

Medien und Integration

Mediennutzung und Vorstellungen zur medialen Integration bei Migranten

Rainer Geißler / Sonja Weber-Menges

Dieser Beitrag ist aus einem umfangreichen transdisziplinären Forschungsprojekt zur Rolle der Medien bei der Integration von Migranten¹ hervorgegangen, das Soziologen der Universität Siegen und Kommunikationswissenschaftler der Technischen Universität Dortmund im Rahmen des Siegener DFG-Forschungskollegs „Medienumbrüche“ durchgeführt haben (vgl. Geißler / Pöttker 2005, 2006, 2009, 2010). Wir werden im Folgenden zunächst unser analytisch-normatives Konzept der medialen Integration vorstellen und danach einige Ergebnisse aus empirischen Studien zur Mediennutzung und zu den Vorstellungen von medialer Integration bei Migranten aus Russland, Italien und der Türkei sowie zu den Journalisten mit Migrationshintergrund in den deutschen Tageszeitungen präsentieren.

1 Schlüsselbegriffe: Integration und mediale Integration

1.1 Was heißt Integration? Interkulturelle Integration als humaner Mittelweg zwischen Assimilation und Pluralismus

Wer die Rolle der Medien bei der Integration wissenschaftlich klären möchte, muss sich zunächst mit dem zentralen Konzept der „Integration“ auseinandersetzen. Was kann man unter der „Integration von Migranten“ verstehen?

Wenn man sich mit dieser Thematik befasst, merkt man recht schnell, dass man es mit einem ausgesprochen komplexen, vielschichtigen und sehr widersprüchlich interpretierten Konzept zu tun hat. Der Integrationsbegriff hat zunächst einen Doppelcharakter: Er ist ein analytisch-wissenschaftlicher Begriff, aber gleichzeitig auch ein normativ-politischer Begriff. Integration ist nicht nur ein Instrument der wissenschaftlichen Analyse, sondern das Konzept enthält stets auch erwünschte Ziele, eine erwünschte Richtung der Entwicklung, einen erwünschten Endzustand. Wer sich als Wissenschaftler mit Integration befasst, bewegt sich also - ob er bzw. sie es will oder nicht - immer auch mitten in der politischen Auseinandersetzung. Angesichts seiner politischen Implikationen ist es nicht verwunderlich, dass der Begriff sehr umstritten ist – sowohl in der Politik als auch in der Wissenschaft (vgl. R. Geißler 2004a: 289 ff.).

Es ist sinnvoll, zwei Grunddimensionen der Integration zu unterscheiden: die sozialstrukturelle und die sozialkulturelle Dimension. *Sozialstrukturelle Integration* meint die Eingliederung der Migranten in die Sozialstruktur – oder genauer: in die soziale Ungleich-

¹ In unserem Buchbeitrag verwenden wir durchgehend nur die männliche Form. Diese schließt die jeweiligen weiblichen Mitglieder dieser Gruppe mit ein.

heitsstruktur - der Aufnahmegesellschaft; die *sozialkulturelle* bezieht sich auf die Eingliederung in deren Kultur.

In der sozialwissenschaftlichen Migrationsforschung ist es unumstritten, dass die Chancengleichheit das zentrale Prinzip der *sozialstrukturellen* Integration ist. Gleiche Chancen der Migranten beim Zugang zu Bildung und Arbeitsmarkt - damit also auch zu Wohlstand und sozialer Sicherheit - sowie gleiche Chancen beim Zugang zu den wichtigen gesellschaftlichen und politischen Institutionen sind die Voraussetzung für eine angemessene Teilnahme am Leben der deutschen Gesellschaft. Ziel der Chancengleichheit ist es, die Ethnisierung der Ungleichheitsstruktur, die Entstehung von „ethclasses“ (M.M. Gordon 1964: 40) oder „ethnischer Schichtung“ (H. Esser 2001) zu verhindern. Umstritten ist allerdings, wie weit dazu die Anpassung der Migranten an die deutsche Kultur notwendig ist. Das *assimilative* Integrationskonzept geht davon aus, dass die sozialstrukturelle Integration nur durch eine weitgehende Anpassung der Migranten an die deutsche Kultur möglich ist. Die Vertreter einer *pluralistischen* Integration nehmen dagegen an, dass abweichende Lebensarten und Traditionen bzw. die Orientierungen an der Kultur der Herkunftslandes nicht im Widerspruch zu einer chancengleichen Teilhabe am ökonomischen, politischen und sozialen Leben der Aufnahmegesellschaft stehen.²

Wir gehen in diesem Beitrag vom Konzept der *interkulturellen Integration* aus. Dieses markiert einen humanen Mittelweg zwischen den assimilationistischen und pluralistischen Positionen. Interkulturelle Integration lehnt sich an ein wichtiges Grundprinzip des kanadischen Multikulturalismus an. Die kanadischen Soziologen Augie Fleras und Jean L. Elliot (2002: 40) bringen es in ihrem Klassiker zum Multikulturalismus in Kanada mit dem Titel „Engaging Diversity“ auf die bipolare Formel „unity-within-diversity“ oder auch „diversity-within-unity“. Mit dem Pol „diversity“ verbindet sich das Recht auf sozialkulturelle Differenz der Migranten, das Recht, ihre besonderen kulturellen Traditionen, ihre Sprache, ihre ethnischen Gemeinschaften sowie die Identifikation damit zu erhalten und zu pflegen. Der Pol „unity“ setzt diesem Recht auf sozialkulturelle Differenz Grenzen und verlangt den Migranten gewisse Anpassungsleistungen ab: das Erlernen der Sprache des Aufnahmelandes sowie andere wichtige Fähigkeiten, um sich angemessen in der Aufnahmegesellschaft zu bewegen; die Kenntnis der Gesetze und Grundwerte dieser Gesellschaft sowie die Orientierung daran und die Identifikation damit; es fordert auch die Offenheit für interethnische und interkulturelle Kontakte über die Grenzen der ethnischen Gemeinschaft hinaus.

