichte aus den Niederlanden, eine Nachbarschaftsauseinandersetzung, die überall mit jeder Art Mensch passieren kann, behandelt? Ist Humor angebracht, um diese Punkte durchzubringen?

Der Bericht vermeidet keine Tabus: Wenn Rassismus zum Thema wird, über das gesprochen werden muss, dann reden die Menschen auch darüber. Ist dies ein effektiver Weg, um diese empfindlichen Themen zu 'entschärfen'? Untergräbt so etwas die Stereotypen?

Die NachbarInnen sind 65 Jahre und älter (Alter ist auch ein Aspekt von Vielfalt). Wie würden Sie den Reporter beschreiben? Wird die Berichterstattung von seiner Herkunft beeinflusst?

Was ist die Botschaft? Dass Probleme zwischen Menschen entstehen und nicht durch Themen, oder dass manche Dinge universell sind und nicht nur aufgrund der religiösen oder kulturellen Herkunft verursacht werden.

4.3 Weihnachtsdekoration / ein polnisches Restaurant

ITV Central Tonight, regionales Nachrichtenprogramm 18:00, gesendet am 05.12.2006 (50'')

Immigranten erklären, dass sie sich von den Weihnachtsdekorationen nicht gestört fühlen. Manche Stadträte in Großbritannien, wie z.B. der Stadtrat in Birmingham, benannten Weihnachten in, 'Winterinterval' um, mit Rücksicht auf nichtchristliche Bevölkerung. Diese Offensive hat eine Debatte los getreten, die sogar in manchen Zeitungen in Rassismus umgeschlagen ist. Allerdings gibt es keine Interviewbelege dafür, dass Menschen sich durch solche religiösen Symbole angegriffen fühlen könnten.

Ein ITV- Journalist fand heraus, dass sich MuslimInnen, HinduistInnen, und AtheistInnen überhaupt nicht durch Weihnachtsdekorationen angegriffen fühlten, woraufhin beschlossen wurde, dies zu testen. Eine Gruppe von Menschen aus dem großen muslimischen Distrikt Sparkhill/Sparkbrook wurde in eine stark mit Weihnachtsdekoration dekorierte Fußgängerzone geschickt, um die Reaktionen einzufangen.

4. Wer wählt die Geschichten aus?

ITV Anglia Nachrichten, regionales Nachrichtenprogramm 18:00, 28.08.2006 (45'')

Kurdische Immigranten haben in einem polnischen Viertel in Peterborough, das zur Zeit 164.000 EinwohnerInnen zählt, ein polnisches Restaurant eröffnet. Von den kürzlich aus Übersee eingetroffenen 20.000 Immigrierten sind rund 8.000 aus Polen. Relativ große Gruppen kamen auch aus Litauen und Portugal ein.

Für die anwachsende polnische Bevölkerung gab es kein Restaurant, in dem traditionelles polnisches Essen angeboten wurde, bis zwei kurdische Brüder diese Marktlücke entdeckten und ein Restaurant eröffneten, in denen auch einige polnische Angestellte, wie die interviewte Bedienung, arbeiteten.

Diese zwei kurzen Ausschnitte des regionalen Büros von ITV machen einen unbeschwerten Eindruck, aber senden eine ernste Botschaft.

a) Welche Vermutungen und Stereotypen über MuslimInnen werden gestützt? Hätte es eine stärkere Wirkung gehabt, wenn auch andere Menschen auf dem Markt – Frauen z.B - interviewt worden wären?

b) Dieser Stück zeigt, wie man auf andere, menschlichere Weise und mit Humor die Themen angehen kann.

Wie sind die Migrationsthemen dargestellt, als Möglichkeit oder als Problem?

Sind die Zahlen und Fakten in Zusammenhang gesetzt worden? Ist dies ein positives Beispiel für Unternehmertum von MigrantInnen?

4.4 Ali Abood: Ein Iraker, der nach Schweden kommt

SVT RAPPORT, tägliches Nachrichtenprogramm, 19:30, gesendet am 13.03.2007 (3'20'')

Heute haben schätzungsweise 15% der schwedischen Bevölkerung einen Einwanderungshintergrund. Zählt man auch diejenigen hinzu, die in Schweden geboren sind und einen ausländischen Elternteil haben, macht diese Gruppe ungefähr 20% der Bevölkerung aus.

Viele irakische Flüchtlinge, die nach Schweden kommen, lassen sich in Städten nieder, in denen es schon viele andere MigrantInnen gibt. In Södertälje klappt das Miteinander ziemlich gut - von arabischen ArbeiterInnen bis zu schwedischen ZahnärztInnen und im städtischen Wohnungsbau ebenso wie in den Banken. Grob geschätzte 36% der 64.000 EinwohnerInnen in Södertälje haben einen Migrationshintergrund und diese Zahl steigt bis auf 50%, wenn man die Kinder dazu zählt, von denen ein Elternteil aus Schweden kommt. Der Reporter hat einen palästinensischen Vater und eine schwedische Mutter. Er wuchs in Södertälje auf und lebt immer noch dort.

4. Wer wählt die Geschichten aus?

Wer war der Journalist bei diesem Stück und was fällt ihnen an ihm auf?
Denken Sie, dass das Stück anders gewesen wäre, wenn es jemand geschrieben hätte, der nicht Arabisch spricht?

Haben Sie ReporterInnen/ProduzentenInnen/VerlegerInnen in Ihrer Abteilung, die einen Migrationshintergrund haben?

Welche Kontakte haben Sie zu Arbeitsbereichen, wo viele MigrantInnen sind oder zu Bereichen in Ihrer Abteilung, wo sie unterrepräsentiert sind? Haben Sie es jemals in Erwägung gezogen in diesen Bereichen mit Freien MitarbeiterInnen (mit Migrationshintergrund) zu arbeiten?

Wie viele Namen von Menschen, die nicht der Mehrheitsgesellschaft angehören, stehen in Ihrem Telefonbuch?

4.5 Absurder Kulturkampf: Kopftuchdebatte im Schwimmbad

ARD/WDR-Monitor, 20:15, gesendet am 08.01.2004 (5'57'')

Zurzeit haben etwa 20% der deutschen Bevölkerung einen Migrationshintergrund. Die Prozentzahl hat vor allem in Ballungsgebieten zugenommen. Jeder dritte Jugendliche lebt in einer Familie mit Migrationshintergrund. Die größte Gruppe machen in Deutschland Menschen aus der Türkei aus. Es leben ungefähr drei Millionen Türkinnen in Deutschland.

In dem Sendegebiet des Westdeutschen Rundfunks(WDR) hat jeder vierte Mensch einen Migrationshintergrund. Es gibt eine vergleichbare Situation in Bayern, wo die Reportage 'Absurder Kulturkampf: Kopftuchdebatte im Swimmingpool' stattfindet.

Wie führt dieser Bericht uns an das Thema heran? Ist die Meinung der Journalistin einleuchtend? Ist der ironische Tonfall angebracht? Wie werden die GegnerInnen der Frauenbadetage dargestellt?

Die Reporterin lässt zu, dass die GegnerInnen ihre Meinung sagen dürfen, nämlich dass solche 'Frauenbadetage' Teil der Strategie seien, den Islam zu verbreiten. Sollten solche Meinungen ausgestrahlt werden? Werden sie widerlegt?

Was werden die ZuschauerInnen über dieses Thema und die involvierten Personen im Kopf behalten?

4.6 Die muslimische Gemeinde wird nach dem 11. September genauso stigmatisiert wie die Irische nach den Bombenanschlägen der IRA 1974.

BBC English Region, 'Inside Out – West Midlands' wöchentliche aktuelle Nachrichten, gesendet am 26.09.2007 (10'14'')

Nach einer Serie von IRA Attentaten in den 70er Jahren sah sich die irische Bevölkerung in Birmingham einer Welle von Vorurteilen, Belästigungen und Gewalt ausgesetzt. Die irische Gemeinde lebt heute in Harmonie mit dem Rest der Bevölkerung. Nach dem 11. September und den anschließenden Attentaten in Großbritannien, wurden MuslimInnen Ziele einer neuen Welle von Vorurteilen. Dies wird auch von einer negativen Darstellung in den Medien gestützt.

Prominente Menschen mit irischem Hintergrund setzen sich nun für MuslimInnen ein. Paddy Hill, die fälschlicherweise des Terrorismus beschuldigt wurde, predigt nun Solidarität.

An wen richtet sich die Geschichte? Wird sie nur die Menschen interessieren, um die es geht oder auch ein breiteres Publikum? Welche Sichtweise hat Ihrer Meinung nach der Journalist? Wird eine Vielzahl an für das Thema relevanten Menschen interviewt? Warum wurden sie ausgewählt? Was erzählen sie dem Publikum? Wird Ausschluss oder Einschluss kommuniziert?

Wie wird das Hauptthema präsentiert? Werden genug Zusammenhänge dargestellt für diejenigen, die nichts über die Situation in 70er Jahren wissen?

Der Reporter sieht Parallelen zwischen den 70er Jahren und heute, im Bezug auf die falsche juristische Behandlung der angeblichen Terroristen. Denken Sie, dass diese Vergleiche zutreffend und korrekt sind?

Was bringt ein Vergleich zweier stigmatisierten Gruppen?

Was ist die Bedeutung der 'Irischen Hilfe'? Wie wichtig ist die Tatsache, dass Paddy Hill in seiner Gemeinde und generell in Großbritannien, berühmt ist?

Hat seine „Botschaft“, MuslimInnen nicht zu stigmatisieren oder zu isolieren, mehr Wirkung, als wenn sie ein Teil der Moderation wäre? Wenn ja, warum?

5. Weiterdenken

Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten müssen ihr Publikum angemessen widerspiegeln, wenn sie in einer zunehmend globalisierten Welt auf Dauer relevant und lebensfähig sein wollen. Das ist wirtschaftlich sinnvoll und trägt zum sozialen Zusammenhalt bei.

Deshalb ist es wichtig, dass die Öffentlich-Rechtlichen die Realität ihrer immer vielfältiger und multikultureller werdenden Gesellschaften angemessen repräsentieren. Das bedeutet eine kreative Chance für ein interessantes und engagiertes Programm zu gestalten mit Geschichten und Ideen, die eine größere Auswahl von Perspektiven und Standpunkten beinhalten.

Wagen Sie etwas, trauen Sie sich etwas Neues zu, auch Programme, die insbesondere Minderheiten, aber auch das Mainstream-Publikum ansprechen.

Geben Sie Minderheiten das Gefühl, dazu zu gehören. Aber begnügen Sie sich nicht mit „Quoten“-Gesichtern, um den Eindruck zu erwecken, dass etwas für sie getan worden sei.

Sie haben die Wahl, wen Sie auf dem Bildschirm bringen.

Gedanken für JournalistInnen

Versuchen Sie aktiv Kolleginnen und Kollegen zu gewinnen, die fähig sind, eine vielfältigere Sichtweise in die Nachrichten zu bringen?

Trauen Sie Ihrem Publikum zu, neue Gesichter zu akzeptieren oder glauben Sie, es will immer dieselben Gesichter sehen? Haben Sie jemals versucht es zu überraschen? Falls ja, wie war das Ergebnis?

Die Nachrichten-Clips

5.1. Ein sehr deutsches Hobby

ZDF-Morgenmagazin 05:30 – 09:00, gesendet am 15.03.2007 (2'57")

Moon Suk kommt aus Korea und tritt regelmäßig im ZDF-Morgenmagazin auf. In ihren Berichten wirft sie einen Blick auf die Eigenheiten der deutschen Kultur und der deutschen Gesellschaft, oft im Vergleich zu koreanischen Sitten. In dem ausgewählten Beitrag besucht sie Menschen mit „einem sehr deutschen“ Hobby, nämlich SammlerInnen.

Was meinen Sie? Sollte man einer solchen Moderatorin erlauben, auch Nachrichten zu präsentieren oder sollte sie nur auf „exotische“ Beiträge beschränkt werden?

Wer ist in diesem Beitrag der/die „Fremde“? Die Tatsache, dass die Moderatorin eine Koreanerin ist, die noch einen koreanischen Akzent hat, macht sie „würzig“ exotisch. Ist das ein wichtiger Aspekt dieses Beitrages, weil er sowohl das Programm als auch der Zuschauerschaft erlaubt, einen Blick „von außen“ auf die alltägliche Eigenheiten der Deutschen zu werfen?

Inwieweit fördert diese lustige Art des Beitrags über die „deutsche“ Eigenheiten die Multikulturalität, Toleranz und Vielfalt?

5.2 Nur Tatal

SVT, abendliche Nachrichtensendung, gesendet am 15.11.2002 (3'37")

Eine Journalistin, die bei SVT eine Tätigkeit als Moderatorin angeboten bekam, wurde wegen ihres Kopftuchs abgelehnt. Die Antidiskriminierungsstelle des Senders ist der Meinung, dass diese Entscheidung des SVT als gesetzeswidrig angesehen werden kann. SVT beanstandet wiederum, dass eine Moderatorin, die ein Kopftuch trägt, dem Gebot der Neutralität eines öffentlich-rechtlichen Senders wie SVT widerspricht. Der Beitrag handelt von der Journalistin Nadia, die nicht als „Kopftuchikone“ angesehen werden will und deshalb abgelehnt hat, interviewt zu werden. Deshalb lässt sie ihre Position in diesem Beitrag von einer Kollegin und Freundin vertreten. Der Beitrag ist von 2002, seitdem moderiert Nadia jedoch eine Reisesendung und trägt auf dem Bildschirm kein Kopftuch.

Diese Diskussion aus Schweden ist ein gutes Beispiel. Es zeigt uns ein praktisches Problem innerhalb der interkulturellen Debatte: Die Brisanz des Kopftuches - im Allgemeinen und im Besonderen als Moderatorin im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Was halten Sie von dieser Art des journalistischen Verfahrens?

Nur ist eine Kollegin der abgelehnten Moderatorin, aber ist in dem Beitrag wirklich klar geworden, warum diese selbst nicht interviewt wurde?

Was meinen Sie? Ist das ein wirksamer Weg eine multikulturelle Gesellschaft voranzubringen? Wird hierdurch die so dringend benötigte Ausgewogenheit gefördert? Ist die Darstellung der Perspektive der Gegenseite ein Ausgleich zur Vielzahl der „problematischen“ Darstellungen dieses Themas?

Sollte prinzipiell die Sichtweise der Gegner der Multikulturalität und des Pluralismus und die der Befürworter der Assimilation ebenfalls vorgestellt werden?

5.3. Stations-IDs

NOP, öffentlich-rechtlicher Sender, Niederlande, 2007

2007 wurden vom zweiten Programm des niederländischen öffentlich-rechtlichen Senders, das hauptsächlich Informations- und Kulturprogramme für mehr als zehn Sender verschiedener Religionen und Nationalitäten ausstrahlt, neue Stations-IDs produziert.

Ist das eine gute Methode, die Gesellschaft zu reflektieren?

5.4. Die Mädchen von Halal

NPS, Informationsprogramm, wöchentliche Serie in 6 Teilen, 16.00Uhr, gesendet am 12.11.2006, (2'08" & 2'40")

Erstmals in Europa präsentieren drei holländische muslimische Schwestern in einem Fernsehprogramm ihre Sichtweise auf die Gesellschaft, in der sie leben. Die Sendereihe war sehr beliebt bei den muslimischen Frauen und wurde sehr kontrovers von denjenigen aufgenommen, die keine Frauen mit Kopftüchern im Fernsehen sehen wollen. Unser Beitrag stammt aus der dritten Staffel, in der sich die jungen Frauen mit dem niederländischen Wahlkampf beschäftigten, um herauszufinden, was dabei für sie „drin sein“ könnte. Die Sendung fand enorme Aufmerksamkeit, so dass die Moderatorinnen die Chance bekamen, alle PolitikerInnen zu interviewen, die sie wollten und damit selbst zu bekannten Medienpersönlichkeiten wurden. Im Beitrag interviewen sie den Führer der Arbeiterpartei, der später Finanzminister wurde, und den Führer der Sozialistischen Partei, der jetzt in der Opposition ist.

Was ist die Absicht dieser Sendung? Was sagt sie über die Stellung dieser jungen Frauen in der Gesellschaft aus?

Welche Wirkung hat die Tatsache, dass sie Kopftücher tragen, auf muslimische und nicht-muslimische Zuschauerschaft?

Glauben Sie, sie wurden ausgewählt weil sie Kopftuch tragen? War das eine gute Idee?

Glauben Sie, dass sie andere Standpunkte vertreten als ihre eigenen? Ist das notwendig?

6. Sagen, wie es ist

Die folgenden Beiträge zählen nicht unbedingt zum Genre Nachrichten oder Aktuelles, aber sie behandeln unser Thema aus einem anderen Blickwinkel und manchmal auf eine unbeschwerte Weise.

Gedanken für JournalistInnen

Soll man die Probleme des Zusammenlebens in einer multikulturellen Gesellschaft nur auf ernste Weise behandeln oder darf man auch etwas Neues ausprobieren? Worin liegen dabei die Risiken?

