

## „ **SOZIALES kommunizieren** – in soziale Kultur investieren“

**Titel des Vortrages:** „Sozialwesen in den Medien: Eine Untersuchung der Dienste, sozialen Organisationen und Lokalpresse“  
(Übersetzung)

**Referentin:** Monica Margoni  
(Journalistin des Dachverbandes der Sozialverbände)



The poster features a white background with a black border. At the top left, there is a logo of a hand with fingers spread, next to the text 'Federazione Associazioni sociali' and 'Dachverband der Sozialverbände'. The main title is centered in a large, bold, black font. At the bottom right, there is a small logo of a green leaf and the text 'Servizio d'Informazione' and 'Informationsdienst'.

Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

**Il sociale nei media:  
Indagine su servizi,  
organizzazioni sociali e stampa locale**

**Sozialwesen in den Medien:  
Eine Untersuchung der Dienste,  
sozialen Organisationen und Lokalpresse**

Servizio d'Informazione  
Informationsdienst

In der letzten Zeit wurde viel über den Raum geredet, den die Medien dem Sozialwesen einräumen. Die nationale Zeitungsagentur „Redattore sociale“ organisiert regelmäßig Treffen zu Themen, die normalerweise immer „unter den Teppich gekehrt“ werden, Treffen für Journalisten, die „etwas sozialere“ Redakteure werden möchten.

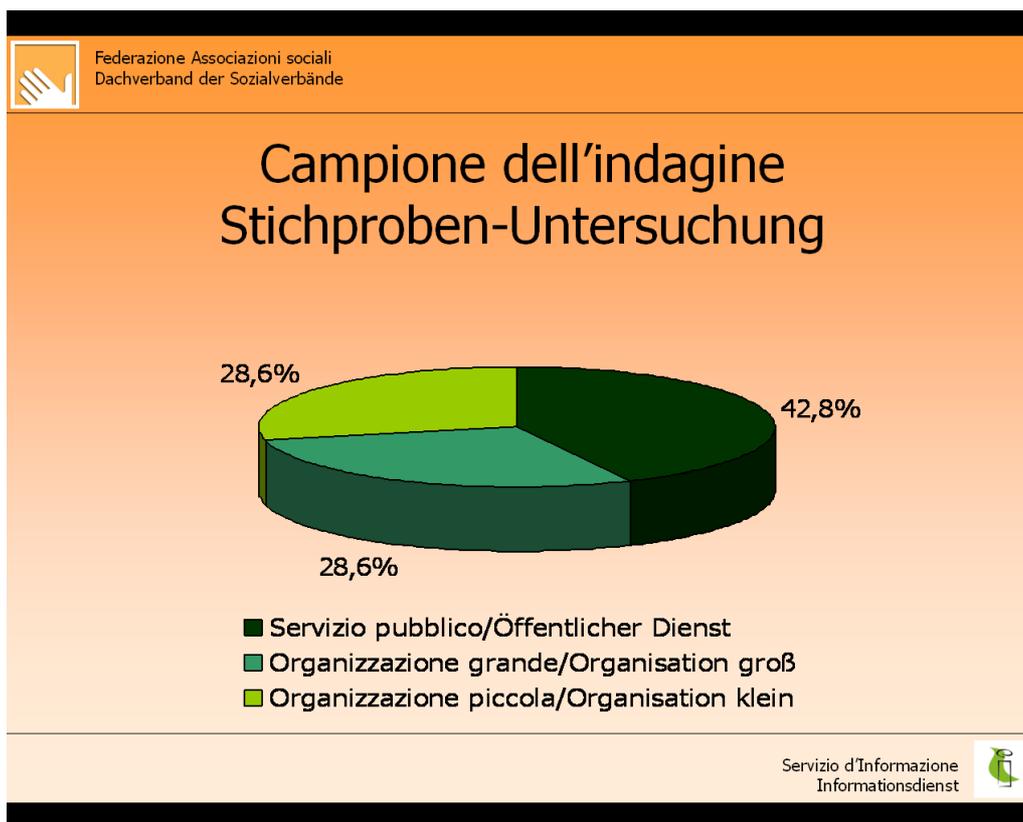
Auch in Trient wurde am vergangenen 15. November in der Lokalausgabe des „Redattore sociale“ von der aus den Medien „verschundenen Freiwilligkeit“ gesprochen, im Hinblick auf die Tätigkeit der ehrenamtlich Tätigen, die einen ihrer Bedeutung kaum entsprechenden Platz eingeräumt bekommen. Auf einer Tagung, die am vergangenen 8. November in Bozen stattfand, wurde die Frage gestellt, inwieweit die Information eine pädagogische Funktion

hinsichtlich des Themas der Drogenabhängigkeit bei Jugendlichen habe und wer die Grenze zwischen Normalität und Pathologie zieht.

Zum Thema Ehrenamtliche Helfer und Kommunikation gab es 2000 die erste Untersuchung auf nationaler Ebene, durchgeführt von der Fondazione italiana per il volontariato, die eine Stichprobe von 472 ehrenamtlichen Organisatoren zu den Investitionen in Kommunikation und wirksamere Darstellung ihrer Botschaften in den Medien befragte.

Untersuchungen wurden z. B. von der Beobachtungsstelle in Pavia zum Thema „TV und Minderjährige“ durchgeführt, das Sekretariat für Soziales der RAI produzierte Sendungen zu „Medien und Behinderte“, „Kinder und die Darstellung des Schmerzes“, in Südtirol hat der Arci eine Untersuchung zum Thema „Information und Immigration“ durchgeführt. Die Studien zum Verhältnis zwischen sozialen Themen und Information sind vorläufig noch dünn gesät.

# Stichproben-Untersuchung



Wie viel Platz räumen nun die Medien sozialen Themen ein, und wenn er eingeräumt wird – wie werden sie behandelt? Wir haben diese Frage einer Stichprobe von 35 Befragten gestellt: 15 öffentliche soziale Dienste (auf der Landes- und kommunalen Ebene, lokale soziale Dienste) und 20 soziale Organisationen (davon 10 kleine und 10 große). Ihnen wurde ein Fragebogen zur Untersuchung der Darstellung sozialer Themen in der lokalen Presse vorgelegt. Darin sollten sie ihren Gesichtspunkt darlegen.