Das Konzept der „interkulturellen Integration“ fordert die Beteiligten – Mehrheit wie Minderheiten - dazu heraus, eine angemessene Balance zu suchen und zu finden zwischen den Bedürfnissen der Minderheiten auf Anerkennung ihrer soziokulturellen Besonderheiten und den Bedürfnissen der Mehrheit nach Kenntnis sowie Anerkennung des gemeinsamen rechtlichen, kulturellen und sozialen Rahmens, der für das Miteinander unabdingbar ist. Dabei ist es durchaus ein Problem, die „multicultural line“ - wie Fleras / Elliot (2002: 9) sie nennen - zu ermitteln, oder besser: auszuhandeln (vgl. R. Kastoryano 2002). Es soll also eine Antwort auf die Fragen gefunden werden: Wo endet das Recht auf Differenz? Wo beginnt die Verpflichtung zur Anpassung? Die konkrete Ausgestaltung dieser „multikulturellen Linie“ ist ein dynamischer, nie endgültig abgeschlossener Prozess - sie ist Inhalt der gesellschaftlichen und politischen Diskussionen sowie Ergebnis politischer, häufig auch gerichtlicher Entscheidungen.

² Zu dieser Kontroverse vgl. R. Geißler 2004a.

Wendet man die beiden Modelle von Integration - das assimilative und das interkulturelle - auf die Realität an, so findet man beides: Es vollziehen sich sowohl assimilative als auch interkulturelle Integrationsprozesse. Offensichtlich ist *Assimilation* ein langfristiger Vorgang, der über mehrere Generationen hinweg stattfindet, und es sieht so aus, als sei die interkulturelle Integration vielfach eine Vorstufe zur Assimilation. Assimilation bedeutet in diesem historischen Zusammenhang nicht „pure“ Angleichung an festgefügte soziokulturelle Strukturen, denn auch die Mehrheitsgesellschaft verändert sich im Zuge der Einwanderung. Dennoch ziehen wir die interkulturelle Integration als wichtiges Ziel von Integrationspolitik und als erkenntnisleitendes Konzept der Migrationsforschung vor. Interkulturelle Integration ist humaner als Assimilation: Sie mildert den Assimilationsdruck, der in Deutschland von den Migranten nachweisbar als eine große Zumutung empfunden wird (vgl. Rauer / Schmidtke 2001); und sie nimmt auf die Befindlichkeiten vieler Migranten Rücksicht, die die kulturellen, sozialen und identifikatorischen Wurzeln zu ihrer ethnischen Herkunft nicht aufgeben möchten.

Eine neuere repräsentative Studie der Bertelsmann-Stiftung (2009a: 14) bestätigt eine wichtige Erkenntnis der internationalen Identitätsforschung: Eine deutliche Mehrheit der Einwanderer bildet *bikulturelle, hybride* Identitäten aus. Und auch in Deutschland versuchen fast Dreiviertel (74 %) der Menschen mit Migrationshintergrund, die Werte und Traditionen ihres Herkunftslandes mit den deutschen zu verbinden. In diesem Zusammenhang ist ein weiteres Ergebnis der internationalen Forschung wichtig: Bikulturalität ist kein Hindernis für die Integration, sondern begünstigt diese sogar. So fördert eine Studie zu jugendlichen Einwanderern in 12 Ländern - darunter auch Deutschland - Folgendes zutage: Bikulturell orientierte Jugendliche sind am besten integriert - erheblich besser als herkunftsorientierte, und sogar etwas besser als assimilierte. Sie sind zufriedener, haben ein höheres Selbstwertgefühl und seltener psychische Probleme wie Angst oder Depressionen; in der Schule kommen sie besser zurecht, haben mehr Schulfreude und zeigen seltener Verhaltensauffälligkeiten (vgl. Berry / Phinney / Sam / Vedder 2006).

Die langen Erfahrungen Kanadas mit dem Zusammenleben vieler ethnischer Minderheiten haben deutlich gemacht, dass sich interkulturelle Integration nicht von selbst vollzieht. Sie bedarf vielmehr des Managements und der *aktiven Akzeptanz* (vgl. Fleras / Elliot 2002: 40). Aktive Akzeptanz meint dreierlei:

1. Die Akzeptanz des Faktums der *notwendigen Einwanderung*: Die Einwanderungsgesellschaft erkennt an, dass (gesteuerte) Einwanderung aus ökonomischen und demografischen Gründen - z.T. auch aus humanitären Verpflichtungen heraus - notwendig ist. Sie steht daher der Anwesenheit von Migranten, die eine wichtige Rolle bei der ökonomischen und soziokulturellen Weiterentwicklung spielen, grundsätzlich positiv gegenüber.
2. Die Akzeptanz der *Notwendigkeit, die Migranten sozialstrukturell und interkulturell zu integrieren*: Es wird anerkannt, dass die sozialstrukturelle Gleichstellung sowie die interkulturelle Integration nach dem Prinzip von Einheit-in-Verschiedenheit die Leitlinien beim politischen und gesellschaftlichen Umgang mit Migranten sind.
3. Die Einsicht in die *Notwendigkeit einer kollektiven aktiven Förderung der Integration*: Es wird gesehen, dass die Integration der Migranten kein Selbstläufer ist, sondern dass es dazu erheblicher politischer und gesellschaftlicher Anstrengungen bedarf. Nicht stillschweigende Akzeptanz, sondern *aktive* Akzeptanz ist gefragt. So wie bei der Gleichstellung der Geschlechter ein *gender mainstreaming* praktiziert wird, benötigt die Integration

der Migranten ein ethnic diversity mainstreaming. Kollektive Anstrengungen sind dabei nicht nur auf Seiten der Aufnahmegesellschaft, sondern auch von Seiten der Migranten erforderlich.

Eigentlich müsste man den humanen Mittelweg zwischen Assimilation und Pluralismus „multikulturelle“ Integration nennen, weil sich das Konzept stark an der Philosophie und Politik des kanadischen Multikulturalismus orientiert. Aus zwei Gründen ziehen wir aber den Terminus „interkulturell“ vor: Zum einen hat in Deutschland eine hitzige Debatte um die multikulturelle Gesellschaft dazu geführt, dass der Begriff „multikulturell“ mit anderen Inhalten - z.B. „bloßes Nebeneinander“ der ethnischen Gruppen, „Parallelgesellschaften“, „ethnische Ghettos“ - negativ besetzt ist und für viele zu einem politischen Reizwort hochstilisiert wurde. Er würde also zu Missverständnissen führen, zumal nur sehr wenige Deutsche mit den Prinzipien des kanadischen Multikulturalismus vertraut sind. Zum anderen bringt das Präfix „inter“ besser zum Ausdruck, was das Konzept meint: „Miteinander“, „Austausch“, „Gemeinsamkeit“. Mit dem Präfix „multi“ kann man dagegen auch ein „bloßes Nebeneinander“, „Paralleles“ assoziieren.