Ist Humor ein guter Weg, um brisante Themen darzustellen? Wie können Sie sicher sein, dass dadurch Vorurteile nicht bestärkt werden?

Beiträge

6.1 Aldith Hunker, Moderator der Abendnachrichten, spricht über Nachrichten und Minderheiten (12'25“)

NOS-Aufnahme für das Diversity-Training für ManagerInnen und JournalistInnen (2005)

Eine surinamische Journalistin analysiert das Verhältnis zwischen den eingewanderten und der einheimischen Bevölkerung und den Einfluss des Fernsehens auf das Verhalten der Menschen. Sie ist eine der wenigen schwarzen Moderatorinnen sowohl in den Nachrichten als auch im allgemeinen Programm.

Worum geht es in diesem Beitrag?

Wie lockert dieser Beitrag die journalistischen Klischees auf?

Zu welchem Ergebnis kommen Sie, nachdem Sie den Beitrag gesehen haben?

6.2. Multikulturell YLE

YLE, Basaari: Mundo, Informationssendung, montags 17.10 – 17.40, gesendet am 24.10.2005 (2'20“)

Der finnische öffentlich-rechtliche Sender ist eine sehr multikulturelle Organisation.

Wer meinen Sie hat diesen Beitrag gemacht, eine Person der „Mehrheitsgesellschaft“ oder eine der „Minderheitengruppe“ und warum?

Worauf weist dieser Beitrag hin? Meinen Sie, dass diese Art von Humor wirkungsvoll ist oder beschwichtigend wirkt? Welche Probleme wirft er auf? Wie ist die Situation in Ihrem Sender?

6.3 Bimbos und Burqas

NPS, Ausschnitt von aus einem 83-minütigen Infotainment-Themenabend
20:25, gesendet am 30.08.2007 (5“)

Im Sommer 2007 gab es in den Niederlanden eine große Diskussion über den Konflikt zwischen individueller Freiheit und religiösen Wertevorstellungen. Homosexuelle wurden belästigt, ExMuslim-AktivistInnen wurden misshandelt, Staatsbedienstete weigerten sich, Homo-Ehen zu trauen und nach einer Dekade der „Toleranz“ und „political correctness“ wurden überall kontroverse Meinungen ohne Rücksicht ausgedrückt.

Bei dem Themenabend „Bimbos und Burqas“ wurden zum ersten Mal verschiedene radikale Meinungen zusammengebracht, um das Dilemma und die Grenzen von Freiheit zu diskutieren. Unter den Gästen waren ein führender Vertreter von Homosexuellen, ein katholischer Traditionalist, ein früherer Muslim, ein konservativer Protestant, ein orthodoxer Muslim und ein Manager eines Sexshops. Moderiert wurde die Sendung von den drei kopftuchtragenden Schwestern/Mädchen vom Halal und einem bekannten liberalen TV-Moderator.

Die Sendung wurde von knapp einer Million Menschen gesehen (Internet&TV) und war danach das Tagesgespräch. Es gab Hunderte von positiven und negativen Reaktionen, auch junge ZuschauerInnen wurden erreicht, sowohl Konservative als auch Liberale.

Der 5-minütige Ausschnitt zeigt die außergewöhnlichsten Momente der Show und stellt keine ausgewogene Wiedergabe der gesamten Diskussion dar, die an dem Abend stattgefunden hat.

NPS entschied sich zur Produktion dieser Sendung, um einerseits ein größeres Publikum zu erreichen und andererseits neue Wege zur Diskussion gesellschaftlicher Probleme zu finden.

Das Format der Sendung ist eine Kombination von Entertainment und Podiumsdiskussion. Finden Sie es gut, solche sensiblen Themen auf diese Art zu behandeln? Welches Publikum will die Sendung erreichen? Ist das die richtige Methode, ein breiteres Publikum zu erreichen, das durch die sonstigen ernsthaften Podiumsdiskussionen zu diesen Themen nicht zu erreichen ist? Soll ein Sender soweit gehen, um ein solches Publikum zu erreichen?

Sollte man allen extremen Ansichten ein Forum bieten oder sollten diese von den Medien ignoriert werden?

Welchen Einfluss könnte dies auf die Menschen haben?

6.4 Schwarze und weiße Puppen

Colourtelly (2007)

Colourtelly ist ein neugegründete Internetsender, der sich an die schwarze Bevölkerung in Großbritannien richtet. Dieser Beitrag wurde zusammen mit Kindern einer Grundschule in West-London gedreht und ist ein Ausschnitt aus einer längeren Reportage.

Was zeigt dieser Beitrag über die Kinder? Stellt ihre Wahl der Puppen eine Reflexion über ihr negatives Selbstbild dar oder zeigt sie uns etwas anderes?
Fördert dieser Beitrag die Sensibilität der JournalistInnen über versteckte und offene Botschaften, die sie in ihren Reportagen vermitteln, und auch deren Auswirkung auf junge Menschen?

7. Checkliste der Vielfalt

Wichtige Punkte, die bei Berichten über Minderheiten beachtet werden sollten und die in den vorhergehenden Kapiteln behandelt wurden.

1. **Bin ich mir wirklich meiner persönlichen Einstellung zum Thema, zu der Geschichte und zu den Menschen, die ich für meinen Bericht ausgesucht habe bewusst?**
2. **Bin ich mir über die Wirkung der Bilder, Worte, Töne und Musik in meinem Beitrag im Klaren?**
3. **Erwähne ich den ethnischen Hintergrund, auch wenn es für den Beitrag nicht relevant ist?**
4. **Nehme ich mir genug Zeit, die Fakten zu recherchieren? Bin ich sicher, dass ich die korrekten Termini verwende?**
5. **Lasse ich mich gegebenenfalls von erfahrenen KollegInnen und von KollegInnen unterschiedlicher Herkunft beraten?**
6. **Suche ich meine ProtagonistInnen wegen des Bezugs zu meiner Geschichte aus oder weil ich hoffe, dass sie die ZuschauerInnen anziehen?**
7. **Versuche ich, eine Vielfalt von Meinungen unter den von mir interviewten SprecherInnen und Augenzeuginnen der Minderheitengruppen zu finden?**
8. **Gibt es für die Minderheiten-Themen in meiner Geschichte nachvollziehbare Gründe?**
9. **Finde ich neue Blickwinkel und entwickle ich meine Geschichte ein Stückchen weiter?**
10. **Stelle ich mich der Herausforderung, neue Ansätze zu finden und den vorherrschenden Diskurs in Frage zu stellen?**
11. **Überlege ich mir, ob meine Geschichten Klischees bestärken?**
12. **Habe ich mir Gedanken darüber gemacht, dass mein Bericht nicht nur die Meinungen der ZuschauerInnen, sondern auch das Leben der dargestellten Personen beeinflusst?**
13. **Sorge ich aktiv dafür, KollegInnen zu gewinnen, die eine Vielfalt von Perspektiven in die Nachrichtenredaktion bringen?**
14. **Bin ich an anderen Kulturen außer meiner eigenen interessiert und offen für Vorschläge mit Beiträgen aus der Sicht anderer Kulturen?**

Teil 2

Nützliche Instrumente

In den folgenden Abschnitten finden sich Beschreibungen von Projekten, die bereits durchgeführt wurden, von Ideen, die ausprobiert werden können, und von Managementstrategien sowie von individuellen Aktionen, die auch ohne große finanzielle Mittel sehr erfolgreich sind. Sie alle können genutzt werden, um sie entsprechend der eigenen Sprache und Kultur anzuwenden oder sie an die spezielle Situation des eigenen Landes anzupassen.

Im Internet stehen daneben zahlreiche Informationen zur Verfügung, dieses Kapitel zeigt eine kleine Auswahl interessanter und relevanter Webseiten. Da das Handbuch im Original auf Englisch ist, sind auch die angegebenen Webseiten auf Englisch. Stehen die Webseiten in deutscher Sprache zur Verfügung, so werden sie als Quelle angegeben. Wir übernehmen keine Verantwortung für den Inhalt der externen Links.

8. In der Nachrichtenredaktion

Dieses Kapitel zeigt einige positive Beispiele der Berichterstattung über Minderheiten. Es führt einige Links auf, die für JournalistInnen hilfreich sein können, um ihr Wissen zu erweitern und ihr Verständnis für das Thema zu vertiefen. Die bereitgestellten Informationen können auch dazu beitragen, mehr über den eigenen Sprachgebrauch nachzudenken und für Äußerungen aus dem Minderheitenpublikum empfänglicher zu werden.

Positive Beispiele

- Das **Institut für Vielfalt in den Medien MDI (Media Diversity Institute)** hat seinen Sitz in London und sieht seine Hauptaufgabe darin, die Macht der Medien zu nutzen, um Konflikte zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen zu minimieren. Auf seiner umfangreichen Website bietet das Institut zahlreiche Texte, Handbücher, Berichte und praktische Tipps zu allen Aspekten der kulturellen und ethnischen Vielfalt. Zu finden sind auch einige Checklisten, die von JournalistInnen, DozentInnen und Diversity-ExpertInnen entworfen wurden.

www.media-diversity.org/resource%20categories/practical%20tools%20for%20journalists.htm

Das MDI veröffentlicht online mehrere Handbücher zum Thema Vielfalt, die **Reporting Diversity Manuals**, um Journalisten bei der Reflexion ihrer Arbeit zu unterstützen. Darin sind Artikel über die ethnischen Minderheiten ebenso zu finden, wie Tipps zur Berichterstattung über ethnische Gruppen und Analysen von Zeitungsartikeln zu Themen der ethnischen Minderheiten in Südosteuropa.

www.media-diversity.org/resource%20categories/diversity%20manuals.htm

- Der britische **Mediawise Trust** bietet Artikel, Berichte und Leitfäden über bewährte Verfahren der Berichterstattung zu Themen der Vielfalt.
www.mediawise.org.uk
- Das **John Maynard Institut** zur Journalistenausbildung in den USA rät JournalistInnen, bei ihrer Berichterstattung die fünf nachhaltige Hauptfaktoren zu berücksichtigen, die das Leben und die soziale Konflikte beeinflussen: Hautfarbe, Klasse, Geschlecht, Alter und geografische Herkunft. Werden diese bei der Arbeit über komplexe Themen beachtet, werden Zusammenhänge besser begriffen und insgesamt wird sorgfältiger berichtet.
www.mije.org/faultlines/
- Der Internationale Journalistenverband hat 1986 seinen Kodex um folgenden Artikel erweitert:

7. Die Journalisten sollen sich die Gefahren der Diskriminierung durch Medien verdeutlichen und so mit allen Kräften verhindern, dass diskriminierende Inhalte verbreitet werden. Dies beinhaltet Hautfarbe, Geschlecht, sexuelle Orientierung, Sprache und Religion, sowie Diskriminierung aufgrund politischer oder anderer Meinungsäußerungen oder aufgrund der nationalen oder sozialen Herkunft.

- Viele Gewerkschaften und Journalistenverbände haben sich Richtlinien oder einen Kodex gegeben. Es existieren viele unterschiedliche Herangehensweisen, aber alle Ehrenkodizes und praktischen Verhaltensregeln setzen den Akzent auf die grundlegenden Ziele der journalistischen Arbeit. Damit werden nicht sämtliche Probleme im Medienbereich gelöst, aber sie weisen die Jour-

nalistInnen auf ihre Eigenverantwortlichkeit hin und unterstützen diese bei Problemlösungen.

www.ifj.org

Kontakt: ifj@ifj.org

- Der **Internationale Journalistenverband** und seine regionale Unterorganisation, der **Europäische Journalistenverband (IFJ/EFJ)** haben in den 90er Jahren eine internationale Medienarbeitsgruppe gegen Rassismus und Fremdenfeindlichkeit (IMRAX) eingerichtet, die Richtlinien gegen Rassismus und für kulturelle und ethnische Vielfalt in den Medien erarbeitete. Im Jahr des interkulturellen Dialogs, 2007, startete der Europäische Journalistenverband EFJ zusammen mit Verleger-, Fernseh- und Rundfunkverbänden die weltweite Kampagne „Initiative für ethischen Journalismus“. Die JournalistInnen sollen sich der Herausforderung stärker bewusst werden, der sie sich in einer zunehmend polarisierenden Welt und ihren auf religiösen und kulturellen Extremismus zurückzuführenden Konflikten gegenübersehen.

Die Publikation über die Menschenrechte ist zu finden unter:

www.ifj.org/en/pages/human-rights

Der Text über die Verbesserung der journalistischen Qualität unter:

www.ifj.org/en/pages/quality-in-journalism

- Die 2006 in Wien abgehaltene Konferenz über „**Rassismus, Fremdenfeindlichkeit und die Rolle der Medien**“ befasste sich inhaltlich mit einer ausgewogeneren und umfangreicheren Berichterstattung über Themen bezüglich Hautfarbe, ethnischer Herkunft und Glauben, unter Berücksichtigung der freien Meinungsäußerung und der Unabhängigkeit der Medien.
http://fra.europa.eu/fraWebsite/products/publications_reports/pub_mr_in_terculturalrelations_en.htm
- Die Studie „**Migration – ein Überblick**“ der Forschungsabteilung **SIS** (Strategic Information Service) der **EBU** untersucht den Einfluss der Medien bei der Wahrnehmung der Migration als politisches „Problem“ und hinterfragt das Verhältnis zwischen freier Meinungsäußerung und Redefreiheit.
www.ebu.ch/CMSimages/en/Media/%20And%20Migration_report_tcm6-51853.pdf

Die Bedeutung von Worten

Seien Sie sich bewusst über den großen Einfluss von Worten, die unabsichtlich zu Beleidigungen und Verletzungen führen können.

- Wann soll die ethnische Herkunft oder die Nationalität erwähnt werden? Beim klassischen Test, ob die Verwendung der ethnischen Herkunft oder der Religion angebracht ist, werden einfach die fraglichen Begriffe durch die der entsprechenden Mehrheit der Bevölkerung, Religion oder Hautfarbe ersetzt. So zeigt sich, ob sie angemessen verwendet werden. In einem bestimmten sozialen Zusammenhang verwendet, können diese Eigenschaften Vorurteile bestätigen, sie müssen daher sorgfältig eingesetzt werden. Sie sollten nur ge-

8. In der Nachrichtenredaktion

braucht werden wenn sie für den Bericht relevant sind und wenn der Bericht nicht gut verständlich wirkt, wenn sie unerwähnt bleiben. Vor- und Nachteile der Verwendung solcher „Etiketten“ sollten sorgfältig auf ihre Wirkung abgewogen werden.

- Inhalte mit Bezug zur kulturellen und ethnischen Vielfalt werden oft mit Begriffen aus der Meteorologie oder in Zusammenhang mit Wasser beschrieben: „Einwanderungswellen“, „Flüchtlingsflut“ (Das Boot ist voll!), „Ströme von Asylsuchenden“ oder „überschwemmen“ und „verdrängen“. Welche unterbewussten Gefühle können diese Bilder hervor rufen?
- Schaffen Sie sich ein eigenes Nachrichtenglossar zu Begriffen wie Hautfarbe, Nationalität, Migranten, Auswanderer, Einwanderer, Asyl, Assimilation, Integration, Multikultur usw. und achten Sie darauf, wie die einzelnen Begriffe sich im Laufe der Zeit entwickelt haben und weiter entwickeln werden.
- Die SVT hat auf ihrer Website Zeichnungen veröffentlicht, die ihre Journalistinnen und die Zuschauerschaft mit der richtigen Verwendung von Begriffen über verschiedene Arten von islamischer Kopfbedeckung vertraut machen sollen:



Abaya, Burka, Dupatta, Hijab, Niqab und Tschador.

Hintergrundinformationen

Ermutigen Sie die in ihrer Umgebung lebenden Minderheiten, Informationsblätter oder Orientierungshilfen über die Gemeinden oder ihre Religion zu publizieren. Oder übernehmen Sie das selbst.