Genauer gesagt wurde die folgende Frage gestellt: Ausgehend von der Wahrnehmung der sozialen Akteure – was sind die Modalitäten, die Quellen, der Rahmen, die Titel, der Stil und die Sprache, die von den Medien für ihre soziale Berichterstattung verwendet werden?

Ich möchte mich bei der Gelegenheit bei allen bedanken, die an der Fragebogenaktion teilgenommen haben. Das Ergebnis war wirklich hervorragend, die Rücklaufquote betrug mehr als 90%.

Wir haben uns bewusst auf die Untersuchung der Presse beschränkt, weil es einfacher ist, ein online-Archiv oder Zeitungsarchiv einzusehen als ein Archiv mit Video- oder Hörfunkbeiträgen. Es ist aber nicht ausgeschlossen, dass es zu einem späteren Zeitpunkt auch eine Untersuchung zu Radio und Fernsehen geben wird. Das wäre auch ein geeignetes Thema für eine Dissertation oder die Untersuchung einer Beobachtungsstelle.

Die von uns durchgeführte Untersuchung ist eine qualitative Studie, die auf der allgemeinen Wahrnehmung der sozialen Akteure basiert und sich somit nicht auf einzelne in der Presse veröffentlichte Artikel bezieht.

# Fragebogen



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

## Questionario - Fragebogen

- Rapporto con i media / Beziehung zu den Medien
- Elaborazione dei comunicati stampa da parte dei media / Bearbeitung der Presseaussendungen durch die Medien
- Tematiche sociali nei giornali / Soziale Themen in den Zeitungen
- Esempi di articoli / Beispiele von Artikeln

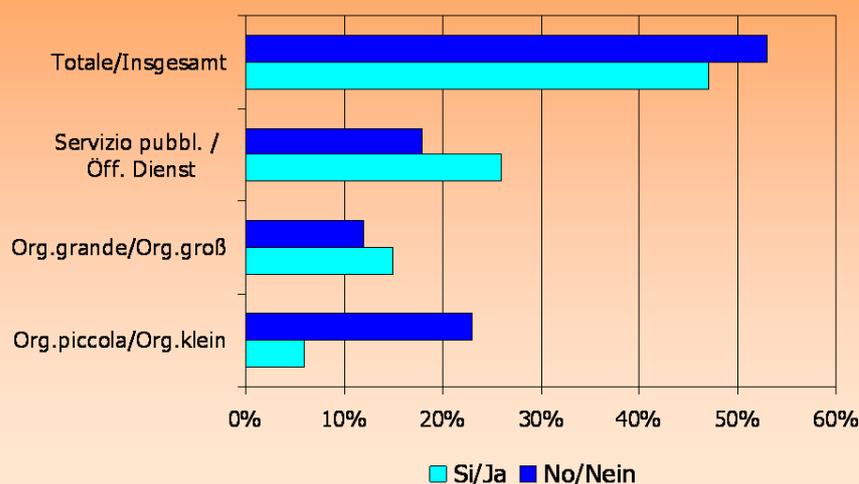
Servizio d'Informazione  
Informationsdienst 

Wie war der Fragebogen strukturiert? Wir möchten ihn hier kurz vorstellen, er war in vier Themenbereiche unterteilt:

1. Beziehung zu den Medien (Anzahl und Häufigkeit der Presseaussendungen);
2. Bearbeitung der Presseaussendungen durch die Medien (gibt es eine Übereinstimmung zwischen Aussendung und Artikel?);
3. Soziale Themen in den Zeitungen (welchen Themen wird der meiste Raum gegeben, wie ist der Ton der Berichterstattung, Meinungsvielfalt, welches Bild wird von den dargestellten Personen gezeichnet);
4. Beispiele von Artikeln, in denen soziale Themen gut oder schlecht wiedergegeben werden



## Rassegna stampa / Pressespiegel



Die Teilnehmer wurden gefragt, ob sie über einen Pressespiegel verfügen. Die Befragten teilten sich hier in zwei nahezu gleiche Hälften – eine Gruppe hatte Zeitungsartikel archiviert, die andere nicht.

Wie aus der Graphik ersichtlich, sind es die großen sozialen Organisationen, die im Allgemeinen über einen Pressespiegel verfügen (hellblau). Diese Situation ändert sich bei den kleinen sozialen Organisationen: Die meisten von ihnen haben hier mit „nein“ geantwortet (blau).

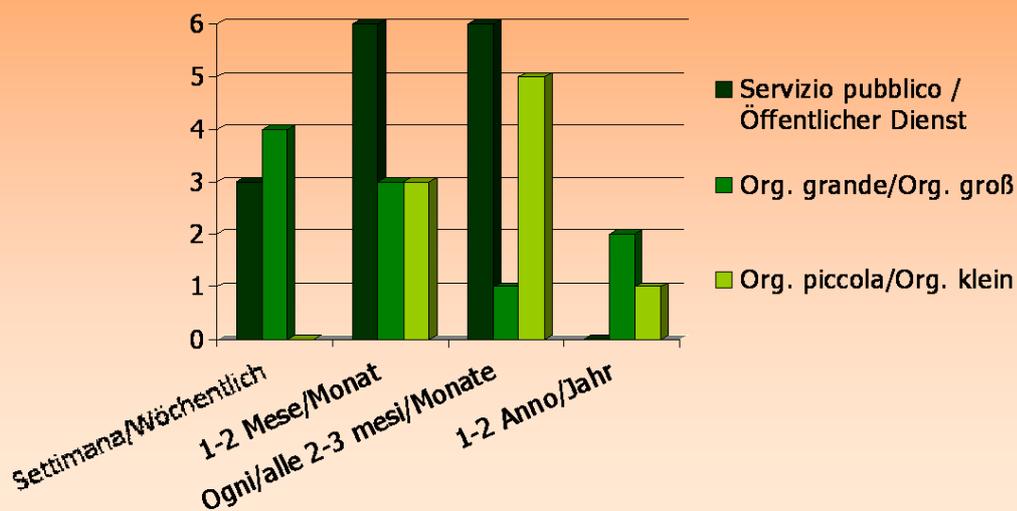
Für letztere ist es somit schwieriger, die Veröffentlichungen in der lokalen Presse zu monitorieren und die Darstellung sozialer Themen zu analysieren.

# Häufigkeit der Presseaussendungen



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

## Frequenza comunicati Häufigkeit Presseaussendungen



Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Die obige Graphik zeigt, mit welcher Häufigkeit die Befragten Presseaussendungen vornehmen.