1.2 Was heißt mediale Integration?

Nach diesen allgemeinen Überlegungen zur Integration soll deren Ergebnis stärker auf die Problematik „Medien und Integration“ zugespißt werden. Wir haben dazu den Begriff „mediale Integration“ entwickelt. Mediale Integration soll heißen: die Integration der ethnischen Minderheiten in die medial hergestellte Öffentlichkeit und in das Mediensystem.

Die weiteren Überlegungen stellen in Rechnung, dass sich in Deutschland - wie in anderen Einwanderungsgesellschaften aus - ein duales Mediensystem entwickelt hat: Die deutschen Mainstreammedien (Mehrheitsmedien) haben immer stärker Konkurrenz durch die Ethnomedien bekommen (vgl. Weber-Menges 2005, 2006 und 2007a). Mit Ethnomedien sind Medien gemeint, die sich an spezifische ethnische Gruppen von Migranten richten – meist in der Herkunftssprache, manchmal zweisprachig, selten auf Deutsch. Es ist sinnvoll, zwei Typen von Ethnomedien zu unterscheiden: Auslandsmedien und genuine Ethnomedien. Auslandsmedien werden im Ausland oder in der Regie des Auslands hergestellt, wie z.B. die türkischen Fernsehprogramme oder die türkische Tageszeitung *Hürriyet*; sie stellen in Deutschland die große Mehrheit der Ethnomedien. Genuine Ethnomedien - die in Deutschland relativ selten sind - produzieren die Migranten selbst in eigener Regie im Aufnahmeland, so z.B. die beliebte russlanddeutsche Wochenzeitung *Russki Berlin*. Die interkulturelle mediale Integration bezieht sich sowohl auf die Inhalte, als auch auf die Produktion und die Nutzung von Mehrheitsmedien und Ethnomedien.

a) Interkulturelle Inhalte

Die Darstellung der Migranten in den Mehrheitsmedien orientiert sich zum einen an der Rolle der deutschen Medien bei der Herstellung aktiver Akzeptanz. Um das Bewusstsein zu schärfen, dass Mehrheit und Minderheiten aufeinander angewiesen sind, verdeutlichen sie die Notwendigkeit der Einwanderung (den demographischen und ökonomischen Sinn und Nutzen der Migranten), aber auch die internationalen Verpflichtungen Deutschlands, Flüchtlinge aus humanitären Gründen aufzunehmen. Gleichzeitig weisen sie auf die not-

wendige sozialstrukturelle und interkulturelle Integration hin. Chancengleichheit, die Notwendigkeit einer gewissen Anpassung (wie Erlernen der deutschen Sprache, die Kenntnis sowie Anerkennung der deutschen Verfassung, Gesetze und Grundwerte), aber auch Toleranz gegenüber legitimen ethnischen Besonderheiten nach dem Prinzip von Einheit-in-Vielfalt sind Leitlinien der Berichterstattung und Kommentierung.

Darüber hinaus vermitteln die Medien den verschiedenen miteinander lebenden und kooperierenden Gruppen relevantes Wissen übereinander. Da die Deutschen aus sprachlichen Gründen nur in Ausnahmefällen Ethnomedien nutzen, stellen die Mehrheitsmedien für sie die nahezu einzige mediale Informationsquelle über das Wesen und die Probleme der Migranten dar. Umgekehrt sind Migranten nur in der Lage, informiert und aufgeklärt an den sozialen und politischen Prozessen in Deutschland teilzunehmen, wenn sie einigermaßen regelmäßig die deutschen Medien nutzen, um die aktuellen Vorgänge in Deutschland sowie deren Hintergründe wahrzunehmen und zu verstehen. Ein Anreiz zur regelmäßigen Nutzung wird dadurch geboten, dass sich die Migranten mit ihren Anliegen und Problemen in den Mehrheitsmedien wiederfinden.

Die Charakteristika der interkulturell integrativen Medieninhalte lassen sich auch negativ formulieren: Germanozentrische Medien, die Migranten unzureichend zu Wort kommen lassen, ihre Befindlichkeiten und Probleme ausblenden, oder in deren Berichterstattung Diskriminierungen und ethnischer Negativismus (z.B. „Ausländer“ oder Migranten als Gruppen, die den Deutschen vorwiegend Probleme bereiten) vorherrschen, stehen im Widerspruch zum Modell der interkulturellen medialen Integration. Dies bedeutet jedoch nicht, dass Probleme mit Migration und Integration in der Aufnahmegesellschaft tabuisiert werden. Diese sind durchaus - wie die Problematik der Geschlechter- oder Generationenverhältnisse - Teil des pluralen öffentlichen Diskurses, sie sollten ihn allerdings nicht dominieren.

Ethnomedien sind für die nicht assimilierten Minderheiten eine notwendige Ergänzung der deutschen Mehrheitsmedien. Ihre Hauptzielgruppen sind die bikulturellen, in der Regel zweisprachigen Teile der Migranten, deren Bedürfnisse nach Kontakten mit ihrer Herkunftskultur und Herkunftssprache sowie nach Informationen über die spezifische Situation und die spezifischen Probleme ihrer ethnischen Gruppen in der Aufnahmegesellschaft durch die deutschen Medien nicht angemessen befriedigt werden können. Angesichts der ethnischen Vielfalt und der fortschreitenden internen soziokulturellen Differenzierung der einzelnen ethnischen Gruppen - z.B. nach Generationen, Bildung und Berufsstatus - können die deutschen Medien diese Funktionen nicht erfüllen. Ihnen fehlt es an Platz und Kompetenz, sie sind strukturell überfordert. Ethnomedien spielen im Pluralismus des deutschen Mediensystems eine ähnliche Rolle wie spezifische Medien für Frauen, Jugendliche oder bestimmte Religionsgemeinschaften. Wichtig ist der interkulturell integrative Charakter ihrer Inhalte. Segregative Inhalte - z.B. die ausschließliche Konzentration auf die Herkunftskultur oder die Konfrontation einer „überlegenen“ Herkunftskultur mit einer einseitig-negativ präsentierten Kultur der Aufnahmegesellschaft - passen nicht zu diesem Modell.