- Als Beispiel einer solchen Publikation sei der Medienführer „**British Muslim: Media Guide**“ von Ehsan Masood genannt, der kurz und prägnant über das Thema informiert und ein Verzeichnis von Kontakten zu islamischen Organisationen bietet. Das Buch wird gerne als Informationsquelle und Baustein bei der Ausbildung junger JournalistInnen verwendet. Es bietet unverzichtbare Informationen für alle, die über Musliminnen schreiben, Vorträge halten oder mit ihnen selbst in Kontakt treten wollen, sei es nun in Großbritannien oder außerhalb. Einen Download bietet www.counterpoint-online.org/download/305/British-Muslims-Book-Mailing.pdf
- Die BBC liefert auf ihrer Website Informationen über Religionen und religiöse Bewegungen weltweit, wie die Bah'ai, das Christentum oder weniger bekannte Religionen wie die UnitarierInnen, die Rastafaribewegung usw. Glauben, Ge-

8. In der Nachrichtenredaktion

schichte, Rituale und berühmte Persönlichkeiten werden kurz beschrieben. Des Weiteren findet sich ein Kalender der religiösen Feiertage.

www.bbc.co.uk/religion/religions/

- Webseiten wie **Reporting on Religion 2: A Stylebook on Journalism's Best Beat** liefern Definitionen religiöser Begriffe.
www.religionstylebook.org
- Das **Stylebook of the South Asian Journalists Association** bietet Begriffsdefinierungen bezüglich der Religionen und Gesellschaften in Südasien.
www.saja.org/resources/stylebook.html
- Über die Roma berichten viele Webseiten, wie etwa die des umfangreichen wissenschaftlichen **Romani Archives and Documentation Center**:
www.radoc.net/
- Auf Englisch erscheint auch eine Webseite mit Informationen über die Roma:
www.romea.cz/english/index.php
- Das Mediennetzwerk der Roma hat einen Verhaltenskodex zur Berichterstattung über die Roma entworfen:
www.rrommedia.net/english/index.php

Medienpädagogik

Versuchen Sie SprecherInnen und ExpertInnen aus dem Kreis der lokalen Einwanderergemeinden zu finden, und ermutigen Sie diese, sich selbst mit den Medien vertraut zu machen.

- **Perslink** ist ein 2003 gegründetes niederländisches Projekt zur Verbesserung der Kontakte zwischen den Gemeinden der ethnischen Minderheiten und den Medien. Das Projekt bietet Veranstaltungen und Bildungsprogramme für JournalistInnen und VertreterInnen der Minderheiten an.
www.perslink.nl
- Eine englische Beschreibung der verwendeten Instrumente und Methoden ist zu finden unter:
www.olmcm.org/dbData/Resources/Perslink%20methodology.pdf
- Ein Journalistenhandbuch für Nichtregierungsorganisationen ist als Pdf-Handbuch erhältlich und soll Verbänden der Minderheiten helfen, die Medien besser zu verstehen, den Umgang mit der Presse zu lernen und Medienkampagnen zu planen.
www.mediadiversity.org/resource%20categories/diversity%20manuals.htm
- Innerhalb des Westdeutschen Rundfunks **WDR** haben sich die fremdsprachlichen Redaktionen wie das rund um die Uhr gesendete Radioprogramm **Funkhaus Europa** mit seinem Schwerpunkt Integration und das Fernsehprogramm **Cosmo TV** zu Kompetenzzentren mit starken Verbindungen zu Organisationen und Gemeinden der Einwanderergruppen entwickelt. Andere Redaktionen nutzen gerne diese guten Kontakte bei der Suche nach ExpertInnen und InterviewpartnerInnen.
- **Mediam'Rad – Medien der ethnischen Vielfalt in Europa** befasst sich schwerpunktmäßig mit den Medien der ethnischen Minderheiten in ganz Europa und stellt Kontakte zu den großen Medienanstalten her.
www.panosparis.org/gb/migra_mediarnad.php
- Die flämische Rundfunkanstalt **VRT** in Belgien bietet Gesprächsrunden zwischen ihren JournalistInnen und den verschiedenen Minderheitengruppen zu relevanten Themenfeldern an, wie zum Beispiel der Frage, wann die ethnische Herkunft einer Person erwähnt werden soll. So knüpft sie Kontakte zwischen Personen, die sich sonst vielleicht nie getroffen hätten.
- **Mira Media**, das niederländische Kompetenzzentrum für Medien und ihre Verbindung zu ethnischer und kultureller Vielfalt, bietet JournalistInnen, MedienmacherInnen und VertreterInnen ethnischer Minderheiten Unterstützung und Schulungen an. Mira Media arbeitet nicht nur auf nationaler Ebene sondern ist auch länderübergreifend in Projekten und Partnerschaften engagiert.
www.miramedia.nl/uk/europe.html

- Manchmal werden Initiativen auch von Einzelpersonen angestoßen. Ein schwedischer Reporterin von „**Sydneytt**“, einer regionalen Nachrichtenredaktion, hat sich mehrere Monate lang einmal wöchentlich mit acht jungen Migrantinnen getroffen, um ihnen beizubringen, wie sie Interviews durchführen, wie sie Nachrichten einschätzen, wie sie ihre eigenen Aufzeichnungen erstellen, wie und was sie lesen und wie sie sich präsentieren sollen. Auf diese Weise haben die Reporterin und ihre Nachrichtenredaktion neue Kontakte geknüpft. Vielleicht wird sich ja die eine oder andere der Frauen entscheiden, weiter für das Fernsehen zu arbeiten. Auf jeden Fall haben die Frauen praktische Erfahrungen gemacht und erlebt, dass ihre Berichte auch gesendet wurden.
- Der Westdeutsche Rundfunk **WDR** hat eine Datenbank zum Islam angelegt, eine Webseite, in der alle Produktionen und Nachrichten zum Thema Islam und das Leben der Muslime in Deutschland als Texte, Podcasts oder Downloads zur Verfügung stehen. www.wdr.de/themen/homepages/islam.jhtml

Zuhören

- Versuchen Sie herauszubekommen, was JournalistInnen und ZuschauerInnen aus den ethischen Minderheiten zu sagen haben. Am besten beginnen Sie am eigenen Arbeitsplatz: Auf allen Ebenen und in den verschiedensten Arbeitsbereichen werden Sie mehr KollegInnen mit Migrationshintergrund treffen, als Sie erwartet haben. Sie werden Ihnen überraschende Perspektiven für Ihre Arbeit, Ihre Beziehung zur Nachrichtenredaktion und deren Inhalte eröffnen.
- Der sehr informative Bericht „**Look Who’s Talking: Cultural Diversity, Public Service Broadcasting and National Conversation**“ von Mukti Jain Campion beinhaltet die Ergebnisse von über hundert Befragungen von ProgrammacherInnen aus der Medienindustrie in ganz Großbritannien. Er behandelt die verschiedenen Aspekte des Prozesses der Programmgestaltung, die dazu beitragen, wie die Meinungsäußerungen von Minderheiten bei der inhaltlichen Gestaltung, der Produktion, der Planung und Werbung an den Rand gedrängt werden. Der Bericht untersucht zudem die Tatsache, dass immer noch so wenige VertreterInnen der Minderheiten in den gehobenen Stellungen der Redaktionen zu finden sind.
www.nuff.ox.ac.uk/guardian/
- Buch und DVD „**Authentische Stimmen: Wie am besten über Themen der Hautfarbe oder der ethnischen Herkunft berichten**“ (The Authentic Voice: The Best Reporting on Race and Ethnicity, Columbia University Press, 2006) werden auf der Website www.theauthenticvoice.org mit zusätzlichen Informationen ergänzt, die interessierten JournalistInnen, AusbilderInnen und der Öffentlichkeit helfen können, bessere Beziehungen zu Personen mit unterschiedlicher Hautfarbe und ethnischer Herkunft aufzubauen.
- „Zu gewährleisten, dass die eigenen Nachrichten eine breite Öffentlichkeit erreichen, ist nicht mehr länger die allein richtige Praxis. Sehr schnell ist die Sehbeziehung zu einer Frage des wirtschaftlichen Überlebens geworden. Die neuen Informationstechnologien erodieren den Umfang des klassischen Nachrichtenpublikums. Jeder Zuhörer und jeder Zuschauer zählt.“ Die **Radio-Television**

News Directors Association (RTNDA) in den USA hat ein Handbuch zur ethnischen und kulturellen Vielfalt (Diversity Toolkit) publiziert, das online zur Verfügung steht oder bestellt werden kann. Das Handbuch enthält Interviews mit MitarbeiterInnen und leitenden Angestellten aus dem Kreis der Minderheiten und bietet Nachrichtenauszüge, die gut in Workshops eingesetzt werden können.
www.rtnda.org/pages/media_items/diversity-toolkit540.php

- Die **BBC** hat auf ihrer Internetseite ein Forum zur ZuschauerInnenbefragung und für Beschwerden eingerichtet. Der Ablauf ist leicht verständlich, alle ZuschauerInnen können sich mit Beiträgen beteiligen und davon ausgehen, in spätestens 10 Tagen eine Antwort zu erhalten. Sollte die Person mit der Antwort nicht zufrieden sein, gibt es Möglichkeiten, weitere Maßnahmen zu unternehmen.
www.bbc.co.uk/complaints/
- **WDR**: 2005 reagierte eine Gruppe von VertreterInnen der Roma auf eine Sendung mit dem Titel „Roma-Kinder als Diebe“, die sie als verzerrt und unsensibel wahrgenommen haben. Der Sender lud eine Gruppe von Roma-VertreterInnen zur Diskussion über die Sendung ein und akzeptierte die geäußerte Kritik. Daraus entwickelte sich ein Dialog zwischen den Programmverantwortlichen und Vertretern der Roma.

„Die Arbeit war interessant, aber es gefällt mir nicht, dass andere Journalisten und deren Kameraleute, die für tägliche Nachrichtensendungen arbeiten, die Arbeit zu Themen der kulturellen und ethnischen Vielfalt für nicht so wichtig halten. Ich gebe zu, dass ich manchmal von der Arbeit zum Thema Vielfalt ein wenig bedient bin und gerne über etwas Wichtigeres berichten würde, etwas, das auch ein breiteres Publikum interessiert“. (Hana Gelb, Minderheitenjournalistin, HRT, Kroatien)

9. Am Arbeitsplatz

Das Hauptproblem zeigt sich in der Arbeitswelt. Solange die Minderheitengruppen als Beschäftigte der Rundfunkanstalten nicht in Entscheiderpositionen repräsentiert sind, wird es sehr schwer sein, Themen zu senden, die sie bewegen oder auch sie selbst darzustellen.

Die Medienwelt - insbesondere die oberen Ränge - wird immer noch hauptsächlich durch Menschen repräsentiert, die der Mehrheitsgesellschaft angehören. Vor nicht langer Zeit waren es nur Männer. Es dauerte einige Zeit, bis auch Frauen Führungspositionen erreichten, viele haben das jetzt geschafft.

Menschen mit Migrationshintergrund sind aber immer noch stark unterrepräsentiert. Egal ob Mann oder Frau, sie können einen enormen Beitrag leisten. Sie haben den Vorteil, die Welt aus einer anderen Perspektive sehen zu können. Sie könnten über einen besseren Zugang zu Informationen in manchen wichtigen Themengebieten im In- und Ausland verfügen. Sie könnten zusätzliche Qualitäten in unsere Nachrichtensendungen und auch alle anderen Sendungen bringen.

Es ist sicherlich einfacher, Menschen einzustellen, die einem vertraut sind und die einen traditionellen Einstieg in den Beruf gewählt haben. Deshalb müssen besondere Maßnahmen zur Korrektur des Ungleichgewichts ergriffen werden. Wir müssen über die bisherigen Wege hinausgehen, um auch Medienmache-rInnen zu finden und auszubilden, deren kulturelle Hintergrund uns weniger vertraut ist und, die vielleicht davon ausgehen, die Medienbranche sei eine „geschlossene Gesellschaft“, und nicht für sie erreichbar.

Junge Menschen mit Migrationshintergrund müssen ermutigt werden, eine Karriere in der Medienwelt einzuschlagen. Wir müssen sie finden, einstellen, trainieren und in den Arbeitsablauf integrieren.

Finden Sie neue Talente

...für die Ausbildung

Ermutigen Sie junge Menschen aus Minderheitengruppen sich mit der Medienwelt auseinanderzusetzen und sich fortbilden zu lassen, damit sie von den Medien als potenzielle MitarbeiterInnen wahrgenommen und gehört werden.

CREAM Plus ist ein gesamteuropäisches Projekt, das Ausbildung und Forschung zum Thema Medien und Vielfalt fördert. Eine der Aktivitäten ist die Organisation eines „Tages der Medien für SchülerInnen der Sekundarstufen“ in so vielen europäischen öffentlich-rechtlichen Medienanstalten wie möglich. Für einen Tag im Jahr öffnen die Sender ihre Tore für SchülerInnen. Sie können an verschiedenen Workshops teilnehmen. Zeitgleich finden auch Workshops für LehrerInnen und BerufsberaterInnen statt.

<http://www.olmcm.org>

Wie funktionieren Bilder und Medien? Was ist ein Klischee? **WATCHING THE MEDIA** regt Informationen und Aktivitäten zum besseren Verständnis dafür an, wie Medien funktionieren, um kritische Analysen zu fördern und zum Kampf gegen jegliche Art von Diskriminierung beizutragen. Das Handbuch, das mit Unterstützung des European Social Network erstellt wurde, enthält eine Broschüre und eine CD-ROM und kann auf Französisch, Deutsch und Englisch bestellt werden.

<http://www.apte.asso.fr>.

Digitales ist ein Projekt zum Geschichtenerzählen, in dem junge Menschen aus Europa Filme über ihr Leben drehen und so lernen können, wie man ein Drehbuch schreibt, den Ton aufnimmt und Fotos und Zeichnungen bearbeitet.

<http://www.digi-tales.org>

VRT ermutigt Jugendliche über eine Karriere bei Radio und Fernsehen nachzudenken, indem es „Schnuppertage“ für SchülerInnen der Sekundarstufe organisiert und ihnen zeigt, wie die Medien funktionieren und durch attraktive „Medienberufe“ und Broschüren, in denen junge Berufstätige erklären, was sie machen und wie sie zu ihrem Job gekommen sind. Diese Broschüre ist auf der Website des Senders zu finden:

http://www.vrt.be/vrt_master/over/overdevert_diversität_schermen/index.shtml

Skilset, die Branchen-Beratungsstelle für audiovisuelle Industrie in Großbritannien, die von der Regierung und der audiovisuellen Industrie finanziert wird, verbreitet Informationen über Jobs in allen Branchen, Statistiken, Links, Politische Aussagen usw. <http://www.skilset.org>

Ein Reporter der Hauptnachrichtensendung des schwedischen Rundfunks hat drei Schulen in einer Stockholmer Vorstadt kontaktiert und mit Hilfe der SchulleiterInnen 10 SchülerInnen ausgesucht, die je eine Woche in die Nachrichtenredaktion kamen. KollegInnen wurden eingeladen, MentorInnen und SponsorInnen zu werden. Sie gingen in die Schulen, um über die öffentlich-rechtliche Sender und Nachrichtenjourna-

lismus zu sprechen. Ziel war es, das eigene Wissen über den Alltag in diesen Stadtteilen zu verbessern und so neue Vielfalt in die Berichterstattung zu bringen und gleichzeitig die jungen Menschen zu ermutigen, journalistische Berufe zu ergreifen.

.....für das Radio

Der niederländische Rundfunk **NPS** startete eine tägliche dreistündige Radiosendung, die von den Jugendlichen aus Stadtteilen gestaltet wurde und mit der Zeit deren Stimme wurde. Dadurch hat NPS-Hörfunk neue Talente entdecken können, von denen auch NPS-Fernsehen profitiert hat.

Das multikulturelle Radioprogramm des **WDR**, „**Funkhaus Europa**“, organisiert regelmäßig Workshops für MedienmacherInnen mit Migrationshintergrund.

... und für die Gemeinden

Organisieren Sie Netzwerke zwischen den Medienbetrieben und den bestehenden Medien der Einwanderergruppen. Nutzen Sie nicht nur den konventionellen Weg von Stellenanzeigen, sondern auch die lokalen und von den EinwanderInnen geführten Medien und Netzwerke.

NPS beteiligt sich an großen multikulturellen Festivals, finanziert diese sogar zum Teil und macht Fernsehsendungen darüber.

Die jährliche „**Europäische Woche für Vielfalt und Medien**“ wurde 2003 gegründet, um den Bedarf an größerer Vielfalt in den Medien hervorzuheben und neue Wege zum konstruktiven Dialog zwischen Medienvertretern, NGOs und Minderheiten zu fördern. Absicht ist auch, „eine europäische geschlossene Gesellschaft anzustreben, in der alle Bürger Gehör finden, es mehr Qualität im Journalismus und im Programmieren gibt und damit wirtschaftlicher Erfolg und die Bedürfnisse der Minderheitengruppen nicht im Widerspruch zueinander stehen“.

<http://www.olmcm.org/>

Wie können Sie zeigen, wen Sie suchen?

Auch wenn ethnische Herkunft nicht als Anforderung in einer Stellenanzeige genannt werden kann, gibt es Wege um das Interesse an der Anwerbung von Menschen mit Migrationshintergrund oder anderem kulturellen Background zum Ausdruck zu bringen.

- Seit 2005 hat der **WDR** in seinen Stellenanzeigen diesen Standardsatz hinzugefügt; „der WDR fördert die kulturelle Vielfalt in seinen Einrichtungen und begrüßt deshalb die Bewerbung von BewerberInnen mit Migrationshintergrund“, analog zur Gleichstellung von Frauen und Behinderten.

- **SVT** hat folgenden Satz zu seinen Stellenausschreibungen hinzugefügt: „Erfahrungen und Kenntnisse verschiedener Kulturen, Religionen und Sprachen sind wünschenswert.“
- **NPS** versteht sich als multikultureller Sender der Niederlande, der stets auf der Suche nach multikulturellen Talenten ist.
- Die Ziele der Personalabteilung des Regionalprogramms von **BBC English Regional** lauten: Werben, Behalten und Verbessern.