Die Häufigkeit von Presseaussendungen sozialer Dienste und kleiner Organisationen liegt im Durchschnitt, d.h., einmal monatlich bzw. alle 2 – 3 Monate.

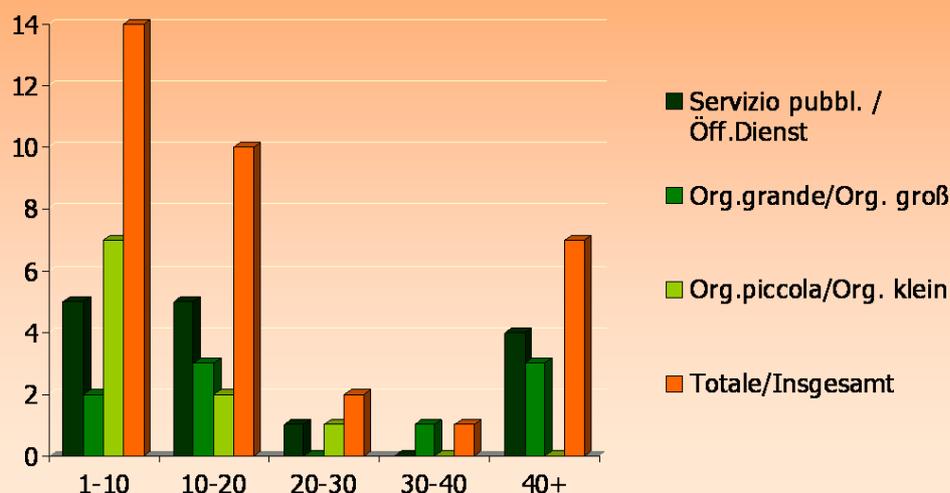
Die großen Organisationen sind hier aktiver – die Häufigkeit ihrer Presseaussendungen liegt zwischen wöchentlich bis 1 – 2 Mal monatlich.

## Anzahl der Presseaussendungen/Jahr



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

### Numero comunicati/anno Anzahl Presseaussendungen/Jahr



Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Befassen wir uns nun auch mit der Anzahl der Presseaussendungen an die Medien: Die meisten Angaben beziehen sich auf eine Häufigkeit zwischen 1-10 und 10-20 jährlichen Presseaussendungen (orangefarbener Balken). Bei mehr als 40 Aussendungen liegen insbesondere die öffentliche Dienste (schwarz) und einige große Organisationen (dunkelgrün). Die Zahl der Presseaussendungen kleiner Organisationen hingegen liegt zwischen 1 und 10 (hellgrün).

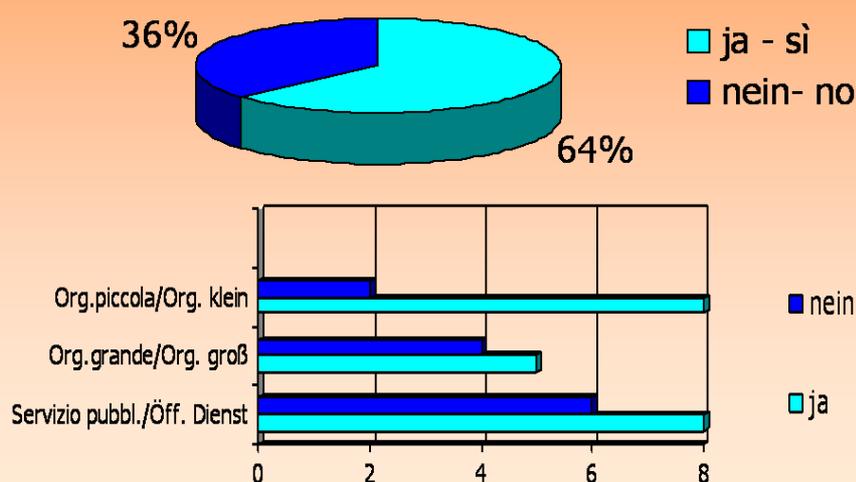
Aus den Antworten geht hervor, dass im Allgemeinen Öffentliche Dienste und Organisationen Presseaussendungen an die Medien schicken, die normalerweise auch übernommen, das heißt, veröffentlicht werden. Größtenteils besteht auch Übereinstimmung zwischen der ursprünglichen Botschaft und dem veröffentlichten Artikel, was bedeutet, dass hinsichtlich der Art, wie die Botschaft interpretiert wird, Zufriedenheit besteht.

# Kontakt zu den Journalisten



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

## Contatto con il giornalista Kontakt zu Journalisten



Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Auf die Frage nach dem Kontakt zu Journalisten geben 64% aller Befragten eine positive Antwort, während 36% mit Nein antworten.

Die zweite Graphik zeigt, dass insbesondere im Öffentlichen Dienst und bei den kleinen Organisationen persönliche Kontakte zu einem Journalisten bestehen (hellblau), während es bei den großen Organisationen zwei etwa gleich große Gruppen gibt – eine mit Kontakten und die andere ohne.

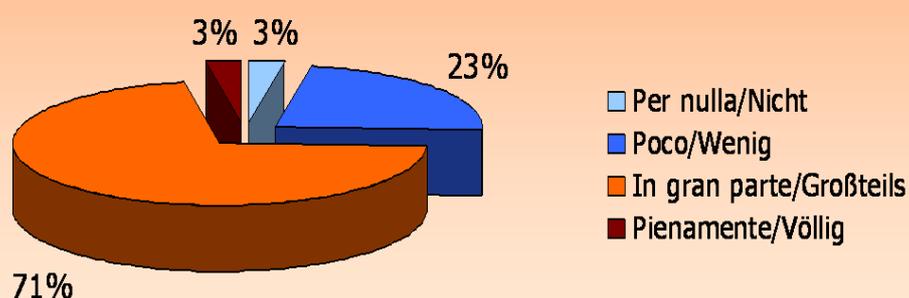
## Titel der Artikel



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

Il titolo degli articoli rispecchia  
il messaggio che avete trasmesso?

Spiegelt der Titel der Artikel  
die mitgeteilte Botschaft?



Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



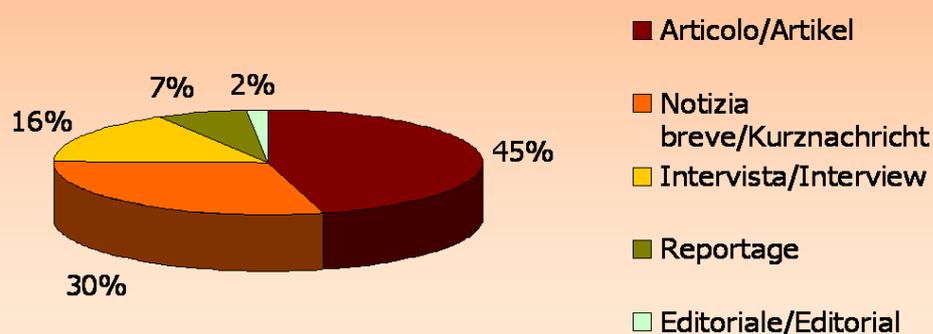
Gehen wir nun über zur Frage, welche Art von Titel der Journalist oder Titelredakteur für unsere Artikel wählt. Der Großteil der Befragten gibt an, dass der Titel ganz klar die Botschaft der Presseaussendung widerspiegelt.

Drei Viertel der Antworten besagen, dass der Titel des Artikels die ursprünglich enthaltene Botschaft großteils widerspiegelt, während ein Viertel der Befragten nur wenig zufrieden ist.



In quale tipologia di testo  
vengono trattati i temi sociali?

In welcher Textgattung werden die  
sozialen Themen wiedergegeben?



Lassen Sie uns nun konkreter auf den Text eingehen. Dieser Graphik ist zu entnehmen, dass im Allgemeinen vorwiegend die Form des Artikels verwendet wird, um soziale Themen zu beschreiben – sie wurde von 45% der Befragten angegeben.

Es folgen die Kurznachricht und das Interview, während die Reportage und der Leitartikel kaum eingesetzt werden – diese beiden Formen machen nur 9% des Gesamtanteils aus.

Angaben, die die Schwierigkeiten der Medien aufzeigen, komplexere Themen, die aufgrund ihrer Natur einer Sondierung bedürfen, zu vertiefen und zu kommentieren.

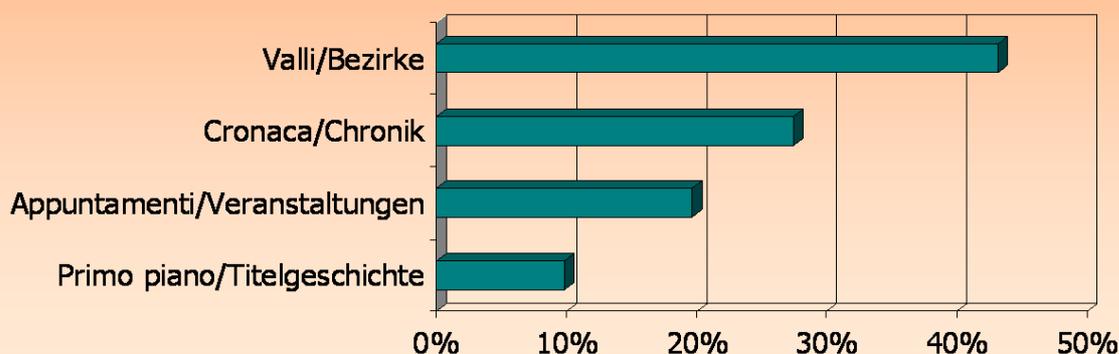
# Auf welchen Seiten werden soziale Thematiken platziert



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

In quale sezione o pagina tematica sono posizionati gli articoli?

Auf welchen Seiten werden die sozialen Thematiken platziert?



Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Welcher Raum wird den sozialen Themen gegeben? Die Artikel konzentrieren sich auf den Seiten für die Bezirke (43%) gefolgt von den Seiten für das Tagesgeschehen, die Veranstaltungen und die Titelgeschichte.

Dabei soll auf die Angabe der kleinen Organisationen hingewiesen werden, dass die sozialen Fragen, mit denen sie sich beschäftigen, meist unter „Veranstaltungen“ veröffentlicht sind.

Nur ganz wenige gaben „Titelgeschichte“ an – ein Zeichen dafür, dass die sozialen Thematiken ihrem Nachrichtenwert nach keine Titelgeschichten sind.

# Informationsquellen der Journalisten



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

## Fonti dell'informazione dei giornalisti Informationsquellen der Journalisten

- Associazioni di servizi/ Vereine die Dienste anbieten 32 %
  - Istituzioni / Institutionen 22 %
  - Servizi sociali pubbl./ Öffentl. Sozialdienste 22 %
  - Associazioni di rapp. / Vertretungsvereine 15 %
  - Senza risposta / Keine Angabe 9 %
  - Cittadini, interessati / Bürger/innen, Betroffene 0 %
- } 44 %

Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Auf welche Quellen greifen Journalisten in erster Linie zurück, wenn sie eine Nachricht schreiben? Im Allgemeinen bilden Institutionen und öffentliche Sozialdienste gemeinsam die vorrangige Informationsquelle für Zeitungen, wenn sie sich mit diesen Themen befassen: Zusammen erreichen sie einen Anteil von 44%; es folgen die Vereine, die Dienste anbieten und die Vertretungsvereine.

Keiner der Befragten hat direkt betroffene Personen, Personen oder Bürger als Informationsquelle angegeben.

Dies ist eine bezeichnende Angabe, die zeigt, dass die als „offiziell“ angesehenen Quellen üblicherweise die öffentlichen Stellen sind; nur selten werden Menschen, die in eigener Person eine schwierige soziale Situation oder ein Problem leben, aufgesucht.

## Am häufigsten behandelte Themen



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

### Temi trattati con più frequenza Am häufigsten behandelte Themen

- Famiglia / Familie
- Disagio sociale / Soziales Unbehagen
- Disagio psichico / Psychische Störung
- Anziani / Senioren

Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Sehen wir uns nun an, welche der im Fragebogen vorgegebenen 20 möglichen Themen in der Presse am häufigsten behandelt werden.

Die vier Themen, die die Rangliste anführen und nach Aussage der Befragten am ausgiebigsten behandelt werden, sind: Familie, soziales Unbehagen, psychische Störung und Senioren.

## Am wenigsten behandelte Themen



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

### Temi trattati con meno frequenza Am wenigsten behandelte Themen

- Carcere / Gefängnis
- Integrazione sociale / Soziale integration
- Povertà, emarginazione / Armut, Ausgrenzung
- Disagio psichico – Auto mutuo aiuto  
Psychische Störung - Selbsthilfe

Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Unter einer gleichen Anzahl von Themenvorschlägen sind die in der Presse am seltensten behandelten Themen nach Meinung der Befragten: Gefängnis, soziale Integration, Armut und Ausgrenzung, psychische Störung-Selbsthilfe.