b) Interkulturelle Produktion

In der Produktion der deutschen Mehrheitsmedien ist eine angemessene, möglichst proportionale (entsprechend dem Anteil der ethnischen Gruppen an der Bevölkerung) Teilnahme der ethnischen Minderheiten an den deutschen Mehrheitsmedien erforderlich. Ihre Situation ist strukturell z.B. mit den Repräsentanten der beiden Geschlechter vergleichbar. Medien-

macher mit Migrationshintergrund wirken an der Herstellung der pluralistisch-demokratischen Öffentlichkeit mit und bringen dabei spezifische Informationen, ein spezifisches Wissen über ihre Gruppen sowie deren Probleme ein. Sie verkörpern einen wichtigen Teil des mehrdimensionalen demokratischen Pluralismus im deutschen Mediensystem - seine Ethnodimension, die gleichberechtigt neben anderen Dimensionen wie z.B. denjenigen der Geschlechter, der Interessenverbände, der Altersgruppen oder der Religionsgemeinschaften rangiert.

Für die Ethnomedien lässt sich mit Vorsicht - die Forschungssituation zu den Ethnomedien ist bisher ausgesprochen dürftig - die folgende Hypothese formulieren: Die Produktionsstruktur der genuinen Ethnomedien - biculturelle Journalisten mit Migrationshintergrund, die sich in Deutschland auskennen und aus eigenen Erfahrungen heraus sensibel sind für die Befindlichkeiten der Migranten - ist für die mediale Integration günstiger als die Produktionsstruktur der Auslandsmedien. Diese Hypothese stützt sich auf den Vergleich der Inhalte von türkischen Medien - die fast ausschließlich Auslandsmedien sind - mit den Inhalten der genuinen Ethnomedien der Russlanddeutschen. Die Inhalte der türkischen Medien werden sehr ambivalent eingeschätzt und unter dem Strich eher als integrationshemmend eingestuft.³ So zeigt eine quantitative Analyse der Europa-Ausgaben von *Hürriyet* des Jahres 2007, dass diese Zeitung ihren Lesern so gut wie keine Integrationshilfen für das Leben in Deutschland anbietet. Stattdessen fordert sie zur Bewahrung der türkischen Kultur auf (vgl. D. Müller 2009). Die Medien der Russlanddeutschen sind dagegen bemüht, ihren Lesern nicht nur Informationen über ihre Herkunftsländer zu vermitteln, sondern auch die Belange der deutschen Aufnahmegesellschaft zu verdeutlichen sowie dabei zu helfen, sich in der neuen sozialen und kulturellen Umwelt zurechtzufinden (vgl. T. Darieva 2010; Pfetsch / Trebbe 2003).

c) Interkulturelle Nutzung

Es ist - nicht zuletzt aus sprachlichen Gründen - unrealistisch, von den Deutschen eine Nutzung der Ethnomedien zu erwarten. Daher ist eine angemessene Präsentation der ethnischen Minderheiten in den deutschen Medien für die interkulturelle Kommunikation außerordentlich bedeutsam. Umgekehrt ist es für die interkulturelle Integration der ethnischen Minderheiten unabdingbar, dass diese die deutschen Medien nutzen. Ohne Kenntnisse über die aktuellen Vorgänge in der Aufnahmegesellschaft und über deren Hintergründe ist eine sozialstrukturelle Integration - die angemessene Wahrnehmung von Teilnahmechancen in der Politik, auf dem Arbeitsmarkt, im Bildungssystem und in den wichtigen Institutionen - nicht möglich. Die Attraktivität der deutschen Medien für die ethnischen Minderheiten ist daher eine wichtige Voraussetzung für deren interkulturelle Integration. Darüber hinaus nutzen nichtassimilierte, biculturell orientierte Migranten die Ethnomedien ihrer Herkunftskultur. Über diese Gruppen sind die dominante deutsche Öffentlichkeit und die ethnischen Teilöffentlichkeiten miteinander verzahnt.

d) Eine doppelte Herausforderung an die deutschen Medien

Angesichts der zahlenmäßig zunehmenden ethnischen Minderheiten und des damit zusammenhängenden ethnopluralen Mediensystems stehen die deutschen Medien vor einer doppelten Herausforderung: Zum einen stellt sich ihnen die Aufgabe, gegenüber ihrem deutschen Publikum einen Beitrag zur „aktiven Akzeptanz“ der Migranten zu leisten. Zum

³ Vgl. die Bilanz der Inhaltsanalysen bei D. Müller 2005a.

anderen ist es wichtig, einen möglichst großen Teil der bleibewilligen Bevölkerung mit Migrationshintergrund als Rezipienten zu gewinnen, um diese bei der interkulturellen Integration und bei der Wahrnehmung von Chancen in der deutschen Gesellschaft zu unterstützen.

2 Mediennutzung und Vorstellungen von medialer Integration bei Migranten aus Russland, Italien und der Türkei

Im Folgenden stellen wir ausgewählte Ergebnisse einer umfangreichen Studie zu Mediennutzung und Integration von Migranten aus der Türkei, Italien und Russland vor. Ihre Ergebnisse präsentieren wir - so wie auch im folgenden Kapitel die Ergebnisse unserer Studie zu den Migranten in deutschen Tageszeitungen - unter der Fragestellung, was sie zum gegenwärtigen Zustand der interkulturellen medialen Integration in Deutschland aussagen.

Im Jahr 2007 wurden gut 1.000 Personen aus Italien, ca. 700 Personen aus der Türkei (ohne Kurden) und ca. 1.000 Personen aus Russland befragt. Hier präsentieren wir nur die Ergebnisse für gut 500 Russlanddeutsche (Spät-/Aussiedler) und nicht diejenigen für russische Juden oder andere Russen. Befragt wurden nur Angehörige aus reinen Migrantenfamilien, also keine Kinder aus gemischten Familien mit einem Elternteil ohne Migrationshintergrund. Diese wurden ausgeklammert, weil deren Verhaltens- und Einstellungsmuster mit denjenigen der Einheimischen fast identisch sind. Die Stichprobe ist repräsentativ für Nordrhein-Westfalen, die Ergebnisse dürften auch für Westdeutschland einigermaßen verallgemeinerbar sein.