Um den Standard hoch zu halten und gleichzeitig die Zahl der KandidatInnen zu erhöhen, gibt es in Stellenausschreibungen und Personalauswahl das Kriterium „gute Kenntnisse über diverser Bevölkerungsgruppen ist erwünscht“. Diese Kenntnis ist eine der Kompetenzen, die überprüft werden und die es einer großen Anzahl von KandidatInnen mit unterschiedlichem kulturellem und sozialem Hintergrund erlaubt, in die engere Wahl zu kommen.

Gewinnen Sie neue Talente

Bedenken Sie, dass ArbeitgeberInnen dazu tendieren, Menschen einzustellen, mit denen sie unproblematisch umgehen können, die meistens so denken und so aussehen, wie sie selbst.

FAIR-Future Adapted Inclusive Recruitment ist eine Methode, die in Schweden entwickelt wurde, um die besten Leute für jede Stelle zu suchen, ohne dabei Vielfalt auszuschließen. Die Methode ist ausgerichtet auf Kompetenzen im Laufe des gesamten Einstellungsprozesses. Indem bei Fragen bezüglich der Kompetenz rigoros eingegriffen wird sowie spontan auftkommende Themen vermieden werden, kann so die „damit geht es mir gut“-Falle umgangen werden.

Ein Programmverantwortlicher betont: „Nachdem ich als Produzent Hunderte von Leuten eingestellt habe, war ich skeptisch, aber nach der Anwendung der FAIR – Methode habe ich meine Meinung geändert. Sie ist für mich das richtige Instrument die BewerberInnen miteinander zu vergleichen und jetzt kämpfe ich dafür, dass viele dieses Instrument einsetzen. FAIR ist eine ausgezeichnete Einstellungsmethode. (Eine Beschreibung der Methode finden Sie im Anlage 1)

FAIR wurde entwickelt von der **EU Equal Partnerschaft**, der auch SVT angehört.
www.equalfair.se

Move On Up –Veranstaltungen durch **BECTU**, eine unabhängige Gewerkschaft der Angestellten der Medien- und Unterhaltungsbranche in Großbritannien, die Veranstaltungen organisiert, bei denen talentierte Menschen aus der Branche Gelegenheit bekommen, in Kontakt mit Verantwortlichen aus verschiedenen Organisationen zu treten. Die „Move On Up“-Veranstaltungen zielen besonders auf Talente unter Schwarzen und von anderen Minderheitengruppen.

Kürzlich fand eine Veranstaltung zum Thema Nachrichten statt, in deren Rahmen 70 Verantwortliche aus dem Bereich Nachrichten aus Fernsehen, Radio und Presse Einzelgespräche mit BewerberInnen mit Aufstiegambitionen führten.

<http://www.bectu.org.uk/news/gen/ng0291.html>

ROOTS Projekt: Zwischen **BBC Regional** und dem **Arts Council England** wird seit vier Jahren eine Partnerschaft entwickelt, um neue Stimmen und Talente aus den Minderheitengruppen zu finden, sie zu schulen und ihnen den Zugang zu den internen Netzwerken im Sender zu ermöglichen. Elf regionale KoordinatorInnen wurden eingesetzt. Ihre Aufgabe bestand darin, Kontakte zu neuen Talenten in ihrer Region herzustellen und ihnen über BBC Programme und Kulturveranstaltungen die Möglichkeit zu bieten, sich dem Publikum vorzustellen. Durch den Auftritt in Kulturprogrammen der BBC vertieften die KünstlerInnen den Kontakt zu Menschen mit unterschiedlichem kulturellen Hintergrund und verbesserten so auch das Verständnis füreinander. Die Interaktion mit den KünstlerInnen im Sender führte zu weiteren Kontaktmöglichkeiten für die JournalistInnen. Die Gewinnung neuer Stimmen und neuer Programmideen für den Sender ist eine Errungenschaft dieses Projekts.

Pact, der britische Medienverband, hat einen **Pact Diversity Guide** entwickelt, um seinen Mitgliedern unter den unabhängigen Medienproduktions- und Vertriebsfirmen zu helfen, in ihrem Bereich Vielfalt zu herzustellen. Das Handbuch gibt Ratschläge und Beispiele für die Herstellung von Vielfalt im weitesten Sinne.

<http://www.employers-forum.co.uk/bcidn/manifesto/2006-actionplan/pact-bcidn-report.pdf>

BBC English Region behält nicht berücksichtigte, aber dennoch interessante BewerberInnen in ihren Unterlagen, damit sie für zukünftige Jobs wiederum kontaktiert werden können.

„Eine der Lektionen, die wir an unsere Kollegen weitergeben möchten, besteht darin, dass in der Ausübung der Integration und in der positiven Haltung gegenüber Rekrutierung von BewerberInnen mit Migrationshintergrund immer die Qualität und das Können im Vordergrund stehen müssen. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass Bevorzugung nichts bringt, genauso wenig wie die Einführung von Quoten (Gualtiero Zambonini, Beauftragter für Integration und kultu-

Begrüßen Sie neue Talente

...indem Sie den Arbeitsplatz integrativer gestalten und die kulturelle Kompetenz ihrer Beschäftigten trainieren. Denen nützt es sicher, wenn sie sich z.B. über die verschiedenen religiösen Feiertage im Klaren sind.

Bei **NPS** gibt es multikulturelle Kurse für alle Beschäftigten. Dazu werden ExpertInnen aus den Minderheitengruppen zu Treffen mit den Programmverantwortlichen eingeladen. Daneben organisieren sie auch spezielle Informationsveranstaltungen für Programmverantwortliche zu Themen wie Islam oder wie sie in ihren Sendungen die multikulturelle Gesellschaft behandeln können.

Für Dezember 2007 plante der **WDR** einen „**Tag der Vielfalt**“ mit dem Ziel eine Kultur der Toleranz gegenüber der kulturellen Vielfalt innerhalb des Senders zu pflegen, gedacht für Angestellte und Vorgesetzte der Sendeanstalt.

Der **WDR** hat für all seine 4.400 MitarbeiterInnen Programme unter dem Namen „Mobilität und Flexibilität“. In diesem Rahmen gibt es für jede/n die Möglichkeit für vier Wochen den Arbeitsplatz innerhalb des Senders zu wechseln und neue Erfahrungen zu sammeln, z.B. in einem der multikulturellen Programme.

Gewerkschaften und Berufsorganisationen von JournalistInnen und gemeinsame Aktionen dieser Organisationen können ein Instrument sein, um die Berichterstattung über Vielfalt zu verbessern und auch die Stellung der Minderheiten unter den Beschäftigten zu verbessern. Dadurch können auch das Verständnis gefördert und die Qualitätsstandards der Medienvielfalt verbessert werden.

Die JournalistInnenverbände sollten ihr Hauptaugenmerk auf die gleichberechtigte Vertretung von Minderheiten bei den Beschäftigten legen. Dabei muss nicht nur der zahlenmäßige Anteil beachtet werden sondern auch die angemessene Verteilung über alle Stufen der Hierarchie.

Ich bin Roma und Journalist und begann meine Arbeit als Dokumentarfilmer für das Fernsehen vor 15 Jahren. In all diesen Jahren musste ich, trotz kleiner Erfolge, jeden Tag gegen Ignoranz ankämpfen. Ich hoffe, dass sich dies eines Tages ändert. (János Daróczy, erfolgreicher Dokumentarfilmer, MTV)

www.ifj.org.

Nach der Einstellung neuer Talente

Helfen Sie Ihren neuen MitarbeiterInnen aus Minderheitengruppen und bilden Sie sie aus.

- ‚Innerbetriebliche Ausbildung ist für jede/n AnfängerIn grundlegend. Ein fortlaufendes Ausbildungsprogramm für neu eingestellte MitarbeiterInnen ist deshalb sehr wichtig. So lernen sie den Betrieb kennen und erwerben die Kenntnisse und Fähigkeiten, die sie brauchen, auch in Sachen Vielfalt.‘ (Empfehlung der Konferenz ‚Migration und Integration, Europas große Herausforderung. Welche Rolle spielen die Medien‘, Essen 2006)
- Seit 2000 hat **NPS** vier einjährige Ausbildungsprogramme für talentierte JournalistInnen, ProduzentInnen und ProgrammmacherInnen aus Minderheiten ins Leben gerufen. Das Programm ist sehr erfolgreich und die meisten derer, die es durchlaufen haben, arbeiten noch in den Medien. Es ist von großer Bedeutung, diese Talente auch danach auszuwählen, wie sie sich in die Arbeitsgruppe einfügen. sehr viel Disziplin ist dabei aufzubringen, die jungen MitarbeiterInnen zu motivieren an allen Meetings teilzunehmen und sich so gut wie möglich einzubringen. Eine zweiwöchentliche Auswertung ist sehr wichtig, dabei müssen die Meinungen der TeilnehmerInnen aufmerksam angehört werden. Je besser die Ausbildung auf die TeilnehmerInnen ausgerichtet ist, desto erfolgreicher bindet es die Talente an Ihre Sendeanstalt.
- Es ist sehr wichtig, den KollegInnen, die noch in der Ausbildung sind, zu helfen, denn sie bewältigen gerade ihren Einstieg in einen Sender. Bei der **BBC** läuft ein Mentoring-Programm (s. Anhang 2, Mentoring-Leitlinien.)

„Bei den Maßnahmen, die ich geleitet habe, gab es gegenseitige Vorteile für MentorInnen und Mentees, beide Seiten gewannen Kenntnisse und Bewusstsein. Einige MentorInnen, die zu Beginn dachten, sie nähmen eher aus selbstlosen Motiven teil, hat das überrascht. Es gibt Fälle, in denen sich das auf die Beschäftigung ausgewirkt hat, grundlegender jedoch war, dass das Mentoring dazu beigetragen hat, Vorurteile abzubauen und Verständnis aufzubauen.“ (Rowzat Tayyebkhan, BBC Training & Development)

Die „Zelle für Vielfalt“ der **VRT** organisiert jedes Jahr positive Maßnahmen, um Angehörigen von Minderheiten die Gelegenheit zu geben, in den Medien Erfahrungen zu sammeln. Bei der Ausschreibung werden Menschen aus Minderheiten oder Behinderte besonders ermutigt, sich zu bewerben. Das Stellenangebot wird über allgemein bekannte und auch spezielle Netzwerke (Organisationen, Webseiten) der Minderheiten verbreitet. Die Praktika sind in Bereichen wie Forschung, Produktions-Assistenz oder Redaktionsbüros von allgemeinen Fernseh-, Radio- oder Online-Programmen angesiedelt. Gleichzeitig können die PraktikantInnen an innerbetrieblichen Ausbildungsmaßnahmen bei VR, wie Redaktion, Stimmtraining, Schreiben für den Hörfunk, usw. teilnehmen. Die neuen Auszubildenden werden alle zwei Monate durch die ProduzentInnen oder journalistische MentorInnen bewertet, mit denen sie während der Ausbildung zu tun haben.

Das finnische Projekt **YLE Mundo**, ins Leben gerufen durch das Programm „Equal“ des ESF, beinhaltet ein zweijähriges Medien-Ausbildungs- und Arbeitsprogramm für Jugendliche aus ethnischen Minderheiten. Das Ziel war, „die Grenzen zwischen FinnInnen und ImmigrantInnen zu beseitigen oder zumindest durchlässiger zu machen.“ Die Resultate dieses erstmals durchgeführten Programms waren: 24 ausgebildete TV-Fachleute, die Bildung eines Modellprogramms für Unterricht und Ausbildung für eine multikulturelle Gruppe und ein TV-Programm, weil ein 10-Minuten-Zeitfenster für Produktionen dieser Auszubildenden reserviert wurde. Das Mundo-Projekt (2004-2007) hat eine Menge bewirkt für den Umgang mit der Vielfalt bei YLE und den finnischen Medien im Allgemeinen. Dieses Konzept kann auch in anderen Ländern angewendet werden.

http://ec.europa.eu/employment_social/equal/practical-examples/employ-07-mundo_en.cfm

Seit 2005 wurden durch das Projekt „WDR-grenzenlos“ junge JournalistInnen mit Migrationshintergrund dem WDR und anderen Sendern vorgestellt. Jährlich wird zehn jungen Talenten die Möglichkeit gegeben an einem vierwöchigen Praxis-Kurs in verschiedenen Abteilungen des WDR und an einer zweiwöchigen Journalismusausbildung teilzunehmen. Die meisten jungen JournalistInnen, die an den „WDR-grenzenlos“-Programmen teilgenommen haben, sind beim Sender geblieben, entweder als Freie oder als Nachwuchs für die Redaktionen. In diesem Jahr soll das Programm auch auf technische Berufe ausgeweitet werden.

<http://grenzenlos2007.de/>

Während der Konferenz ‚**Migration und Integration, Europas große Herausforderung. Welche Rolle spielen die Medien**‘, die 2006 in Essen stattfand, wurde das internationale Journalistenprogramm „grenzenlos“ gegründet. In diesem Jahr wurden 20 junge JournalistInnen ausgewählt, um an einem Multimedia-Projekt zu arbeiten, in dem Themen mit Bezug zum „Jahr des interkulturellen Dialogs“ 2008 behandelt werden. Das Programm zielt darauf ab, die transnationale und interkulturelle Kompetenz von jungen JournalistInnen zu verbessern, die zum Dialog über die Kulturen hinweg beiträgt.

<http://www.integration-media.eu/>

10. Fortschritte messen

Die unterschiedliche Gesetzgebung in den Mitgliedsstaaten erschwert den Vergleich von statistischen Erhebungen und wissenschaftlichen Untersuchungen über die Zugehörigkeit zu Mehrheits- oder Minderheitsbevölkerung.

Diese Schwierigkeiten sollen jedoch nicht als Entschuldigung dienen, auf Erhebungen zu verzichten, wie sich die Fernsehanstalten weiterentwickeln oder welche Meinungen ihr Publikum hat.

Ob in dieser Frage ein Fortschritt zu verzeichnen ist, können wir nur im Vergleich mit den festgelegten Zielen und Vereinbarungen feststellen. Die Zielvereinbarungen müssen sowohl den Programm- wie auch den Personalsektor betreffen, regelmäßig überprüft und jährlich veröffentlicht werden.

Das perfekte Hilfsmittel um die Reaktionen des Minderheitenpublikums zu messen gibt es noch nicht, mithilfe bestimmter qualitativer Methoden können wir jedoch aktuelle Trends und Bedürfnisse aufzeigen.

„Wir sitzen in Meetings zusammen, schöne Dinge werden besprochen, aber es folgen keine Taten“, so ein britischer Fernsehproduzent (aus „Look Who’s Talking“ von Mukti Jain Campion).

Bestimmen Sie die Ziele und beobachten Sie die Ergebnisse

- Die **BBC** hat Zielvereinbarungen getroffen, die die Vielfalt des Programminhalts On- und Off-Air garantieren sollen. Sie wird dabei unterstützt von einer Vielzahl von Initiativen, die auf die Vielfalt der Inhalte, sowie der Zusammensetzung des Personals, abzielen. Die britische Rundfunkanstalt hat beschlossen, die Darstellung von Schwarzen, von ethnischen Minderheiten und von Behinderten regelmäßig zu beobachten. Bis Dezember 2007 sollten ein 12,5-prozentiger Anteil von Schwarzen und Angehörige ethnischer Minderheiten beim Personal erreicht worden sein.
- In den Niederlanden wurde per Gesetz festgelegt, dass in der niederländischen Rundfunkanstalt **NPS** 20% der Fernsehsendungen multikulturellen Inhalt haben müssen, bei den Radioprogrammen beträgt der Anteil sogar 25 Prozent. Wird dieser Anteil von NPS nicht erreicht, werden ihr von der Gemeindeaufsichtsbehörde Bußgelder auferlegt. Alle neuen Programmentwürfe werden in den öffentlich-rechtlichen niederländischen Fernsehkanälen inzwischen auf ihre Multikulturalität hin untersucht.
- Die Auswertungen, die **France Télévisions** vornimmt, sind qualitativer Art. Seit 2004 werden die positiven Maßnahmen jährlich analysiert und die Quoten gemessen. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse beweisen, dass die ZuschauerInnen in Frankreich durchaus die unternommenen Anstrengungen anerkennen, aber für die Hälfte der Zuschauerschaft das französische Fernsehen die Zusammensetzung der in Frankreich lebenden Bevölkerung immer noch nicht adäquat darstellt.
- Die **France Télévisions** erstellt Studien über die Zusammensetzung ihrer Belegschaft, um herauszufinden, ob die ethnische Zugehörigkeit die berufliche Karriere erschwert oder behindert. Da in Frankreich sowohl negative wie auch positive Diskriminierung gegen die Verfassung verstößt, steht sie unter der Aufsicht der CNIL, der französischen Datenschutzbehörde.
- Das **Netzwerk Online/Mehr Farbe in die Medien**, das sich aus Mitgliedern mehrerer europäischer Staaten zusammensetzt, hat einen **Europäischen Tag der Medienkontrolle** ins Leben gerufen. Weiterführende Informationen sind zu finden unter <http://www.multicultural.net/edmm/index.htm>
- Die Studien- und Forschungsabteilung des flämisch-belgischen **VRT** Vlaamse Radio- en Televisieomroep führt alle zwei Jahre eine Kontrollstudie in Zusammenarbeit mit mehreren flämischen Universitäten durch, um zu untersuchen, wie die Minderheiten in den flämischen Fernsehkanälen, darunter in ihren eigenen drei Kanälen (One, Canvas und Ketnet) vertreten sind. Die Ergebnisse der Studie werden allen Programmproduzenten innerhalb des VRT, aber auch Presse und Verbänden zur Verfügung gestellt. Diese Ergebnisse können bei

der Planung neuer Sendungen oder der Entwicklung neuer Programmstrategien Berücksichtigung finden.