## Häufigste Tonart der Artikel



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

### Tono più utilizzato negli articoli Häufigste Tonart der Artikel

- Allarmistico / Alarmierend 33 %
- Neutrale / Neutral 23 %
- Pietistico / Pietistisch 13 %
- Drammatico / Dramatisch 13 %
- Altro / Anderes 18 %

Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Nach der Analyse von Titel, Text und Position des Artikels soll nun mehr die Darstellung sozialer Thematiken durch die Medien auf der qualitativen Ebene untersucht werden.

In den Artikeln werden überwiegend alarmistische Töne bei der Darstellung sozialer Themen angeschlagen (33 %).

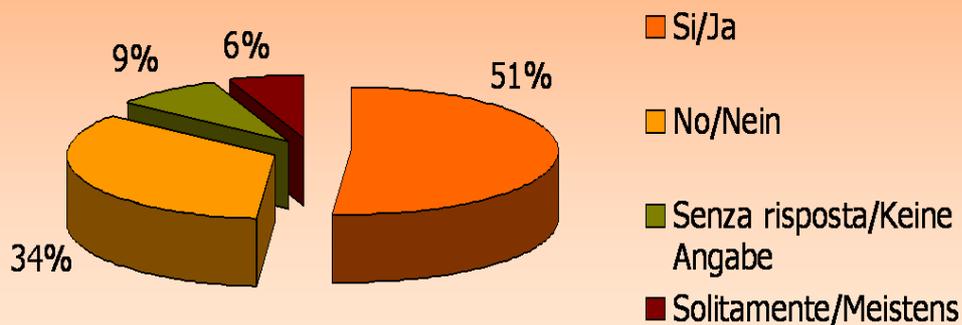
Diese Aussage wird insbesondere von den Diensten und den kleinen Verbänden gemacht. Danach folgen prozentual gesehen der neutrale, der pietistische und dramatische Tonfall.

# Übereinstimmung Text/Bild



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

## Coerenza testo / immagine Übereinstimmung Text / Bild



Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Bekanntlich spielen Bilder keineswegs eine sekundäre Rolle. Es soll deshalb auch der Frage nachgegangen werden, ob vom Standpunkt der sozialen Akteure Kohärenz besteht zwischen dem Text des Artikels und den Bildern, die von der Zeitung dafür gewählt werden. 51% der Befragten bestätigt eine Übereinstimmung, während 34% das Gegenteil behaupten.

Wenn in der öffentlichen Debatte soziale Themen zur Sprache kommen, werden jedoch Bilder verwendet, die mit der Botschaft des Artikels mitunter sogar kontrastieren, wie zum Beispiel dann, wenn von psychisch Kranken gesprochen wird oder von Personen mit Abhängigkeiten.

## Darstellung der sozialen Themen



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

### Rappresentazione dei temi sociali Darstellung der sozialen Themen

- Problema / Problem 38 %
- Dato di fatto / Fakten 18 %
- Dramma / Drama 12 %
- Iniziativa positiva / Positive Iniziative 12 %
- Situazione commovente / Ergreifende Situation 9 %
- Buone prassi / Best practices 7 %



Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Auf die Frage, wie die sozialen Themen dargestellt werden, antwortet der überwiegende Teil (38%), dass sie als „Problem“ dargestellt werden.

Auf dem zweiten Platz nach dieser negativen Art der Darstellung folgt die Darstellung als „Fakten“.

Dann folgen die Darstellung als „positive Initiative“ und „Drama“ (im selben Umfang, prozentual gesehen). Am Ende der Stufenleiter stehen die Darstellung als „ergreifende Situation“ und als „Beispiel für best practices“.

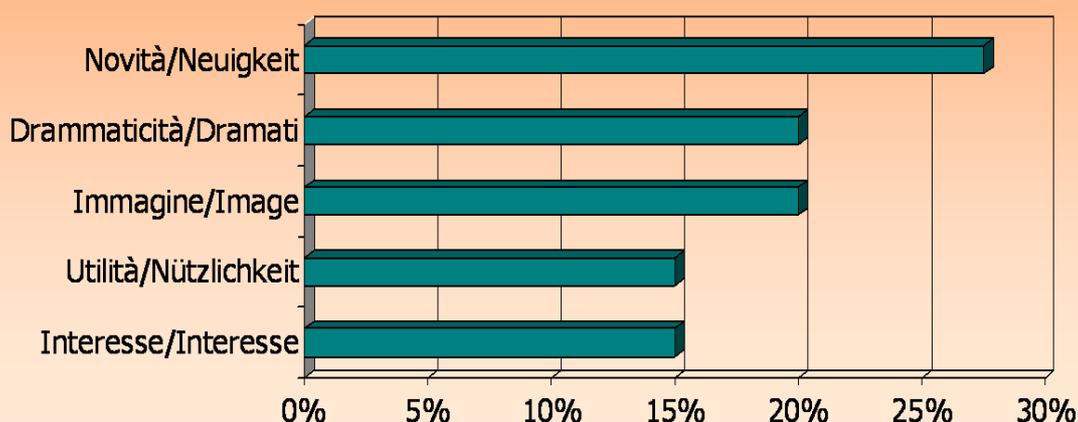
## Nachrichtenwert eines Themas



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

Di che cosa ha bisogno una tematica  
sociale per essere notiziabile?

Was braucht eine soziale Thematik  
um einen Nachrichtenwert zu erlangen?



Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Zunächst haben wir gesehen, welche Themen häufiger und welche weniger häufig behandelt werden, welchen mehr und welchen weniger Raum gegeben wird. Aber was brauchen Themen, um einen Nachrichtenwert zu haben? Die Befragten gaben zur Antwort, dass ein wichtiger Aspekt die „Neuigkeit“ ist (27%), gefolgt von der „Dramatik“, die auf dem gleichen Platz liegt wie das „Image“. Auf den letzten Plätzen liegen „Nützlichkeit“ und „Interesse“ des Themas.