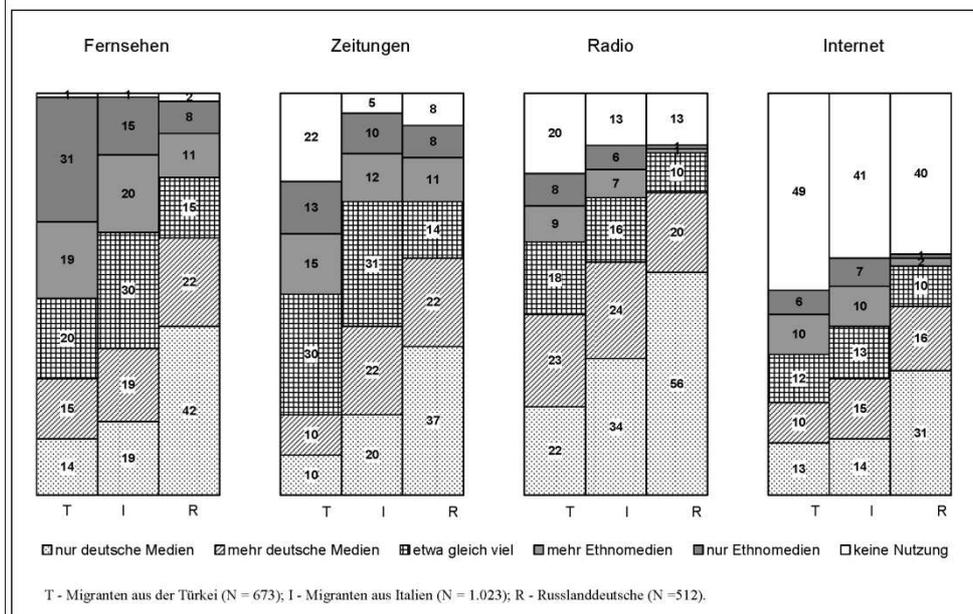
2.1 Mediennutzung

Die Mediennutzung der Migranten hängt von zwei wichtigen Faktoren ab: von den medialen Wünschen und Bedürfnissen der Migranten, aber auch vom Medienangebot. Des Weiteren wird die Mediennutzung bei allen drei Gruppen vom Alter, von den deutschen Sprachkenntnissen und von der Aufenthaltsdauer in Deutschland beeinflusst. Je älter die Migranten sind, je schlechter sie die deutsche Sprache beherrschen und je kürzer sie in Deutschland wohnen, desto häufiger nutzen sie ihre Ethnomedien.

Allerdings ist die Furcht vor großen ethnischen Medienghettos in Deutschland unbegründet. Medienghettos - d.h. es werden nur ethnische Medien, aber keine deutschen genutzt - sind in Abbildung 1 dunkel markiert. Nur kleine Minderheiten der Migranten nutzen ausschließlich Ethnomedien. Am größten ist das „türkische TV-Ghetto“ mit 31 %. Eine der Ursachen dafür ist, dass ein Teil der Frauen aus der Türkei Analphabetinnen sind und auch die deutsche Sprache kaum beherrschen. Abgesehen vom türkischen TV-Ghetto umfassen die medialen Ghettos nur zwischen 6 und 10 % der Migranten, lediglich das italienische ist mit 15 % etwas größer.⁴

⁴ Zur Medienghetto-These vgl. H. Bonfadelli 2009 und M. Sauer 2010.

Abbildung 1: Mediennutzung von Migranten (Angaben in %)



Quelle: S. Weber-Menges 2007b

Medial assimiliert - d.h. sie nutzen nur deutsche Medien - sind große Teile der Russlanddeutschen, aber nur relativ kleine Minderheiten der Migranten aus Italien und der Türkei. Die Gruppen der Assimilierten sind etwas größer als die der Ghettoisierten. Die Mehrheit der Migranten nutzt sowohl deutsche als auch ethnische Medien – ist also interkulturell integriert.

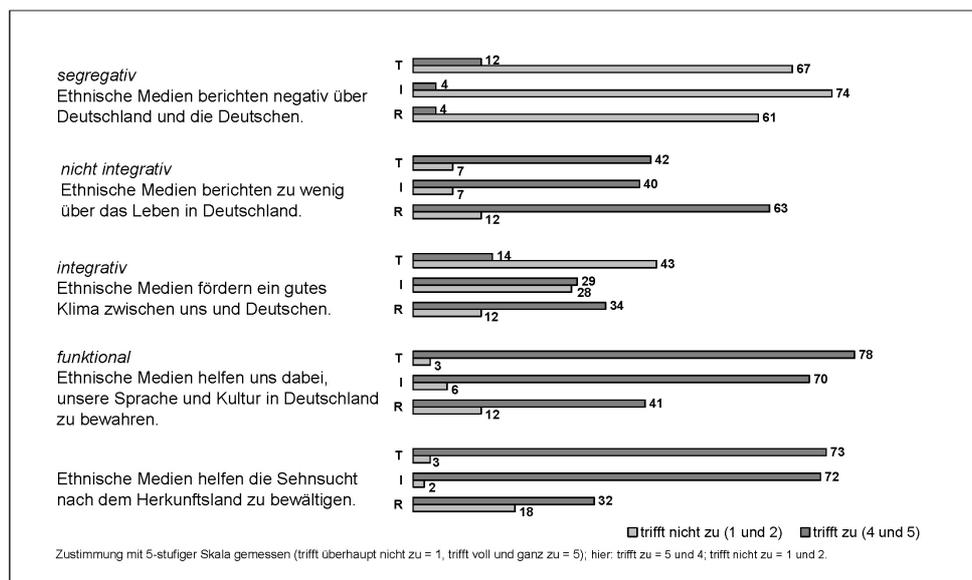
Ein wichtiger Einflussfaktor hinsichtlich der Mediennutzung sind die Sprachkenntnisse in der Muttersprache und in der deutschen Sprache. Insgesamt 43 % der Befragten gaben an, dass sie durchaus daran interessiert seien, häufiger deutsche Medien zu nutzen, dass ihre deutschen Sprachkenntnisse hierfür jedoch nicht ausreichen würden. Es handelte sich hierbei vor allem um Migranten der ersten Generation, insbesondere um ältere. Im Gegenzug würden 56 % der jüngeren befragten Migranten (vor allem der zweiten und der dritten Generation, besonders häufig Türkischstämmige) gerne Ethnomedien nutzen, es mangelt ihnen jedoch an Kenntnissen der Herkunftssprache.