- Die bundesweite repräsentative Studie „**Migranten und Medien 2007**“ von der **ARD/ZDF-Medienkommission** beauftragt, untersuchte das Medienverhalten der MigrantInnen in Deutschland und brachte einige wichtige Erkenntnisse zu Tage. Als erstes Ergebnis brachte die Studie, dass MigrantInnen täglich deutsche Fernsehsendungen ansehen. Die Studie bestätigte, dass sich in der Nutzung von Medien keine ausgeprägte ‚Parallelgesellschaft‘ entwickelt hat. Die Ausgangslage für eine erfolgreiche mediale Integration der MigrantInnen in Deutschland ist insofern gut. Des Weiteren belegt die Studie, dass MigrantInnen, insbesondere die Türkischstämmigen, auch heimat Sprachige Medien nutzen, die eine Brücke zum Herkunftsland und zur Herkunftskultur darstellen. Sie nutzen diese Sender jedoch in geringerem Umfang als die deutschen Programme. Dies bestätigt, dass gute Deutschkenntnisse eine wichtige Voraussetzung für die Integrationsleistungen deutschsprachiger Medien sind. MigrantInnen nutzen das Fernsehen in einem mit den deutschen Zuschauerschaft vergleichbaren Umfang und relativ stark als Unterhaltungsmedium. Die Programme der öffentlich-rechtlichen Sender erreichen die MigrantInnen weniger gut als das deutsche Publikum, haben jedoch ein hohes Image und werden für die ihnen zugeschriebene, hohe Informationskompetenz geschätzt.
- Das Robert C. Maynard Institut für die Journalisten-Ausbildung in Oakland, Kalifornien bietet sogenannte „**Reality Checks**“ an, ein internetgestütztes Diagnose-Programm für Nachrichtenmedien, um schnell und einfach die Vielfalt ihrer Quellen und die Vollständigkeit ihrer Berichterstattung zu überprüfen.
<http://mendota.english.wisc.edu/danky/realitychecks.pdf>
- RepräsentantInnen von Minderheitsgruppen werden regelmäßig zur Kontrolle von ausgewählten Rundfunk- und Fernsehsendungen des **WDR** eingeladen. So ist zum Beispiel eine Gruppe eingeladen worden, sich den WDR-Fernsehfilm „Wut“ anzusehen und anschließend darüber zu diskutieren. Der Film zeigt die Lebenssituation junger Migranten in Deutschland, mit dem Schwerpunkt Gewaltproblematik.
- Der Lenkungsausschuss von **Gleichberechtigung und Vielfalt**, der 2004 in der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt Finnlands YLE gegründet wurde, initiierte u.a.
 - 2005 verschiedene Treffen mit Vertretern von Minderheitengruppen
 - 2006 eine Studie über die Erwartungen von Minderheitengruppen an die öffentlich-rechtlichen Programme
 - 2006 ein Fallstudien-Seminar über den Inhalt von Unterhaltungsserien, die sich mit Themen von Minderheiten beschäftigen.
- Die öffentliche niederländische Sendeanstalt NPS lässt ihre multikulturellen Sendungen ebenso, wie alle anderen Programme, auf inhaltliche Qualität und Publikumserfolg untersuchen. Je mehr eine Sendung mit multikulturellem Inhalt auf ein breiteres Publikum abzielt, desto wahrscheinlicher wird die Chance auf einen Platz in der Hauptsendezeit. Je spezieller der Inhalt oder je kleiner die Zielgruppe ist, desto größer wird der Abstand zur Hauptsendezeit. Die ProduzentInnen multikultureller Sendungen müssen vorab anzeigen, welches Publikum sie erreichen wollen und in welchem Umfang. Neue Sendeformate werden von der NPS zunehmend an Samstag- und Sonntagnachmittagen erprobt.

10. Fortschritte messen

- Der Sender BBC English Regions hat eine eigene Datenerhebung und Software namens ‚Das Porträt der Minderheiten‘ entwickelt. Die ProduzentInnen können mit ihrer Hilfe feststellen wie gut es ihnen gelungen ist, die gewünschte Vielfalt in ihren Programmen darzustellen. Dieses Instrument wird zusammen mit weiteren Methoden zur Feststellung von Publikums- und Programmerfolg eingesetzt, um Marktanteil und Qualität der Sendungen zu erfassen. Die Inhalte der Produktion werden pro Quartal zwei Wochen lang kontrolliert. Aus diesen Momentaufnahmen werden Erkenntnisse bezüglich der kulturellen und ethnischen Vielfalt gewonnen. Die Beobachtungen konzentrieren sich auf folgende Inhalte:

Der prozentuale Anteil der MitarbeiterInnen im gesamten Sendegebiet nach

- Geschlecht
- Zugehörigkeit zu einer ethnischen Minderheit (gemäß Anteil an der Bevölkerungsstatistik)
- Behinderung
- Die Varianz dieses Anteils bei den verschiedenen Sparten wie Sport, Politik usw.

Des Weiteren werden Querverweise zwischen allen genannten Kategorien vorgenommen.

Gemessen werden auch die Dauer des Auftritts der Person, sei es im Kurzclip, im längeren Interview oder die der/des Hauptdarsteller/s.

„Was gemessen werden kann, wird gemessen“

Der kanadische Spezialist zum Angebot der Vielfältigkeit DiversiPro hat eine Zusammenfassung erstellt und bietet Organisationen und Unternehmen Rat bei der Einführung der gewünschten kulturellen Programm- und Personalvielfalt.

<http://www.diversipro.com>

11. Vielfalt organisieren (Managing Diversity)

Minderheiten sind Teil unserer Gesellschaft, haben immer dazugehört und werden immer dazugehören. Die Medien spielen eine wichtige Rolle bei der Integration, wenn sichergestellt wird, dass sie die Themen, die Minderheiten- und Einwanderungsgruppen, Flüchtlinge und Asylsuchende betreffen in einer fairen und ausgewogenen Art und Weise darstellen, ihren positiven Beitrag zur Gesellschaft würdigen und sie vor negativen Stereotypen schützen.

Wie kann das Verhalten innerhalb der Medien verändert werden? Eine positive Veränderung kann nur Erfolg haben, wenn die Führungskräfte sich für die kulturelle Vielfalt einsetzen und sie anstoßen. Sie sollte als positiver Wert und als kreative Herausforderung begriffen werden. Die Fähigkeit zu interkultureller Zusammenarbeit sollte Priorität bekommen und wichtige Voraussetzung des beruflichen Aufstiegs werden. Dies sollte die „obligatorische“ Sichtweise auf diesen Inhalt werden.

Das Thema sollte von der positiven Seite betrachtet werden und nicht als weitere Zumutung für eine bereits überlastete Belegschaft. Kulturelle Vielfalt bekommt allmählich schon einen negativen Beiklang.

Kulturelle Vielfalt sollte als Chance für eine Erneuerung erkannt werden, um die Dinge aus neuen Blickwinkeln zu sehen. Neue Ideen sollten aufgegriffen und warum nicht gleichzeitig damit auch neue Publikumsschichten gewonnen werden? Es wäre an der Zeit, neue Märkte zu erobern, zu expandieren, unseren Horizont und unsere Programme zu erweitern.

Die Politik der Vielfalt

Viele Fernsehanstalten haben inzwischen Artikel in ihre Statuten und Geschäftsordnungen aufgenommen, die diese Verpflichtungen widerspiegeln.

Beispiele:

- Die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt Frankreichs **France Télévisions** hat sich verpflichtet, die kulturelle Vielfalt der französischen Bevölkerung wiederzugeben und die Darstellung in allen Beiträgen, im gesamten Programm und durch die Personen, ExpertInnen, SchauspielerInnen, JournalistInnen usw., die auf all ihren Kanälen erscheinen, zu verbessern.
- **BBC:** Die BBC verpflichtet sich, die kulturelle und ethnische Vielfalt des britischen Publikums bei der Auswahl seines Personals ebenso wie bei seinen Fernseh- und Radiosendungen und bei den Internetbeiträgen, zu berücksichtigen. Ziel ist, einen realistischen Querschnitt der britischen Bevölkerung wiederzugeben, sei es bei der Geschlechtszugehörigkeit, dem Alter, der ethnischen Zugehörigkeit oder der kulturellen Vielfalt, bei Behinderung, Glauben und sozialem Hintergrund oder sexueller Orientierung. Die BBC unterstützt die gesellschaftliche Anerkennung dieser neuen Werte, indem sie unter anderem die verschiedenen Völker, Regionen und Gemeinden Großbritanniens darstellt; indem sie den verschiedenen ethnischen Gemeinden Informationen zur Verfügung stellt, die diese befähigen, ihre Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu erkennen. Die BBC versucht, durch besseres gegenseitiges Verständnis einen größeren Zusammenhalt der Gesellschaft und größere Toleranz zu schaffen. Mehr Informationen über die Politik der BBC sind zu finden unter www.bbc.co.uk/info/policies
- **YLE:** Die finnische Rundfunkanstalt unterstützt und fördert die Akzeptanz verschiedener Bevölkerungsgruppen und deren einzelner Mitglieder. Durch ihren Einsatz schafft die YLE Voraussetzungen für die Anerkennung der kulturellen Vielfalt in Finnland. Beiträge für Minderheiten und ausgewählte gesellschaftliche Gruppen, sogar im Programm der Hauptkanäle, tragen die Grundwerte der Anstalt in die Öffentlichkeit. Als Arbeitgeber will die YLE ihre Belegschaft gleich, tolerant und in keiner Weise diskriminierend behandeln und noch multikultureller als bereits jetzt schon werden. www.yle.fi/fbc/palvelustrategiaEng.pdf
- **SVT,** die öffentlich-rechtliche Fernsehanstalt Schwedens, verfolgt eine „Politik für ethnische und kulturelle Vielfalt innerhalb der SVT“. Als Beispiel sei genannt: Für die SVT bedeutet ethnische und kulturelle Vielfalt, in ihren Sendungen und Angeboten den vielfältigen kulturellen und ethnischen Hintergrund der Bevölkerung Schwedens zu zeigen. Das soll sich auch in der Zusammensetzung der Belegschaft widerspiegeln. In der SVT darf niemand wegen seiner ethnischen Herkunft, seines Glaubens oder seines kulturellen Hintergrunds diskriminiert werden. www.svt.se/content ...

Ergebnisse

Damit es bei diesen Vorhaben nicht nur bei Worten bleibt, muss die praktische Umsetzung – damit sind gemeint die Resultate auf dem Gebiet der Ausbildung, der Personaleinstellung und dem Management - jedes Jahr erneut überprüft und beurteilt werden.

- Im Juni 2007 gab die **BBC** folgende Presseerklärung heraus: „Das Direktorium der BBC hat den gemeinsamen Beschluss gefasst, im Geschäftsjahr 2006/07 auf die vertraglich vereinbarten Gehaltszulagen zu verzichten.“
- Die Direktoren nannten als Motiv dafür die bevorstehende hohe Herausforderung, der sich die BBC zu Beginn der Laufzeit der neuen Lizenzgebühren gegenüber sieht. Sie sind sich der Auswirkungen sehr bewusst, die wahrscheinlich auf ihr Personal zukommen werden. Sie gaben auch zu, dass die BBC, obwohl sie Fortschritte bei der kulturellen und ethnischen Vielfalt erzielt habe, bestimmte Vorgaben bei der Personalzusammensetzung zum vereinbarten Zeitpunkt nicht erreicht hat.
www.bbc.co.uk/pressoffice
- Die Führungskräfte sollten die Inhalte des Themas aktiv unterstützen, indem sie an Veranstaltungen, Seminaren und Feierlichkeiten teilnehmen. Ist die Leitung anwesend, nehmen auch mehr Angestellte teil und bekommen dabei die Gelegenheit Neues zu sehen, Personen, Inhalte und Möglichkeiten der kulturellen Vielfalt kennenzulernen.

Analysieren Sie Ihre eigene Arbeit

- **France Télévisions** hat eine **Studie über die ethnische und kulturelle Vielfalt** gestartet, die insbesondere Vorurteile untersucht, seien sie nun bewusst oder unbewusst oder die stille oder offene Verwendung von Stereotypen. Eine externe Consultingfirma hat in allen Bereichen mit Führungskräften und Angestellten Einzelinterviews durchgeführt und allgemeine Verhaltensmuster herausgefunden. Es wurde festgestellt, dass neue Fortbildungsangebote und objektivere Regeln bei der Einstellung erforderlich sind und Einführung und Durchsetzung von Maßnahmen zur kulturellen Vielfalt auf eine breitere Basis gestellt werden müssen. Das Ergebnis wird eine Liste von Empfehlungen zur praktischen Umsetzung im gesamten Unternehmen beinhalten.
- Machen Sie die Interkulturalität zu vorrangiger Kompetenz und zur Voraussetzung für die berufliche Karriere.
- Der **WDR** erarbeitet bis Ende des Jahres ein Konzept für ein Modul bei der Aus- und Fortbildung, zur Einführung und Handhabung der kulturellen Vielfalt.
- Die **SVT** baut in alle Trainingsprogramme für neue Führungskräfte einen verbindlichen Baustein über Vielfalt ein.

- Die **BBC** hat einen Fragebogen zur Politik der Redaktion als Online-Trainingsmodul zur freiwilligen Nutzung entwickelt, der die Belegschaft bewusster gegenüber ihren Wahrnehmungen und Vorurteilen machen soll.
- France Télévisions hat im Rahmen des EU-Programms EQUAL „Pluriel Media“ gestartet, um das Bewusstsein der Personalabteilung zu schärfen, sie zu schulen und zu motivieren und damit die Vielfalt bei allen Aspekten ihrer Arbeit zu berücksichtigen. Ein Leitfadens mit sieben Punkten wurde an die Belegschaft und externe Partner verteilt, als Ermutigung, die Kriterien der Vielfalt in alle Projekte einzubinden.

Wie sollte man die Vielfalt implementieren?

- „Migration und Integration, Europas große Herausforderung. Welche Rolle spielen die Medien?“ Die 2006 in Essen stattgefundenen Konferenz bot Workshops mit Medienprofis und brachte als Ergebnis eine Reihe von Empfehlungen (siehe dazu Anhang 3).
- Soll eine neue Abteilung für das Thema gebildet werden oder sollen bereits bestehende Abteilungen diese Inhalte mit übernehmen? Sollen für die Minderheiten besondere Programme erarbeitet werden oder soll es ein Thema für den Mainstream sein?

Selbstverständlich beeinflussen die besonderen nationalen Bedingungen die Umsetzung. Wir wollen hier vier unterschiedliche Wege aufzeigen, wie die kulturelle Vielfalt in den Fernsehgesellschaften organisiert werden kann.

„Es darf nicht um ein Entweder-Oder gehen. Natürlich sollte die kulturelle Vielfalt auch im Mainstream aufgenommen werden, es muss aber auch gezielte Sendungen für und mit Minderheiten geben. Das muss nicht unbedingt Getto-Fernsehen bedeuten, es bleibt Fernsehen für alle.“ (Inger Etzler, früherer Leiter des Multikulturellen Zentrums des SVT)

Besondere Nischenprogramme für nationale Minderheiten

HRT Kroatien

Das Kroatische Radio- und Fernsehgesetz beinhaltet die Verpflichtung, Sendungen für die nationalen Minderheiten zu produzieren und auszustrahlen, aber es findet sich kein spezieller Artikel über die kulturelle Vielfalt in den Statuten des HRT. Die Finanzierung kann bei der Regierung beantragt werden, augenblicklich wird davon nicht Gebrauch gemacht.

Die HRT befindet sich bei der Einführung einer Struktur der kulturellen Vielfalt noch in einem sehr frühen Stadium. Die Leitung zeigt sich offen für den neuen Inhalt, besteht jedoch auf qualitative Kriterien und nicht nur auf einen bestimmten Umfang.

Die Abteilung für nationale Minderheiten, Migration und Zivilgesellschaft gehört zu den fünf Nachrichtenabteilungen, beschäftigt die meisten Journalisten und produziert die meisten Sendungen.