Bekanntlich erfolgt die Auswahl von Nachrichten nach bestimmten Kriterien; um aus einem Ereignis eine Nachricht werden zu lassen, müssen – nach journalistischem Standard – die Bedingungen „Dramatik, menschliches Interesse, räumliche Nähe, Aktualität und Neuigkeit“ gegeben sein. Die Realität zeigt, dass Fakten und Erfahrungen, die aus der Welt des Sozialen kommen, die Anforderungen nach „Aktualität“, „Neuigkeit“ und „Dramatik“ erfüllen. Gemäß der Medienlogik allerdings wird der Einzelfall eher als etwas Außerordentliches denn als Beispielsfall dargestellt – der Aufsehen erregt und schnell wieder vergessen wird. Schmerz wird Ein-sich-am-Schmerz-Weiden, Zurschaustellung des Leidens, zum Zwecke des Spektakels dargestellt. Wirklich „soziale“

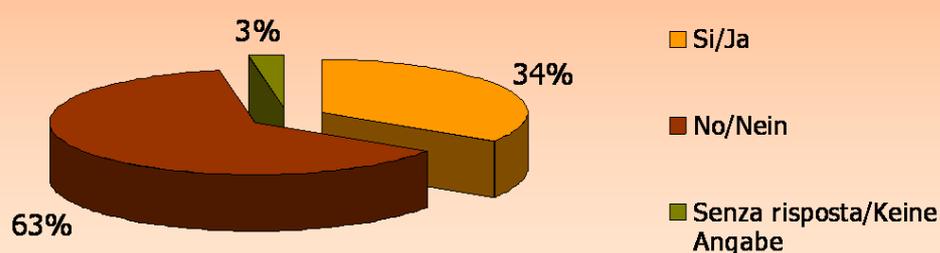
Kommunikation aber versucht sensibel zu sein, den Schmerz zu respektieren und scheut die Theatralisierung des Dramas, auch wenn sie es beschreibt.

# Vielfalt der Stimmen



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

## Gli articoli rispettano una pluralità di voci? Spiegeln die Artikel eine Vielzahl von Stimmen wider?



Servizio d'Informazione  
Informationsdienst

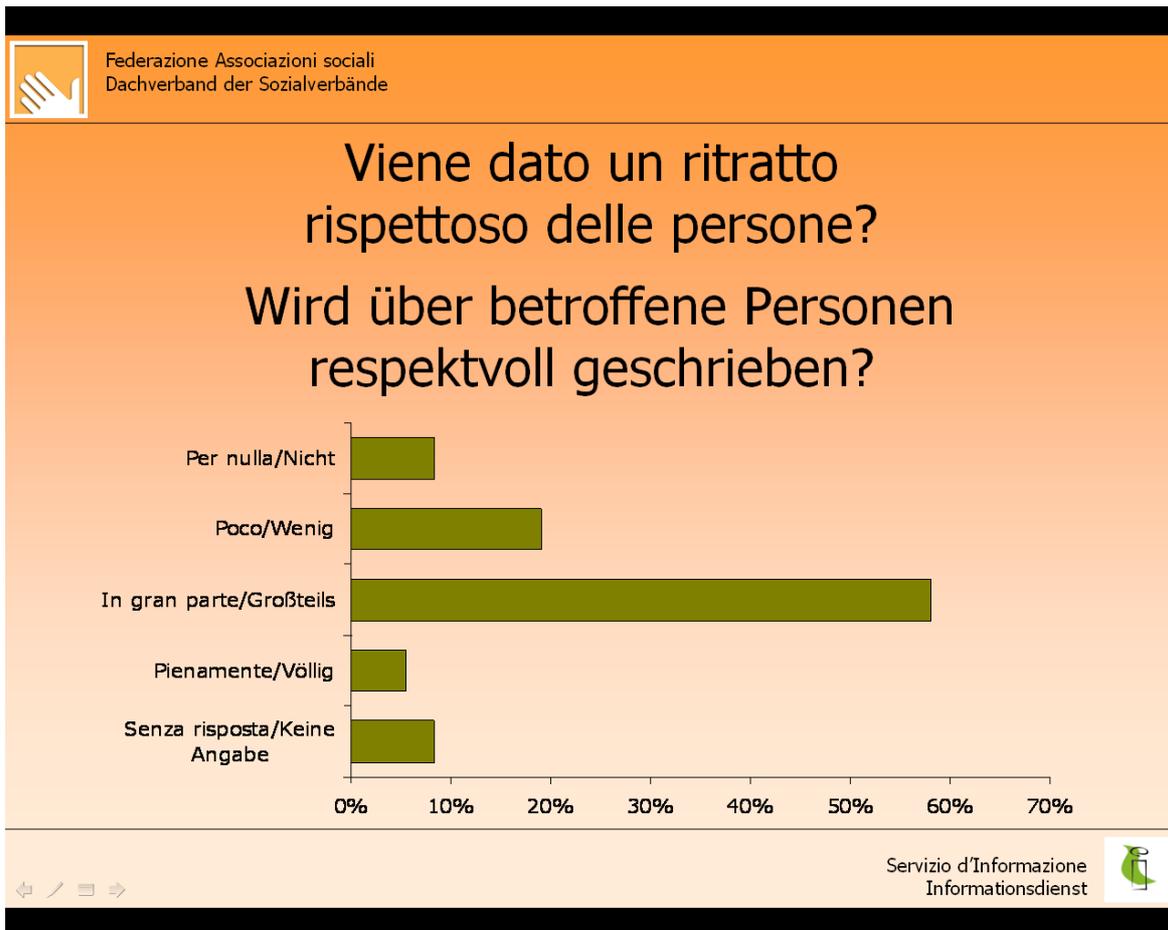


Zwecks Vermeidung von Einseitigkeit müsste eine Nachricht mehrere unterschiedliche Stimmen zu Wort kommen lassen.

Die – ziemlich deutliche – Mehrheit der befragten Stichprobe antwortet, dass die Artikel keine Vielzahl von Stimmen widerspiegeln.

Die Öffentlichen Dienste sind neben den Institutionen normalerweise die Hauptquelle der offiziellen Stimme für Journalisten.

# Respektvolle Beschreibung der Personen



Mit Blick auf die korrekte Darstellung der in dem Artikel beschriebenen Person antwortet die Mehrheit der Stichprobe (58%), dass sie großteils respektvoll ist; für 19% der Befragten ist sie es wenig und nur für 8% ist sie es wenig oder gar nicht. Es kamen auch Aussagen von Befragten, dass die Darstellung wenig oder gar nicht respektvoll ist, wenn es um Zigeuner oder zugewanderte Nicht-EU-Bürger geht.