Für die Nutzung von Ethnomedien ist auch die Verfügbarkeit ein wichtiger Einflussfaktor. In kleineren Städten mit wenig Migranten und auf dem Land sind ethnische Pressemedien oft schlecht erhältlich. Hier findet dann häufig gar keine Nutzung von Pressemedien oder ein notgedrungener Rückgriff auf deutsche Medien statt, wobei Letzteres wiederum von den deutschen Sprachkenntnissen abhängig ist.

2.2 Einschätzung der Ethnomedien

Eine große Fülle von Inhaltsanalysen - wie die wissenschaftlichen Studien zu den Medieninhalten genannt werden - stimmen in einem wichtigen Punkt überein: Migranten werden in den deutschen Medien überwiegend negativ verzerrt dargestellt. Sie tauchen häufiger in negativen Kontexten (z.B. als Kriminelle, als Problemgruppen, die den Deutschen Probleme machen und selbst Probleme haben) als in positiven Kontexten auf. Die Medienforschung spricht daher vom „Negativismus“ bei der medialen Präsentation der Migranten.⁵ Zu den Inhalten der Ethnomedien liegen die bereits kurz skizzierten mageren Forschungsergebnisse über die eher problematischen türkischen Medien und die integrativen russlanddeutschen Medien vor.⁶ Im Rahmen unserer empirischen Untersuchung war es in diesem Zusammenhang von Interesse, wie die Migranten selbst die Medieninhalte aus ihrer eigenen Perspektive wahrnehmen und beurteilen.

Abbildung 2: Einschätzung der ethnischen Medien (Angaben in %)



Quelle: S. Weber-Menges 2007b

Wie Abbildung 2 zeigt, haben nur sehr wenige Migranten den Eindruck, dass die Inhalte ihrer ethnischen Medien - bei Migranten aus der Türkei die türkischen Medien, bei Migranten aus Italien die italienischen, bei Russlanddeutschen die russischen - segregativ sind und negativ über Deutschland und die Deutschen berichten. Bei der Einschätzung der integrativen Inhalte unterscheiden sich die drei Migrantengruppen jedoch sehr deutlich. Von den Türkeistämmigen stimmen nur 14 % der Aussage zu, dass die türkischen Medien ein gutes Klima zwischen ihnen und den Deutschen fördern. Bei den Migranten aus Italien sind Zu-

⁵ Vgl. die Bilanzen von D. Müller 2005b und G. Ruhrmann 2009.

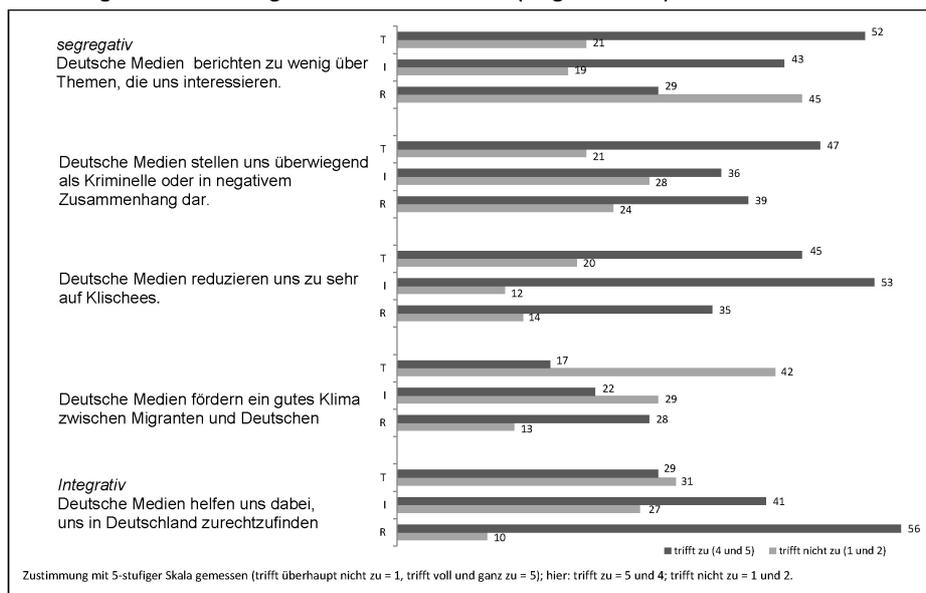
⁶ Vgl. die Bilanz bei D. Müller 2005a sowie D. Müller 2009.

stimmung und Ablehnung gleich häufig. Und unter den Russlanddeutschen überwiegt die Zustimmung deutlich, Ablehnungen sind hingegen selten. Die unterschiedlichen Einschätzungen bestätigen die bereits kurz präsentierten unterschiedlichen Ergebnisse der Inhaltsanalysen zu den türkischen und russlanddeutschen Ethnomedien.

Ethnomedien erfüllen aber wichtige andere Funktionen, die vermutlich die interkulturelle Integration der Migranten begünstigen. Für Migranten aus der Türkei und aus Italien stellen sie eine wichtige sprachliche, kulturelle und emotionale Brücke zum Herkunftsland dar - eine Funktion, die nur für jeden dritten Russlanddeutschen eine Rolle spielt. Russlanddeutsche fühlten sich in der Regel in Russland als Minderheit und sind daher mit ihrem Herkunftsland nicht so verbunden wie die Italiensstämmigen mit Italien oder die Türkei-stämmigen mit der Türkei. Viele Russlanddeutsche fühlen sich als „Heimkehrer“ in das Land ihrer Vorfahren und benötigen die Brücke zu ihrem Ausreiseland nicht.