Produziert werden Wochenmagazine und Talkshows für die nationalen Minderheiten in Kroatien, für im Ausland lebende KroatInnen, für Behinderte, für SeniorInnen und für Personen, die vom jugoslawischen Krieg betroffen waren. Gleichfalls entstehen Sendungen zum Umweltschutz und Dokumentationen über die genannten Themen. HRT beteiligt sich auch an City Folk, der europäischen Dokumentarfilmsammlung.

Durch die Ansiedlung in der Nachrichtenredaktion, kann die Abteilung in gewissem Umfang die Themen der täglichen Nachrichten beeinflussen. Ihr Einfluss basiert jedoch hauptsächlich auf der informellen Diskussion mit den RedakteurInnen der anderen Abteilungen.

Etwa 7,4% der Bevölkerung zählen zu den nationalen Minderheiten, die Abendnachrichten widmen ihnen 1,1% ihrer Sendezeit. Die VertreterInnen der Minderheiten zeigen sich zufrieden mit den extra für die Minderheiten gefertigten Wochenmagazinen, sehen sich aber im Allgemeinen nicht genügend repräsentiert.

HRT hat bislang erst einmal JournalistInnen aus den Reihen der Minderheiten eingestellt. 2004 wurden von der kroatischen Regierung Finanzmittel zur Ausbildung junger JournalistInnen aus den Minderheiten bereitgestellt. Die Abteilung für nationale Minderheiten, Migration und Zivilgesellschaft führte vier Seminare für 30 junge Leute aus 15 Minderheitengruppen durch, von denen sieben Verträge für freie Mitarbeit erhielten. Von der Abteilung für Minderheiten sofort gut akzeptiert, wurden sie jedoch von KollegInnen aus anderen Abteilungen als von der „Politik eingesetzt“ angesehen. Erst nach einiger Zeit, als besonders ihre Übersetzungstätigkeit und ihre direkten Kontakte zu den Minderheitengruppen benötigt wurden, fanden sie die Anerkennung des Kollegiums

Arbeitsgruppe oder Abteilung: VRT, France Télévisions, BBC

VRT

Die flämische Rundfunkanstalt beschloss 2003 ein Statut zur kulturellen Vielfalt, das die Basis für die Schaffung einer Arbeitsgruppe zu diesem Thema bildete. Die Ziele dieser Politik werden von oben vorgegeben und von den Führungskräften gefördert, seine Anwendung ist jedoch nicht verpflichtend.

Die Arbeitsgruppe besteht aus zwei Personen. Sie knüpfen Netzwerke mit Verbänden der Minderheiten, mit Jugendorganisationen und interkulturellen Medien, mit der doppelten Zielsetzung, Talente aufzuspüren und mögliche Teilnehmer für Sendungen zu finden. Positives Handeln – und nicht positive Diskriminierung oder Quoten –

werden als Mittel genutzt, den Zugang von Minderheiten zu Arbeitsplätzen zu erleichtern und die Präsenz von VertreterInnen der Minderheiten und von Behinderten zu verbessern. Sie führen Maßnahmen zur Stärkung des Problembewusstseins und Trainingsseminare mit ihren KollegInnen durch und stellen Kontakte zu ExpertInnen in Fragen der Minderheiten her. Es gibt keinen direkten Einfluss der Arbeitsgruppe auf die inhaltliche Gestaltung von Sendungen, aber sie berät bei der inhaltlichen Gestaltung des Mainstreamprogramms.

In Belgien darf die ethnische Zugehörigkeit bei der Zuschauerbefragung nicht ermittelt werden. Nur auf freiwilliger Basis kann sie beantwortet werden, so konnten bis heute die Auswirkungen dieser Politik auf die Zusammenstellung der Nachrichten nicht nachvollzogen werden.

2004 führte das VRT erstmals eine auf einer breiten Datenbasis durchgeführte Studie durch, wie und wie oft Menschen mit ausländischer Herkunft in den Sendungen der flämischen Hauptfernsehsender, die Kommerziellen miteinbezogen, zu sehen sind. Diese Studie erbrachte Empfehlungen für die Programmverantwortlichen und die JournalistInnen und die weitere Entwicklung von Instrumenten zur Messung der Sichtbarkeit von kultureller Vielfalt in den Programmen.

France Télévisions

Die EU veröffentlichte am 29. Juni 2000 die Richtlinie 2000/43/EG zur Anwendung des Gleichbehandlungsgrundsatzes ohne Unterschied der Rasse oder der ethnischen Herkunft. In Artikel 5 ‚Positive Maßnahmen‘ heißt es: **„Der Gleichbehandlungsgrundsatz hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, zur Gewährleistung der vollen Gleichstellung in der Praxis spezifische Maßnahmen, mit denen Benachteiligungen aufgrund der Rasse oder ethnischen Herkunft verhindert oder ausgeglichen werden, beizubehalten oder zu beschließen.“** Die französische Regierung änderte daraufhin ihre Gesetze, um diese Empfehlungen umzusetzen. France Télévisions startete 2004 den „Plan für positive Maßnahmen zur Integration“ (P.A.P.I.). Dies wurde notwendig, da das öffentlich-rechtliche Fernsehen nicht mehr die Vielfalt des ethnischen und kulturellen Lebens in Frankreich zeigte. Die in Frankreich lebenden Minderheiten erwarteten eine Gleichbehandlung, verlangten eine ausgeglichene und bessere Präsenz in den Medien als sichtbaren Ausdruck der ethnischen, sozialen und kulturellen Unterschiede. Da es nicht nur um kleinere kosmetische Veränderungen ging, wurde ein methodisch hoch entwickelter und zentral gesteuerter Plan entworfen, um die Integrationschancen und die Darstellung der kulturellen Vielfalt zu verbessern.

Das Hauptanliegen dieses Plans, der von 2004 bis 2009 umgesetzt werden soll, war es, einen methodischen Ansatz zu entwickeln, der eine Zunahme der Programminhalte und der Zahl der Beschäftigten in Bezug auf die ethnische und kulturelle Vielfalt gewährleistet. Die traditionellen Verhaltensweisen sollten sich radikal in eine moralisch-ethische Richtung entwickeln.

Als eines der wichtigsten Mittel zur Umsetzung von P.A.P.I., richtete France Télévisions in Zusammenarbeit mit Radio France International und weiteren nationalen und internationalen Organisationen wie dem Europäischen Sozialfonds ESF, das Projekt Pluriel **Media** (1) ein. Ziel dieses Projektes ist die Ermutigung zur Akzeptanz des Andersseins und den Menschen dabei zu helfen „zusammenzuleben“. Dazu zählen Forschungsmaßnahmen innerhalb der France Télévisions, die Führungskräfte zu

befähigen mit der kulturellen Vielfalt umzugehen, die interkulturellen Fähigkeiten von Journalisten zu schulen und junge MedienmacherInnen, die einer Minderheit angehören, in französischen Sendern auszubilden. Die Instrumente, die modellhaft von France Télévisions entwickelt wurden, werden seither auch von anderen französischen Fernsehgesellschaften eingesetzt.

P.A.P.I. wird vom Leiter der Abteilung Integration und kulturelle Vielfalt beaufsichtigt, der direkt dem Vorsitzenden und der Geschäftsführung von France Télévisions untersteht. Ein vierteljährlich erscheinender Bericht stellt die bislang erreichten Erfolge und die künftig noch angestrebten Ziele vor: Programminhalt und Themen; die kulturelle Vielfalt der breiten Öffentlichkeit und der spezialisierten RedakteurInnen auf dem Bildschirm; Zugang zu Ausbildung und Beschäftigung; die Durchführung von Fachkonferenzen, Podiumsdiskussionen, Seminaren und verschiedenen Diskussionsangeboten um bisherige Denkweisen zu verändern.

BBC

Die BBC (2) hat sich verpflichtet, die kulturelle und ethnische Vielfalt Großbritanniens abzubilden und ihre Angebote allen zugänglich zu machen. Das betrifft sowohl die Produktionen – TV, Radio und Internet – als auch das Personal. Die BBC ist federführend auf diesem Gebiet und das Anliegen der kulturellen Vielfalt ist gut in den Strukturen verankert. Sie hat eine Reihe von Initiativen angestoßen mit dem Ziel neue und kreative Talente zu finden und weiterzuentwickeln, wie etwa ‚BBC Talent‘ oder den „Platz der AutorInnen“, die alle die kulturelle Vielfalt fördern. Die BBC hat ihre Vorgabe, dass 10% des Personals ethnischen Minderheiten angehören sollen, bis Ende 2003 erreicht. Bis Ende 2007 will sie den Anteil auf 12,5% erhöhen. Kürzlich wurde bekannt gegeben, dass dieses Ziel nicht erreicht wird und daher das Direktorium und die Führungskräfte auf ihre jährlichen Bonuszahlungen verzichten werden. (1) www.equal.cec.eu.int

(2) www.bbc.co.uk/info/policies/diversity.shtml

Das „Zentrum für Vielfalt“ der BBC wurde 1999 gegründet und beschäftigt aktuell acht Personen. Neben den Maßnahmen zur Gleichbehandlung der Rassen achtet die BBC auch auf die Gleichbehandlung von Behinderten und von Männern und Frauen. Die Ansätze zur Durchsetzung der Chancengleichheit und der kulturellen und ethnischen Vielfalt gehen Hand in Hand.

Die BBC diente lange als Vorbild für die in der EBU zusammengeschlossenen öffentlichen Sendeanstalten.

Das „Zentrum für Vielfalt“ der BBC hat umfangreiche Studien in der Minderheitenbevölkerung betrieben und stellt die Ergebnisse dem BBC-Personal im Intranet zur Verfügung. Erst kürzlich wurde ein Handbuch über die neuen MigrantInnen, damit sind die Asylsuchenden und die OsteuropäerInnen gemeint, veröffentlicht. Der Leitfaden enthält grundlegendes Zahlenmaterial und wichtige Informationen über die einzelnen Ethnien, darunter Angaben, wo sie leben, über ihre Sprache, ihre Religion und neuere Entwicklungstendenzen. Sie bieten auch wertvolle Kontakte und dienen als Quelle für ProgrammproduzentInnen und andere Interessierte in der BBC. Die BBC führt regelmäßige Untersuchungen auf nationaler und regionaler Ebene durch, um zu überprüfen wie die Minderheiten in den Hauptprogrammen und in der Berichterstattung zur Hauptsendezeit vertreten sind. Die jüngste Kontrolluntersuchung wurde

2007 abgeschlossen. Die Studie erfasste die Präsenz der ethnischen Minderheiten im Allgemeinen und führte nicht im Detail die ethnische Zugehörigkeit auf. (Ein Abschnitt vergleicht jedoch die Präsenz der Menschen aus Karibik, der Afro-AmerikanerInnen, der InderInnen und der ChinesInnen.)

2006 ernannte das BBC-Fernsehen ihre erste Redaktionsleiterin mit dem Schwerpunkt kulturelle und ethnische Vielfalt, um die Art und Weise zu überwachen, wie die Fernsehkanäle der BBC ihr Publikum repräsentieren. Diese Politik soll zur Etablierung und Annäherung des Ansatzes der kulturellen Vielfalt dienen. Dieser Ansatz passt zu dem verstärkt kundenorientierten Ansatz der öffentlich-rechtlichen Senderanstalten unter dem Einfluss des Medienmarktes und dem Druck der kommerziellen Sender.

Vom Nischenprogramm zum multikulturellen Zentrum bis zum Personal

Das schwedische Fernsehen SVT

Die Strategie des SVT basiert auf der schwedischen Gesetzgebung. Sie wird zentral bestimmt durch die Verpflichtung des Top Managements. Das SVT muss jedes Jahr der Schwedischen Fernseh-Kommission über das „Multikulturelle Schweden“ berichten.

Die Situation innerhalb der schwedischen Fernsehgesellschaft ähnelt der vieler Unternehmen der öffentlichen Hand. SVT begann mit der Produktion eines Nischenprogramms (Mosaik) und errichtet jetzt das „Multikulturelle Zentrum“, ein Projekt, das knapp drei Jahre laufen wird.

Das „Multikulturelle Zentrum“ besteht seit 2006, verfügt über ein eigenes Budget und setzt innerhalb des SVT eine zielgerichtete Strategie für die kulturelle Vielfalt um. Das „Multikulturelle Zentrum“ wendet sich an die Geschäftsführung, die EntscheidungsträgerInnen und ProgrammproduzentInnen, ebenso an die Personalabteilung und veranstaltet Seminare und bietet damit Anregungen, SVT attraktiver und inhaltsreicher für seine Publikum zu machen. Des Weiteren bearbeitet das Zentrum themenspezifische Anfragen.

Die Produktionsverträge des SVT schreiben vor, dass die ethnische Zusammensetzung der schwedischen Gesellschaft widergespiegelt wird. 22% der schwedischen Gesellschaft stammen von Einwanderern ab. 2004 wurden bestimmte Anforderungen an die Programme festgelegt:

www.svt.se/content

- ‚mindestens eine/r der AnsagerInnen oder ModeratorInnen muss einen nicht-schwedischen Hintergrund haben‘;
- ‚mindestens 20% des Schauspielensembles sollen einen Migrationshintergrund haben‘;

11. Vielfalt organisieren

- ‚mindestens 25% der Kinder (vor der Kamera) sollen einen Migrationshintergrund haben‘.

Seit 2006 befasst sich eine neue Entwicklungsabteilung, auf Grundlage der sozialen Verantwortung von Unternehmen, mit Themen der kulturellen und ethnischen Vielfalt. Der Schwerpunkt liegt bei der ganzheitlichen Betrachtung von Behinderung und Vielfalt und weniger bei der speziellen ethnischen Vielfalt. Die Kontrolle der Umsetzung liegt zentral bei der Personalabteilung, die Umsetzung selbst führen die einzelnen Abteilungen oder Regionen durch.

In der Strategie zur Umsetzung der Inhalte, findet unter anderem Erwähnung, SVT solle mehr Sendungen produzieren, die zur Überwindung der vorhandenen Kluft in der Gesellschaft beiträgt. Zudem solle der Inhalt ansprechender werden und breitere Bevölkerungsschichten erreichen. Die Sendungen sollten auf verschiedene Weise die kulturelle und ethnische Vielfalt Schwedens widerspiegeln.

Der Neuansatz bezieht das Personal, die Arbeitsumgebung, die nachhaltige Umwelt, die Programmentwicklung und die Vielfalt bereichsübergreifend mit ein. Eine weitere wichtige Aufgabe bildet die Schaffung von Netzwerken innerhalb und außerhalb des Unternehmens. Folgenden Herausforderungen sieht sich die neue Abteilung gegenübergestellt:

1) Programm- und Personalpolitik zu vernetzen; 2) die Figuren und Personen in den Fernsehsendungen in Bezug auf Alter, Geschlecht, sexuelle Orientierung, Behinderung und ethnische und kulturelle Vielfalt fair darzustellen; 3) die Idee der kulturellen Vielfalt in den Köpfen zu verankern.

Von Zentren der Multikultur und Vielfalt zu einer allgemeinen Politik der Vielfältigkeit

Der niederländische öffentliche Rundfunk NPO

NPO ist die Dachorganisation der öffentlichen Rundfunk- und Fernsehsender in den Niederlanden. Neben der unabhängigen NPS, die ein besonderes Mandat für Minderheiten besitzt, gibt es in den Niederlanden auch islamische, hinduistische, buddhistische, jüdische und humanistische Medienunternehmen mit eigenen wöchentlichen Fernseh- und Radiozeiten.

In der NPO hat eine Entwicklung stattgefunden vom Multikulturellen Zentrum „Meer van Anders (2000-2003)“ über das Zentrum Porträt und Vielfalt (2003-2004) zu einer allgemein verankerten Politik der Vielfalt, die Bestandteil der Abteilung für Medienpolitik bei der NPO geworden ist. Die Strategie zielt auf eine Verbesserung sowohl des Programms, als auch in der Zusammensetzung des Personals. Seit Dezember 2006 verfolgt NPO die Vielfalt als eines ihrer Hauptziele. Die Geschäftsführung hat eine Arbeitsgruppe zu diesem Thema eingesetzt, Richtlinien wurden formuliert, wie die Vielfalt strategisch umgesetzt werden kann und den Weg in die Sendungen findet. Vielfalt gehört inzwischen zu den Evaluationskriterien bei der Beurteilung neuer Sendeformate und bei der Programmplanung der drei Hauptfernsehsenderkanäle. Aktuell diskutiert NPO einen auf Leistung basierenden Vertrag mit der Regierung. Die Ziele der kulturellen Vielfalt sind Bestandteil dieses Vertrages.