Einige der Antworten geben an, dass es an Respekt für die Privatsphäre mangelt, dann, wenn z. B. Namen genannt werden oder Bilder von Eltern, Kindern, betroffenen Personen, wenn Nachbarn oder Lehrer interviewt werden. Soziale Probleme in den Familien dienen bestimmten Zeitungen oder Journalisten nur dazu, sich aufzuspielen – auf der Jagd nach der Sensationsstory – ohne Rücksicht auf Beeinträchtigungen der betroffenen Person, die sich schämt, sich ausgegrenzt und stigmatisiert fühlt. Jemand schlägt vor, dass es wichtig wäre, einen ethischen Kodex zu haben, eine selbst auferlegte Zurückhaltung der Medien in Absprache mit den von Problemen betroffenen Personen und SozialarbeiterInnen. Noch eine andere Antwort besagt: Druck ausüben auf die Verantwortlichen, um notwendige Lösungen oder Maßnahmen zu

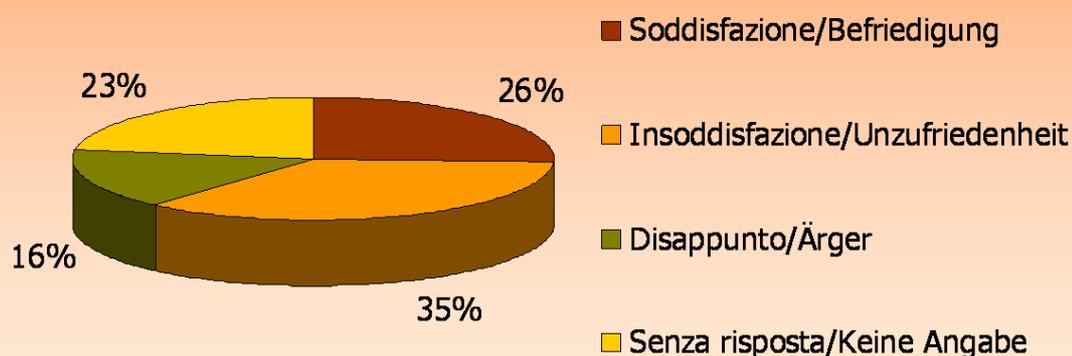
erreichen ist in Ordnung – Medien in der Kontrollfunktion – aber es darf kein Vorteil gezogen werden aus der sozialen Misere der Personen, die durch die Veröffentlichung in der Zeitung noch mehr durch und in ihrer Situation stigmatisiert werden. Zusammenfassend: Die Medien könnten lösungsorientierter auftreten und sollten sich nicht nur mit der Beschreibung der Probleme abgeben.

## Was rufen die Artikel hervor



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

### Che cosa suscitano gli articoli? Was rufen die Artikel hervor?



Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Welchen Eindruck rufen die Artikel hervor? In den meisten Fällen Unzufriedenheit und Ärger, für insgesamt 51% der Befragten. Nur teilweise hinterlassen sie ein Gefühl der Befriedigung, in 26% der Fälle.

Ausgehend von den Angaben eines Befragten besteht der Eindruck, dass mitunter die soziale Sichtweise der Situation fehlt, der Wille einer positiven Sensibilisierung zum Thema, vor allem aber besteht der Eindruck, dass keine Auswege aus den Problemen gesehen werden.



## Terminologie e stereotipi Terminologien und Stereotypen

- Donne: suffragette in fase di autorealizzazione o brave mamme, non cittadine con stessi diritti / Emanzen auf dem Trip der Selbstverwirklichung oder brave Mütter, nicht Bürgerinnen mit gleichen Rechten
- Persone disabili: poveretti, minorati / Menschen mit Behinderung: arme Menschen, Behinderte



Zuletzt wurde die Frage danach gestellt, ob es in den Artikeln besondere Stereotypen für bestimmte Personengruppen gibt.

1. Frauen: Emanzen auf dem Trip der Selbstverwirklichung oder „brave“ Mütter, nicht Bürgerinnen mit gleichen Rechten
2. Menschen mit Behinderung: arme Menschen, Behinderte



## Terminologie e stereotipi Terminologien und Stereotypen

- Anziani: poveretti, non visti come persone emancipate con una propria personalità e volontà / Senioren: arme alte Menschen, nicht emanzierte Menschen mit eigener Persönlichkeit und eigenem Willen
- Malato psichico = deficiente /  
Psychisch Kranke = Schwachsinnige



3. Senioren: arme alte Menschen, nicht emanzierte Menschen mit eigener Persönlichkeit und eigenem Willen
4. psychisch Kranke = Schwachsinnige



## Terminologie e stereotipi Terminologien und Stereotypen

- Stranieri = parassiti / Ausländer = Sozialschmarotzer
- Tossicodipendenti = delinquenti /  
Drogenabhängige = Verbrecher
- Aids: la malattia invisibile /  
Aids: die unsichtbare Krankheit



5. Ausländer = Sozialschmarotzer

6. Drogenabhängige = Verbrecher

7. Aids- die unsichtbare Krankheit

Es sollen auch noch einige Vorschläge aus den Fragebogen angeführt werden. Es wird gesagt, dass der Dialekt in Artikeln über Freizeit und Initiativen für psychisch Kranke verwendet wird, mit einer Tendenz zur Infantilisierung.

Jemand schlägt vor, einen zeitgemäßerer Ausdruck für "ritardo mentale" („Geistig behindert" ) zu finden. Der Ausdruck könnte moderner umschrieben werden.

# Beispiele von geeigneten Gattungen für soziale Themen



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

## Esempi di generi adatti a temi sociali Beispiele von geeigneten Gattungen für soziale Themen

- Biografie di immigrati che vivono qui / Biografien von Einwanderern die hier wohnen
- Interviste con persone che si attivano di propria iniziativa / Interviews mit Betroffenen die sich für eigene Sache einsetzen
- Ritratti di mamme di bambini o adulti disabili / Portraits von Müttern behinderter Kinder/Erwachsene



Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Sehen wir uns einige Beispiele von für die Beschreibung sozialer Themen geeigneten Gattungen an:

1. Biografien von Einwanderern die hier wohnen
2. Interviews mit Betroffenen die sich für eigene Sache einsetzen
3. Portraits von Müttern behinderter Kinder/Erwachsene

# Soziale Themen, die auf unpassende Weise dargestellt werden



Federazione Associazioni sociali  
Dachverband der Sozialverbände

## Tematiche rappresentate in modo non adeguato Schlecht dargestellte Thematiken

- Mostra su depressione - ospedale di Bolzano / Bilder ausstellung Depression – Krankenhaus Bozen
- Convegno su disabilità grave - autismo / Tagung Schwerstbehindert sein – Schwerpunkt Autismus
- Casi di malati psichici visti come pericolo pubblico / Psychisch Kranke sind gemeingefährlich



Servizio d'Informazione  
Informationsdienst



Anschließend wurde nach Vorschlägen gefragt zu Artikeln, die soziale Themen schlecht: Bilderausstellung Depression Krankenhaus Bozen, Tagung „Schwerstbehindert sein - Schwerpunkt Autismus“, psychisch Kranke sind gemeingefährlich.