2.3 Einschätzung der deutschen Medien

Abbildung 3: Einschätzung der deutschen Medien (Angaben in %)



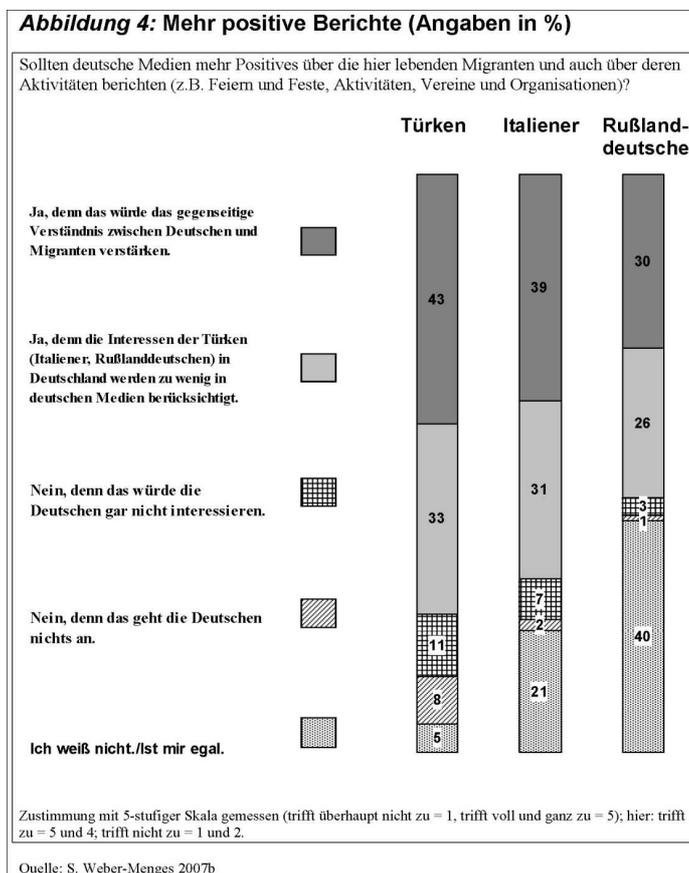
Quelle: S. Weber-Menges 2007b

Die Einschätzung der deutschen Medien fällt recht negativ aus (vgl. Abbildung 3). Am skeptischsten äußern sich Migranten aus der Türkei, etwas positiver urteilen die Russlanddeutschen, die Migranten aus Italien liegen in der Mitte. Migranten aus der Türkei und aus Italien bemängeln das Fehlen von Themen, die für Migranten von Interesse sind sowie die klischeehafte Darstellung von Migranten; von Letzterem fühlen sich insbesondere die Italiensstämmigen betroffen. Alle drei Gruppen beklagen die überwiegend negative Berichterstattung über Migration und Migranten, z.B. die Darstellung der Migranten als Kriminelle - dies kritisieren insbesondere die Migranten aus der Türkei. Und bei der Frage, ob deutsche

Medien ein gutes Klima zwischen Migranten und Deutschen fördern, schneiden deutsche Medien genauso schlecht ab wie die Ethnomedien; Migranten aus der Türkei äußern sich hierbei am kritischsten - sowohl über die deutschen als auch über die türkischen Medien. Bemerkenswert ist, dass die Einschätzung der türkischen Medien noch geringfügig schlechter ausfällt als die Einschätzung der deutschen Medien. In einem Punkt nehmen insbesondere Russlanddeutsche - abgeschwächt auch Italiener, weniger die Türken - integrative Inhalte wahr: Deutsche Medien helfen den Migranten, sich in Deutschland zu recht zu finden.

2.4 Vorstellungen der Migranten zur Verbesserung der medialen Integration

Welche Ideen haben Migranten zur Verbesserung der medialen Integration? Entsprechen ihre Vorstellungen dem Konzept der medialen Integration?

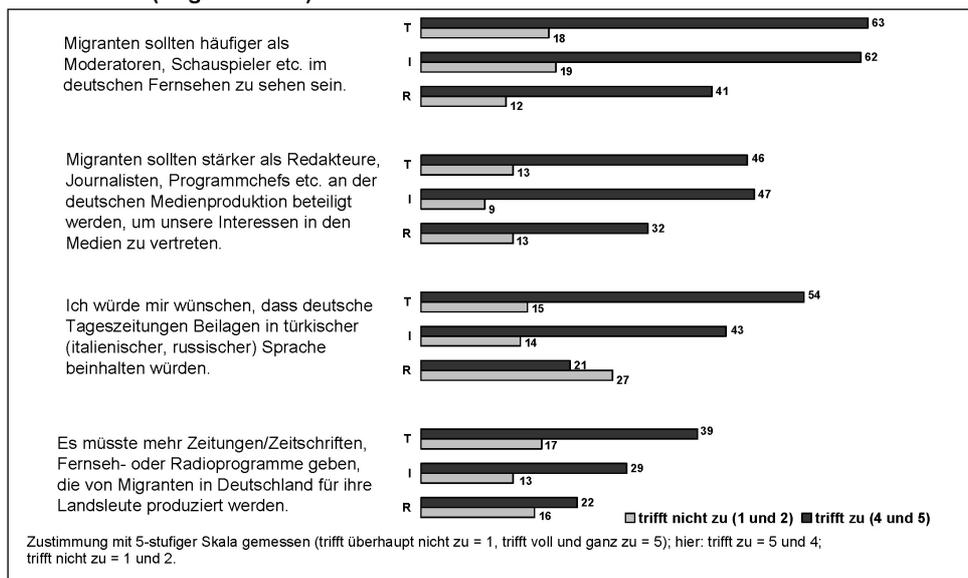


Sehr eindeutig wünschen sich gemäß Abbildung 4 76 % der Türkischstämmigen sowie 70 % der Italienstämmigen, dass mehr und positiver über die Migranten und ihre Kulturen sowie Aktivitäten - ihre Feiern und Feste, Vereine und Organisationen - berichtet wird. Nur

eine kleine Minderheit beider Gruppen reagiert ablehnend, weil sie ein Desinteresse der Deutschen an solchen Themen vermutet oder meint, es gehe die Deutschen nichts an. Unter den Russlanddeutschen ist die Zurückhaltung gegenüber Verbesserungen dieser Art größer – immerhin haben 40 % keine Meinung dazu. Die Interessen der Russlanddeutschen sind offensichtlich in deutschen Medien besser präsent als die der beiden anderen Gruppen.