2006 stellte NPO ein Budget in Höhe von € 1,5 Millionen bereit, um die Seh- und Hörgewohnheiten in Bezug auf kulturelle Vielfalt bei den vier größten Minderheitsgruppen zu untersuchen. Die entwickelte, qualitative Übersicht („quality map“) ist ein Instrument der ZuschauerInnenbefragung, bei dem eine Gruppe von Befragten die Qualität verschiedener Genres des Fernsehprogramms beurteilt. Viele ausländische Fernsehgesellschaften zeigen bereits großes Interesse an dieser Form der Publikumsbefragung.

Von Abteilungen für Minderheiten zu Arbeitsgruppen über „multikulturelle und ethnisch vielfältige Programme“

NPS ist ein niederländischer öffentlich-rechtlicher Sender, der den Regierungsauftrag hat, 20% seiner Fernseh- und 25% seiner Radiosendezeit einem multikulturellen Programm zu widmen. Dieser Auftrag entwickelte sich in den letzten 10 Jahren aus den Programmen von Minderheiten für Minderheiten und hat interkulturelle Programme wie ‚Sisters of Halal‘, ‚PREMtime‘ und ‚Raymann is late‘ eingeführt. Heute verfügt NPS über ein multikulturelles Projektteam, das Programme entwirft, Trainings- und Ausbildungsveranstaltungen durchführt und innerhalb des Senders Projekte mit ethnischer und kultureller Vielfalt anstößt.

Teilen Sie Ihre Informationen und gute Praktiken mit anderen

- **BBC English Regions** ernennt in jeder Region sogenannte **Champions der kulturellen Vielfalt**. Sie kommen alle aus Führungspositionen bei Radio und Fernsehen und haben so die Möglichkeiten, Projekte anzustoßen und umzusetzen. Sie treffen sich alle drei Monate zum England Diversity Meeting unter dem Vorsitz des Controllers der BBC English Regions, um Erfahrungen auszutauschen und von der Praxis der anderen zu lernen.
- **Die Website der EBU über kulturelle Vielfalt** enthält eine PDF-Datei unseres Handbuchs zum Download und kann auch als DVD bestellt werden. Jährliche Updates über die Aktivitäten im Bereich der kulturellen Vielfalt werden vorgenommen. www.ebu.ch/en/union

Stellen Sie den freien Internetzugang zu allen Ihren Sendungen durch jede technische Plattform sicher – junge MigrantInnen nutzen zunehmend die Online-Angebote der Sender

- **NPS:** zu allen multikulturellen Sendungen gibt es Websites. Im Internet findet sich ebenfalls ein multikulturelles Portal. Das Internet stellt ein wichtiges Medium dar, um das Minderheitenpublikum zu erreichen.
- **VRT:** MigrantInnen der ersten und zweiten Generation sehen sich viele Sendungen im VRT an. Einer aktuellen Studie zufolge sehen die Jugendlichen mit ausländischer Herkunft (mit mindestens einem Elternteil, das im Ausland geboren ist) länger fern als die einheimischen Jugendlichen. Aufgrund ihrer besonderen Stellung in der Gesellschaft, nutzen sie die Medien als wichtige Informationsquelle.
- **SVT:** „Lilla Aktuellt“ ist eine Nachrichtensendung für junge Leute. Stephan, einer der Moderatoren, ist nicht in Schweden geboren und bei seinem jungen Publikum sehr bekannt und beliebt. Er ist einer der ModeratorInnen der am häufigsten eingeschalteten Kindersendung und deshalb eine Art Vertrauensperson für die Kinder, die ihm über die Website des SVT schreiben können.

Und denken Sie daran die Erfolge zu zelebrieren!

Preise für Fernseh- und Radiosendungen, die sich mit der kulturellen Vielfalt beschäftigen, tragen dazu bei, diese Sendungen beim Publikum bekannter zu machen.

1996 wurde ein neuer Europäischer Medienpreis für Gleichbehandlung und Toleranz gestiftet – der **Iris Preis (Prix Iris)** – um Produktionen in den Kategorien Fernsehspiel und TV-Dokumentation zu würdigen, die sich mit multikulturellen Aspekten der Gesellschaft in ganz Europa befassen. Hauptziel des Iris-Preises ist die Verbesserung der multikulturellen Fernsehsendungen und Schaffung eines Forums, in dem die RegisseurInnen ihre Sendungen diskutieren können. Der Iris Preis ist 2000 im Europa-Preis (**Prix Europa**) aufgegangen und aktuell werden jährlich über 100 Sendungen eingereicht, die von einer Jury, die sich aus Delegierten aus ganz Europa zusammensetzt, diskutiert und beurteilt werden.

www.omroep.nl/nps/prixiris/news.html

Der **CIVIS-Medienpreis für Integration und kulturelle Vielfalt** wird von der CIVIS medien stiftung ausgeschrieben und wird in den Kategorien gemäß des Europäischen Fernsehpreises, des deutschen Fernsehpreises und des CIVIS Radiopreises innerhalb Europas vergeben.

www.wdr.de/tv/civis/index2_en.phtml

In Großbritannien hat der Ausschuss für Gleichbehandlung der Rassen, **CRE (Commission for Racial Equality)**, die Preise **Race in the Media (RIMA)** gestiftet, um Rassendiskriminierung, Rassismus und Fremdenfeindlichkeit zu bekämpfen und zu verbesserten Beziehungen zwischen Personen und unterschiedlichen Gesellschaftsgruppen zu ermutigen. Den Medien soll damit geholfen werden, die Realität und die Interessen einer Gesellschaft darzustellen, in der kulturelle Vielfalt Tatsache und Integration gemeinsames Bestreben sind. Der Zugang zu den Medien soll für alle Menschen, gleich welcher Herkunft, leichter gemacht werden.

www.rima.org.uk/rima2006/introducing.html

SVT hat einen eigenen Preis, den **Prix Mosaik**, gestiftet, der an eine Person verliehen wird, die sich für ethnische und kulturelle Vielfalt einsetzt und so dazu beiträgt, Sendungen aus multikultureller Sicht zu ermöglichen.

RTE sponsert die **MAMA AWARDS** für Multikulturalität und ihre Darstellung in den Medien in Irland.

Der **Juliane-Bartel-Preis**, der seit 2001 in Deutschland von der Niedersächsischen Sozialministerin in Zusammenarbeit mit dem NDR und der Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk vergeben wird, hat zum Ziel, AutorInnen auszuzeichnen, deren Beiträge ein realitätsnahes Bild der komplexen Lebenswelt heutiger Frauen zeigen, die stereotype Darstellungen hinterfragen und Aspekte der kulturellen Vielfalt miteinbeziehen. 2007 erhielten u.a. zwei junge türkische Frauen den Preis. Außerdem wird stets darauf geachtet, dass sowohl in der Vorjury als auch in der Hauptjury Medienpersönlichkeiten mit Migrationshintergrund anwesend sind.

www.niedersachsen.de/master Anhänge

12. Anhang 1

Personalbeschaffung

Einige Punkte, die bei der Personalbeschaffung mithilfe des FAIR-Prozesses (Future Adapted Inclusive Recruitment – umfassende zukunftsorientierte Personalbeschaffung) von Bedeutung sind und in Schweden mit Unterstützung des EU-Programms EQUAL entwickelt wurden.

Arbeitsklima/Unternehmenskultur

Untersuchen Sie die Werte, Einstellungen, expliziter, sowie unausgesprochener Regeln am Arbeitsplatz, um den BewerberInnen aus den unterrepräsentierten Gruppen (bezogen auf Geschlecht, ethnische Herkunft, Migration oder Behinderung usw.) eine freundliche Umgebung am Arbeitsplatz zu bieten.

Kompetenzprofil/Arbeitsplatzbeschreibung

Die Kriterien für ein nicht-diskriminierendes Kompetenzprofil, das Ziele und Aufgaben der Verantwortungsbereiche für die aktuelle Personalbeschaffung beinhaltet, sollten von einer Auswahlkommission festgelegt werden, die sich aus VertreterInnen aller Hauptabteilungen und Berufe zusammensetzt. Das Auswahlgremium sollte auch heterogen in Bezug auf Alter, Geschlecht, ethnische Herkunft usw., zusammengesetzt sein. Die Arbeit sollte sich an künftigen Bedürfnissen des Unternehmens orientieren. Sie beinhaltet die für den Arbeitsplatz mitzubringenden Voraussetzungen bei Bildung, Wissen, Erfahrung und persönliches Verhalten, sowie die für die Stelle erforderlichen Fähigkeiten und Qualifikationen.

Persönliche Anforderungen

Die Auswahlkommission sollte die Aufgabenbeschreibung auf Basis des oben erwähnten Kompetenzprofils erstellen. Nur die für die Stelle relevanten Kriterien sollten aufgeführt sein. Es sollte geklärt sein, welches Kriterium unverzichtbar ist und welche Eigenschaften von zusätzlichem Vorteil sind.

Die persönliche Einstellung, die Fähigkeiten und Qualifikationen sind unverzichtbar für das Profil. Die Begriffe, die dieses Können beschreiben, müssen definiert und innerhalb des Unternehmens kommuniziert werden, so dass alle verstehen, was damit gemeint ist. Während des Einstellungsgesprächs sollen Berufserfahrungen des Bewerbers genutzt werden, um zu verdeutlichen, welche Fähigkeiten und Qualifikationen erwünscht sind.

Beispiele für Definitionen:

Bewusstsein über kulturelles Anderssein: Unterschiede und Vielfalt wertschätzen können, um zu verstehen, auf welche Weise der kulturelle Hintergrund und die Gruppenzugehörigkeit die eigene Person oder die Anderen beeinflussen; sich ausreichend darüber bewusst sein, um diese Erkenntnis in die Entscheidungen und Handlungen einfließen zu können.

Die Fähigkeit zu kooperieren: mit anderen gut zusammenarbeiten können, den Kollegen aufmerksam und flexibel begegnen, zuhören, Konflikte ansprechen und auf konstruktive Weise lösen lassen.

Wege zur Personalbeschaffung

Stellenausschreibungen sind auf Grundlage der Arbeitsplatzbeschreibung und der Anforderungen an die persönliche Qualifikation durchzuführen. Nutzen Sie dafür auch die Offenen Kanäle und die ganze Bandbreite der Medienlandschaft.

Das Bewerbungsformular

Neben dem Nutzen der höheren Effizienz, bietet ein Bewerbungsformular allen BewerberInnen die gleichen Informationen über die Wünsche und Anforderungen der ArbeitgeberInnen. Das garantiert eine faire und gleiche Behandlung und verringert den Einfluss des „guten Gefühls“ oder von persönlichen Vorlieben bei Entscheidungen.

Die engere Auswahlliste

Machen Sie sich eine engere Auswahlliste von KandidatInnen für das Einstellungsgespräch, auf der Grundlage der Arbeitsplatzbeschreibung.

Das Einstellungsgespräch

Einstellungsgespräche sollten den Schwerpunkt legen auf Fragen nach der persönlichen Qualifizierung. Die Gewichtung der einzelnen Kriterien sollte bereits vorab vorgenommen werden. Unerhebliche oder spontane Fragen, wie nach den Hobbys oder Vergleichbarem, sollten nicht gestattet sein, um die Beurteilung der BewerberInnen nicht zu verfälschen. Das Bewerbungsgespräch sollte sich darauf konzentrieren, ob Qualifizierung und gewünschte Eigenschaften und Fähigkeiten übereinstimmen.

Beispielfragen über das kulturelle Bewusstsein:

- Haben Sie Kontakt zu Personen unterschiedlicher ethnischer oder kultureller Herkunft bei Ihrer Arbeit oder in Ihrer Freizeit?
- Stehen Sie in Kontakt mit Gruppen wie Schwulen und Lesben oder jugendlichen Subkulturen? Wenn ja, auf welche Art und welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht?

- Schildern Sie uns eine Situation im Berufsalltag, in der kulturelle Unterschiede von besonderer Bedeutung sein können. Um was ging es in dieser besonderen Situation? Wie haben Sie sich verhalten? Was kam als Ergebnis heraus?
- Hat diese Erfahrung Ihr Verhalten bei anderen Gelegenheiten beeinflusst? Bei welcher Gelegenheit? Wie haben Sie sich verhalten? Was kam als Ergebnis heraus?
- Manchmal wird die Berücksichtigung der kulturellen Vielfalt als Gleichmacherei angesehen. Stimmen Sie dem zu oder können Sie sich Situationen vorstellen, bei denen persönliche Rücksichtnahme erforderlich ist?

Beispielfragen über die Fähigkeit zur Zusammenarbeit:

- Sind Sie in Ihrer jetzigen Stellung Mitglied einer Arbeitsgruppe? Welche Position nehmen Sie in der Arbeitsgruppe ein? Auf welche Weise sind Sie in der Arbeitsgruppe voneinander abhängig?
- Äußern Sie Ihre Meinung über die Vor- und Nachteile der Zusammenarbeit mit den KollegInnen?
- Werden Sie von Ihren KollegInnen um Rat gefragt? Zu welchen Themen? Was meinen Sie, warum Sie sich an Sie wenden?
- Schildern Sie eine Situation, in der Sie mit jemandem nicht übereinstimmen. Was war passiert? Was waren die Folgen?
- Hätten Sie etwas tun können, um ein besseres Resultat zu erzielen?

Die abschließende Auswahl

Vergleichen Sie die BewerberInnen mit dem gewünschten Anforderungsprofil.

Der Test

Wählen Sie ein der aktuellen Situation angemessenes Prüfinstrumentarium.

Überprüfung der Empfehlungen

Konzentrieren Sie sich auf die erforderlichen Fähigkeiten.

12. Anhang 2

Leitfaden für ein erfolgreiches Mentoringprogramm

1. Klarheit in der Planung

Wie lauten die Ziele des Vorhabens? Sind die Ziele klar und deutlich benannt? Muss das Vorhaben grundlegende Inhalte über Verständnis und gegenseitigen Respekt beinhalten?

An wen richtet sich das Projekt? Welche Schulung oder Vorbereitung ist nötig? Welche Erwartungen hat der Mentor/ die Mentorin – welche Fähigkeiten sollen entwickelt werden, wie viel Zeit soll darauf verwendet werden? Wie wird das Projekt evaluiert?

2. Verträge

Stellen Sie sicher, dass alle Ziele, Erwartungen und Verpflichtungen für die Beteiligten – die Organisation, die MentorInnen und die Mentees – klar in Vereinbarungen festgehalten sind.

3. Die Abstimmung (Matching)

Wie wird der passende Mentor/ die passende Mentorin gefunden? Die persönlichen Interessen, Hobbys und Ambitionen sollen Berücksichtigung finden. Ist die Beziehung MentorIn-Mentee klar abgegrenzt? Der Mentor/die Mentorin muss genügend Raum für persönliche Gespräche und Gefühlsäußerungen bieten, die unbedingt vertraulich behandelt werden müssen. Wir schlagen mindestens zwei Treffen zu Beginn der Arbeitsbeziehung vor, wie etwa eine informelle Essensverabredung oder eine Führung durch das Unternehmen.

4. Der Impuls

Starten Sie das Projekt mit einem Knalleffekt – versuchen Sie in Erfahrung zu bringen, worin das Interesse des Personals bei diesem Vorhaben liegen könnte und setzen Sie diese Kenntnisse ein!

Sorgen Sie dafür, dass sich Mentor/Mentorin und Mentee regelmäßig treffen. Zur Halbzeit des Projekts abgehaltene Treffen und Gesprächskreise helfen auch den MentorInnen neue Erfahrungen zu sammeln und ermöglichen es ein Feedback über den Fortschritt des Projekts zu gewinnen. Der für das Projekt Verantwortliche sollte regelmäßig mit den MentorInnen Kontakt halten, um sich zu vergewissern, dass das Projekt gut läuft.

Über welches Instrumentarium verfügen Sie, um einzugreifen, wenn das Vorhaben zu scheitern droht?

5. Partnerschaften

Gemeint sind Partnerschaften mit Bildungseinrichtungen oder Freiwilligenorganisationen, die zur Durchführung oder Auswertung beitragen oder sogar zusätzliche Finanzmittel für das Vorhaben beisteuern können.

6. Den Erfolg feiern/ Ein Plattform initiieren

Erfolg mit anderen zu feiern macht immer Spaß und ist für die Medienarbeit unerlässlich. Dies könnte als Plattform dienen, Die Erfolgsinhalte zu präsentieren und Kreativität zu zeigen.