Ganz kurz soll auf die Tagung zum Autismus eingegangen werden: Die soziale Organisation erklärt, dass das Thema nicht gut dargestellt wurde, weil das Portrait der autistischen Person, von der noch dazu Angaben gemacht wurden, die eine Identifizierung zuließen, hinsichtlich der Verhaltensweisen übertrieben wurde, während nur wenig von den positiven Aspekten die Rede war, die sich aus der Tagung ergaben und von den Möglichkeiten autistischer Personen.

Psychisch Kranke hingegen werden von den Medien häufig als unzurechnungsfähig dargestellt und als gemeingefährlich in Fällen versuchten Mordes oder wenn es zu einem Mord gekommen ist. Zudem wird in den Fragebögen angegeben: „das Problem ist, dass die Themen mit Sensationsgier behandelt werden, auf die Tränendüse gedrückt wird, während der Alltag und die Normalität

der großen Mehrheit der Personen in den Medien ausgelassen wird; die kleinen Bruchstücke der beschriebenen Welten scheinen schon die ganze Welt zu sein.



## Conclusioni - Schlussfolgerungen

- Un redattore „sociale“ all'interno di ogni redazione / Ein „sozialer“ Redakteur in jeder Redaktion
- Raccontare la „normalità“ del sociale / Die „Normalität“ des Sozialen erzählen
- Cercare i fattori che creano dialogo ed una società solidale / Elemente suchen, die zum Dialog und zu einer solidarischen Gesellschaft beitragen



Aus diesen letzten beiden Darstellungen lässt sich ableiten, dass die Medien eine Verantwortung haben, dass sie dazu beitragen können, Stereotypen zu sozialen Themen und Subjekten aufrecht zu erhalten oder zu ändern – die Medien können denjenigen Stimme verleihen, die keine haben, unterstützt durch die sozialen Akteure, die den Medien Informationen liefern können. Die Medien haben ihren Anteil am Formungsprozess des kollektiven Bewusstseins, indem sie Schlüssel für die Interpretation der Realität geben und Orientierung für die Aktionen von Personen und Gruppen bieten. Und das ist nicht wenig ...

Interessant fand ich eine kurze Reflexion des Journalisten Ferruccio De Bortoli, ehemaliger Leiter des „Corriere della Sera“ und heutiger Leiter von „Sole24Ore“, in seinem Beitrag zur ersten Ausgabe des „Redattore sociale“ in Mailand, wo er gesagt hat: „Ich habe die Hoffnung, dass Information in einem größeren Bewusstsein der eigenen sozialen Rolle gemacht werden kann und nicht im Sinne einer langweiligen, defätistischen Information“, und „ich akzeptiere es nicht, dass man sich, um sein Gewissen rein zu waschen, ein bisschen dem Sozialen widmet und den Rest der Zeit

verfügbar ist, all das zu machen, was gefordert wird, auch das Unsagbare". Von seinem eigenen Beruf als Journalist hat er gesagt: „Dadurch, dass wir die soziale Funktion unseres Berufes etwas vergessen haben, haben wir angefangen, Ängste zu schüren, um die Unterschiede zu vergrößern, und uns nicht mehr um die Faktoren des gesellschaftlichen Zusammenhalts und der Einheit zu kümmern“.

Stets auf einem Seminar des „Redattore sociale“, diesmal in Trient, am vergangenen 15. November, erging eine Einladung, die ich höchst aktuell finde: Einen sozialer Redakteur in jeder Redaktion, einen Journalisten, der sich spezialisiert auf die Themen, die Kulturen, die Sprachweisen des Sozialen.

Um dies zu werden, muss man sich ständig hinterfragen zu dem WIE der Mitteilung einer Nachricht, muss man ein System der Beziehungen zwischen sozialen Akteuren und Medien schaffen. Ein schwieriges Unterfangen, das auf den Dialog angewiesen ist.

Einen Dialog zwischen den Akteuren des Sozialen und der Welt der Kommunikation anzustoßen ist nicht nur nützlich, sondern kann auch einen Beitrag dazu leisten, neue Formen sozialer Problemsituationen zu verhindern und vor allem einen wahren Schritt hin zu einer anderen Mentalität darstellen.

Soziale Themen und die betroffenen Personen in den Mittelpunkt zu rücken, ohne auf Emotionen und Drama zu setzen, heißt, die Personen zu respektieren. Es kann ein gutes Beispiel sein, Verantwortungsbewusstsein zu zeigen, und insbesondere das Entstehen von Stereotypen nicht zu fördern. Aus genau diesem Grund macht es Sinn, Experten, SozialarbeiterInnen, Journalisten zusammenzubringen, um nachzudenken, wie die „Normalität“ des Sozialen auf angemessene und respektvolle Weise erzählt werden kann.

Wir brauchen eine „positive“ Kommunikation, die die erzieherischen, proaktiven, originellen Aspekte in den Vordergrund rückt, die aus dem sozialen Bereich kommen. Und es gibt viele davon, auch wenn sie vielleicht etwas versteckt sind.

Häufig führen soziale Themen die Rangliste der Themen mit Nachrichtenwert nicht an, außer sie stellen ein Drama oder ein Problem dar. Die Herausforderung ist somit die: Beschäftigen wir uns mit den Faktoren, die Einheit schaffen, versuchen wir, uns zu hinterfragen, wenn wir eine Nachricht schreiben, wenn wir ein Projekt erstellen oder eine soziale Initiative gefördert wird und versuchen wir zu fragen: „Kann das zur Schaffung einer solidarischen Gemeinschaft beitragen?“ Einige Zweifel werden sich durch diese Frage von selbst auflösen. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.