12. Anhang 3

„Migration und Integration, Europas große Herausforderung. Welche Rolle spielen die Medien?“ (Essen, November 2006)

Empfehlungen aus den Arbeitsgruppen:

Allgemeine Anmerkungen

- Die öffentlich-rechtlichen Fernsehgesellschaften spielen eine wesentliche Rolle bei der Integration. Gemeinsame Maßstäbe und Standards sollen entwickelt werden. Die öffentlich-rechtlichen Fernsehgesellschaften sollen eine Selbstverpflichtung eingehen, bis zur Nachfolge-Konferenz in Paris ihre Strategien zur Erreichung der kulturellen und ethnischen Vielfalt festzuhalten und zu bewerten. Jährliche Evaluationen und Berichte sollten folgen.
- Kulturelle Vielfalt sollte als positiver Wert und als kreative Herausforderung betrachtet werden. Sie sollte in die Statuten und in die internen Unternehmensvorgaben aufgenommen werden.
- Unverzichtbar für den Erfolg ist die Verpflichtung der Führungskräfte, kulturelle Vielfalt anzuregen und sich für sie einzusetzen.
- Der freie Zugang zu den Sendungen der öffentlich-rechtlichen Fernsehgesellschaften muss für alle und mit jedem technischen Empfangsgerät gewährleistet werden. Die öffentlich-rechtlichen Fernsehgesellschaften sollten ihre Internet-Präsenz verstärken und nicht eingrenzen. Junge MigrantInnen nutzen zunehmend die Neuen Medien zur Information.
- In drei Bereichen sollten mehr Studien erstellt, mehr Ergebnisse verglichen, verstärkte Koordination betrieben und mehr Dokumentationen erstellt werden: bei der Repräsentation von MigrantInnen, bei ihrem Medienkonsum und den regelmäßigen Berichten über die Zusammensetzung des Personals. Zugleich soll auf eine Vergleichbarkeit der Studienprojekte geachtet werden.

Ausbildung und Personalbeschaffung

- Ausbildung, Personalbeschaffung und Unternehmensführung sind unverzichtbar für den Erfolg. Sie müssen regelmäßig, am besten jährlich, einer Bewertung unterzogen werden, sonst droht ein Misserfolg. Alle Mitgliedsorganisationen der EBU werden ermutigt, ihre gesamten Erfahrungen im Bereich der kulturellen und ethnischen Vielfalt in ihren jährlichen Geschäftsberichten zu do-

kumentieren und dabei Maßnahmen wie Ausbildungsprogramme besonders herauszustellen.

- Von großer Bedeutung ist die Durchführung von Schulungsmaßnahmen für die gesamte Belegschaft, aber insbesondere für die mittlere Führungsschicht.
- Interne Schulungen sind wichtig für neue KollegInnen, um das Unternehmen kennenzulernen und sie mit dem erforderlichen Können und Wissen, auch auf die Vielfalt bezogen, zu versehen.
- Netzwerke zwischen den Mediengesellschaften und den Medien der Minderheiten knüpfen, um Personal zu gewinnen. Nicht nur die herkömmlichen Wege der Personalbeschaffung, sondern auch die örtlichen Medien und Netzwerke der ethnischen und kulturellen Minderheiten nutzen.
- Auf der Grundlage von Verträgen zwischen Mediengesellschaften und Journalismusschulen spezielle Programme entwerfen, um Personen mit unterschiedlichem kulturellen Hintergrund und unterschiedlicher ethnischer Herkunft zu gewinnen.

Die Programmgestaltung

- Nachrichten- und Informationssendungen sollten nicht nur negative Berichte bringen, es gibt auch Beispiele erfolgreicher Integration. Die öffentlich-rechtlichen Fernsehgesellschaften spielen eine wichtige Rolle bei der Darstellung positiver Rollenmodelle und bei der Schaffung von positiven Beispielen der kulturellen Vielfalt (siehe dazu das Projekt „Helden der Vielfalt“ von Boris Bregant).
- Talentierte junge SchauspielerInnen, ProduzentInnen und RegisseurInnen mit Migrationshintergrund sollten speziell gefördert werden. Wichtig ist, dass das Hauptprogramm das alltägliche Leben widerspiegelt. Schauspielkollegen mit Migrationshintergrund sollten das ganze Rollenspektrum abdecken und nicht nur stereotype Rollen spielen müssen.
- Mehr Austausch zwischen den Journalisten, besonders den jungen, sollte im Bereich der EBU stattfinden. Das wäre sehr wichtig für die Entwicklung interkultureller Fähigkeiten und Kenntnisse (siehe dazu das gemeinsame Projekt „Grenzenlos“ von WDR, EBU, COPEAM, UNESCO, der Anna Lindh Stiftung und France Télévisions).
- In Paris wird ein europäisches Handbuch für die öffentlich-rechtlichen Fernsehgesellschaften über kulturelle und ethnische Vielfalt vorgestellt, mit dem Schwerpunkt auf der Darstellung in den Informations- und Nachrichtensendungen, um den ProduzentInnen und RedaktionsleiterInnen den Zugang zu den Themen der kulturellen und ethnischen Vielfalt zu erleichtern.
- Um den in Essen begonnenen Prozess der Einführung fortzuführen, ist regelmäßige Koordinierung von Nöten, in die die EBU aktiv mit eingebunden ist. Die Koordinierungsaufgabe sollte von einem aus Vertretern der EBU-Mitglieder, der EU und der UNESCO zusammengesetzten Lenkungsausschuss, unterstützt werden.

12. Anhang 4

ProjektpartnerInnen

Die Europäische Rundfunkunion (EBU)

Die Europäische Rundfunkunion (EBU) ist der größte Zusammenschluss öffentlich-rechtlicher Radio- und Fernsehanstalten weltweit (mit 73 ordentlichen und 43 assoziierten Mitgliedern) und trägt zu Innovation und hoher Qualität der Programme bei. Sie bietet ihren Mitgliedern technische, organisatorische und juristische Dienstleistungen und koordiniert die Bereitstellung der zunehmenden Anzahl qualitativ guter Beiträge für Radio, Fernsehen und die Neuen Medien.

Die EBU trägt zum interkulturellen Dialog bei, durch ihre Vielzahl von internationalen Ko-Produktionen und insbesondere durch ihre Arbeitsgruppe für interkulturelle Vielfalt (Intercultural and Diversity Group IDG), aber auch durch den gemeinsam mit dem Medienpreisprojekt „Prix Europa“ durchgeführten Radiotag der Europäischen Kulturen, trägt die EBU zum interkulturellen Dialog bei.

Weiterführende Informationen sind zu finden unter www.ebu.ch

Avril Mahon Roberts, Direktor der Kommunikationsabteilung der EBU

E-mail: mahon-roberts@ebi.ch

Die Arbeitsgruppe für Interkulturelle Vielfalt (IDG) der Eurovision organisiert Treffen von DiversitymanagerInnen mit ProduzentInnen, die für Minderheitenthemen verantwortlich sind, beschäftigt bei den EBU-Mitgliedern. Sie treffen sich zweimal pro Jahr. Ihre Hauptziele lauten:

- Austausch von Informationen und Sendungen für Programme und Magazine, die sich mit Minderheiten beschäftigen.
- Austausch von Kontakten und Erfahrungen zwischen den Programmverantwortlichen und Diversity-Verantwortlichen
- Die Mitglieder über bestehende Projekte informieren
- Neue Ko-Produktionen erörtern, starten und verfolgen.

Von der IDG entwickelte und seit langer Zeit laufende Serien wie „City Folk“, die eine farbenfrohe Zusammenstellung von in europäischen Städten lebenden Menschen zeigt; wie „Inside offside“, die von multikulturell zusammengesetzten Fußballmannschaften handelt oder wie die neue Serie, „Islam in Europa“, die zeigt, wie es sich heute anfühlt, als MuslimIn in Europa zu leben. Jede teilnehmende Fernsehanstalt finanziert ihren Beitrag selbst und erhält dafür die anderen Beiträge kostenlos. Eine Produktionsleitung garantiert den logischen Zusammenhang des Inhalts der einzelnen Filmbeiträge. Die Produktion von solchen Serien trägt dazu bei, dass bei den Fernsehanstalten auf redaktioneller Ebene eine echte europäische Kooperation entsteht. Gleichzeitig werden zahlreiche Filme kostengünstig produziert.

Weitere Informationen unter:

duret@ebu.ch

**Europäischer Sozialfonds (ESF), Europäische Kommission für Beschäftigung, soziale Angelegenheiten und Chancengleichheit (DG)
B – 1049 Brüssel**

Tel: +32 2 299 11 11 www.ec.europa.eu

Die Workshops und dieses daraus entstandene Handbuch berücksichtigen die Erfahrungen, die von Medienleuten und Projekten der EQUAL-Initiative des ESF gemacht wurden. Damit können im Rahmen der Europäischen Beschäftigungsstrategie und des Prozesses der sozialen Eingliederung neue Ideen erprobt werden. EQUAL fördert eine stärkere Eingliederung ins Arbeitsleben, indem der Kampf gegen Diskriminierung und Ausschluss aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Orientierung, unterstützt wird. Der ESF stellt in der EU Finanzmittel zur Verfügung, um die ihr wichtigen Vorhaben zu unterstützen. Zum Beispiel um „mehr und bessere Arbeitsplätze zu schaffen“. Der ESF wurde eingerichtet mit dem Ziel, die Unterschiede bei Wohlstand und Lebensstandard in den EU-Mitgliedsländern und deren Regionen zu mindern. Der ESF fördert deshalb den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Zusammenhalt und Ausgleich. Die Workshops entstanden auf Initiative des schwedischen ESF-Rats und werden unterstützt von den zuständigen Behörden in Irland und Finnland.

The Swedish ESF Council
Box 47141
SE-100 74 Stockholm

Programmkoordinator	Johannes Wikman	johannes.wikman@esf.se
Projektberater	Jacob Schulze	jacob.schulze@faceeurope.se
Redaktionelle Beratung	Matthew Salisbury	matthew.salisbury@salisburyward.co.uk

Agentur der Europäischen Union für Grundrechte (FRA)

www.fra.europa.eu

Die Agentur der Europäischen Union für Grundrechte (FRA) ist eine unabhängige Einrichtung der Europäischen Union (EU). Die Agentur soll der EU und ihren 27 Mitgliedstaaten bei der Umsetzung des Gemeinschaftsrechts in Grundrechtsfragen zur Seite stehen und ihnen Informationen und Fachkenntnisse bereitstellen.

Die FRA hat ihren Sitz in Wien und baut auf der früheren Europäischen Stelle zur Beobachtung von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit (EUMC) auf. Die FRA veröffentlicht einen jährlichen Bericht zur Lage der Grundrechte in der EU und thematische Schwerpunktberichte als Ergebnis ihrer wissenschaftlichen Forschung und Studien.

Die Zusammenarbeit mit der EBU und dem ESF bei der Herausgabe dieses Handbuchs folgt den Empfehlungen einer von der EUMC 2006 abgehaltenen Medienkonferenz. In der Nachwirkung der Kontroverse um die in Dänemark veröffentlichten Mohammedkarikaturen trafen sich über 100 FachjournalistInnen aus Europa, Nordafrika und dem Nahen Osten und erarbeiteten folgende Empfehlungen:

- Lücken im Ausbildungsprogramme in den Medien benennen und spezielle Methoden erarbeiten, um qualitativ gute Lerninhalte zur ethnischen und kulturellen Vielfalt anzubieten;
- Die Schulung über die Vielfalt, das Kennenlernen religiöser und kultureller Unterschiede inbegriffen, zu einem integrierten Bestandteil der journalistischen Ausbildung machen;
- Minderheitengruppen ansprechen und die Minderheitenjugend bestärken, eine journalistische Ausbildung anzustreben (durch gezielte Personalwerbung, Stipendien und Praktika);
- Handbücher, Glossare und selbsterklärendes Material für JournalistInnen erstellen.

Pressestelle

Andreas Accardo

media@fra.europa.eu

Arbeitsgruppe

Projektberatung und – koordination

Lynne Polak
polak@ebu.ch

EBU Projektmanager

Pierre Duret
duret@ebu.ch



BBC - British Broadcasting Corporation

Sue Caro
sue.caro@bbc.co.uk
Broadcasting House
Portland Place
GB - LONDON W1A 1AA
Ph: +44 207 580 44 68
www.bbc.co.uk
diversity.centre@bbc.co.uk



FT, France Televisions Maison de France Télévision

Alain Dupeyron
alain.dupeyron@france3.fr
7 Esplanade Henri de France
F - 75907 PARIS CEDEX 15
Ph: + 33 1 56 22 60 00
www.francetv.fr
e.pellet@francetv.fr



WDR, Westdeutscher Rundfunk

Gualtiero Zambonini
gualtiero.zambonini@wdr.de
Appellhofplatz 1
D - 50667 KOELN
Ph: +49-221/220-4465
Ph: +49 221 220 33 60
www.wdr.de



NDR, Norddeutscher Rundfunk
NDR, Norddeutscher Rundfunk

Pari Niemann

p.niemann@ndr.de

Rudolf-v.-Bennigsen-Ufer
D - 30169 Hannover
Ph: +49 511 988 2016
www.ndr.de



SVT, Sveriges Television AB

Inger Etzler

inger.etzler@svt.se
Ph: +46 784 00 00

SE-105 10 Stockholm
www.svt.se
johan.hartman@svt.se



YLE, Yleisradio Oy

Marita Rainbird

marita.rainbird@yle.fi

Michael Hutchinson - Reis

michael.hutchinson-reis@laurea.fi

Box 90, FIN-00024 Yleisradio
Ph: +358 9 148 01
http://www.yle.fi



NPS, Nederlandse Programma Stichting

Frans Jennekens

frans.jennekens@nps.nl

Postbus 29000
1202 MA Hilversum
Ph: +3135 677 93 33
www.nps.nl



MTV, Magyar Televizio

Judit Klein

judit.klein@mtv.hu

Szabadsag ter 17
H - 1810 BUDAPEST
Ph: +361 373 47 19
www.mtv.hu



RTE, Radio Telefis Eireann

Mairéad Ní Nuadháin

ninuadm@rte.ie

Donnybrook
IE - DUBLIN 4
Ph: +353 1 208 31 11
www.rte.ie



Televisió de Catalunya

Mònica Zapico

mzapico.l@tv3.cat

C/ TV3 S/N
08970 Sant Joan Despi, Spain
Ph: +34 934 999 333
www.tv3.cat
diversicat@yahoo.es



VRT, Vlaamse Radio- en Televisieomroep

Geert De Clercq

geert.declercq@vrt.be

Gianni Marzo

gianni.marzo@vrt.be

Auguste Reyerslaan 52
1043 Brussel
Ph: 02-741.31.11q
www.vrt.be diversiteit@vrt.be



HRT - Hrvatska Radiotelevizija - TV

Daniela Drastata
d.drastata@hrt.hr

Prisavlje 3
HR - 10000 ZAGREB
Ph: +Ph: +385 1 6342634
www.hrt.hr prizma@hrt.hr



Mira Media (NGO)

Carmelita Cerkei
caserk@miramedia.nl

PO-Box 1234
3500 BE Utrecht
Ph: +31 30 2302240
www.miramedia.nl info@miramedia.nl.

Participating Equal partnerships

Pluriel-Media, France Televisions

Mundo, YLE

Audio Visual Entrepreneurship, BBC

FAIR, SVT

Mediashakers, Mira Media

The Umbrella Project

With contributions from:



Colour Telly

And thanks to:

<http://www.ifj-europe.org/>



Besonderer Dank gebührt:

Laetitia Gonnet, Anna Vasova, EBU

Bob Collins, Gleichstellungskommission für Nordirland

Myriam Sahraoui, NPS

Hans Twint, NPS

Margaret Gallagher, Medien- und Gleichstellungsberaterin

Elissavet Platsouka, GD Beschäftigung bei der Europäischen Kommission

Ramon Puig, GD Beschäftigung bei der Europäischen Kommission

Janice Turner, BECTU britische Mediengewerkschaft

Rowzat Tayyebkhan, BBC Abt. Ausbildung und Entwicklung

Marc Gruber, EFJ Europäische Föderation der Journalisten und Journalistinnen

Victor Carrera Brusotto, TV3 Catalunya

Jean Joseph Scheffknecht, Ingenieure für die Schulen

Beate Winkler

Carles Checa Granja, TV3 Catalunya

Hamlin Granage, Berater bei Diversipro

Janne Pennanen, finnisches Arbeitsministerium

Tony Tyrell, Berater bei Work Research Centre WRC Dublin

Elonka Soros, BBC, Redaktion Diversity bei BBC English Regions

Allen Mercer, Medienberater

Torsten Thunberg, schwedischer Beirat des ESF

Martina Valdetara, Ed Klute, Jessica ter Wal, Mira Media, Niederlande

Robin Elias, ITN

Mike Blair, ITV

Miranda Genova, ITV

Aude Seurrat de La Boulaye

Ulla Zetterberg, FAIR

Federico Llano Sabugueiro, Francisco Javier Aguilera TVE

Dr. Clas Dammann, ZDF

Edouard Pellet, Leiter der Abt. Integration und Vielfalt, France Télévisions

Nic Peters, Sky News

Copyright FRA, Agentur der Europäischen Union für Grundrechte, 2007. Diese Handreichungen sind gedacht zur Anwendung für nicht profitorientierte Ausbildungsprogramme und Workshops. Die Vervielfältigung für nichtkommerzielle Zwecke ist bei Quellenangabe und Information des Rechteinhabers gestattet.

Das Filmmaterial der DVD darf auf keinen Fall veröffentlicht oder gesendet werden. Personen, die das Filmmaterial unautorisiert verwenden, können vom Rechteinhaber haftbar gemacht werden.