Auch darüber, wodurch die Darstellung der Migranten und die mediale Integration verbessert werden könnte, stimmen die drei Gruppen überein (vgl. Abbildung 5). Der Forderung „mehr Migranten als Medienmacher in die Medien“ wurde dabei am häufigsten zugestimmt. Dieses Postulat haben wir bereits vor Jahren als wichtige Bedingung medialer Integration formuliert, seit einigen Jahren wird es in Deutschland auch zunehmend von Politikern und den Verantwortlichen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten vertreten und umgesetzt. Fremdsprachige Beilagen in deutschen Tageszeitungen sind insbesondere unter Migranten aus der Türkei erwünscht. Dagegen stoßen genuine Ethnomedien, die von den Migranten selbst in Deutschland hergestellt werden, auf relativ wenig Interesse. Auch an diesen Medien ist das Interesse unter den Türkeistämmigen am größten. Generell kann festgestellt werden, dass sich Russlanddeutsche seltener für eine stärkere Beteiligung an der Produktion der deutschen Medien aussprechen als Migranten aus der Türkei und aus Italien.

Abbildung 5: Verbesserung der medialen Integration – Vorstellungen der Migranten (Angaben in %)



3 Migranten als Journalisten in deutschen Tageszeitungen

3.1 Nur gut einer von hundert Journalisten in deutschen Tageszeitungen hat einen Migrationshintergrund

„Mehr Migranten in die Medien“ war die Hauptforderung der befragten Einwanderer. Haben sie Recht? Die Antwort ist ein klares Ja - auch wenn die Beteiligung der Migranten an der Produktion der deutschen Mainstreammedien ein nahezu weißer Fleck auf der Karte der Forschungslandschaft ist. Schätzungen gehen von 2 bis 3 % aus. Die einzigen verlässlichen Daten liefert unsere Vollerhebung im Jahr 2008 bei den 1.229 Chef- und Lokalredaktionen der insgesamt 600 deutschen Tageszeitungen. Die postalischen Antworten und telefonischen Nachfragen – insgesamt ein Rücklauf von 41 % - lassen sehr gute Schätzungen zu.⁷ In 84 % der Redaktionen sind die Einheimischen unter sich, Migranten sind an der Gestaltung der Zeitungsinhalte als Journalisten nicht beteiligt. Von den mehr als 16.500 hauptberuflich tätigen Journalisten haben lediglich 200 einen Migrationshintergrund, das sind ganze 1,2 %. Etwa ein Fünftel der Bevölkerung ist also mit winzigen 1,2 % in den Redaktionen der deutschen Tageszeitungen vertreten – oder mit anderen Worten: Migranten sind in dieser wichtigen medialen Institution um das 16-fache unterrepräsentiert.

Das Erschrecken über diesen Befund wird etwas gedämpft, wenn man einen Blick nach Kanada wirft. Obwohl sich dieses klassische Einwanderungsland seit vier Jahrzehnten bemüht, seine Einwanderer interkulturell zu integrieren und die ethnische Diversität in allen wichtigen gesellschaftlichen Bereichen und Institutionen - darunter auch den Massenmedien - zu verbessern, ist es noch erheblich von einer proportionalen Beteiligung aller ethnischen Gruppen an der Medienproduktion entfernt. Die sogenannten „visible minorities“ - die farbigen Einwanderer insbesondere aus Asien, den arabischen Ländern, Mittelamerika und Afrika - sind im Jahr 2004 unter den kanadischen Zeitungsjournalisten weiterhin um etwa das 4-fache unterrepräsentiert (vgl. R. Geißler 2010: 251).

3.2 Ethnische und soziale Herkunft der Journalisten mit Migrationshintergrund⁸

Zwei Drittel der kleinen Schar von Journalisten mit Migrationshintergrund gehören der zweiten Generation aus Einwandererfamilien an; die Hälfte von ihnen ist in Deutschland geboren. Wer selbst eingewandert ist, kam in der Regel im Kindesalter - im Durchschnitt mit neun Jahren - zusammen mit den Eltern. 62 % der migrantischen Journalisten besitzen die deutsche Staatsangehörigkeit; ein gutes Drittel von diesen ist binational, hat also auch die Staatsangehörigkeit eines weiteren Landes.

Unter den Herkunftsländern dominieren die früheren Anwerbestaaten mit 44 %. Die mit Abstand stärkste Minderheit der Türkischstämmigen stellt ein Fünftel, gefolgt von Journalisten mit spanischem (9 %) und italienischem (7 %) Migrationshintergrund. Die anderen Anwerbeländer sind nur sehr schwach oder - wie Portugal und Tunesien - überhaupt nicht vertreten. Von den osteuropäischen Staaten stellen die (Spät-)Aussiedler-

⁷ Genaueres zur Methode bei Geißler / Enders / Reuter 2009: 86 ff.

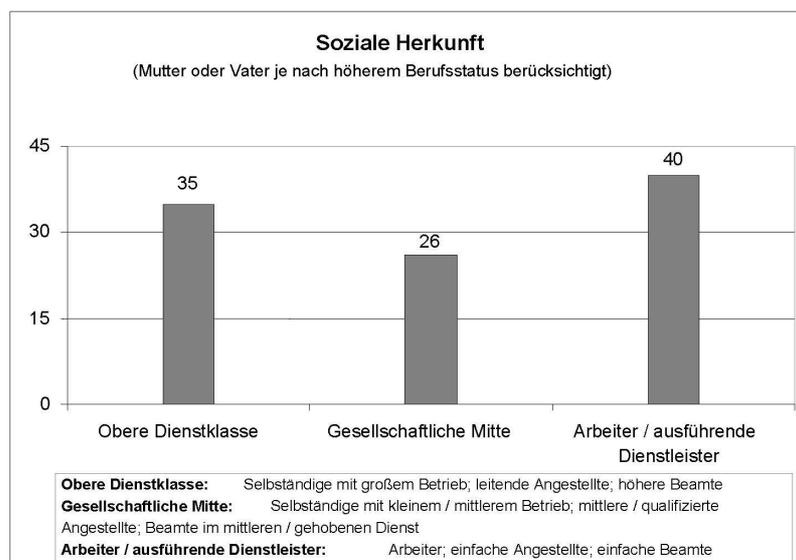
⁸ Den Aussagen in den Kapiteln 3.2 und 3.3. liegt die Auswertung von Online-Fragebögen zugrunde, die von 55 Tageszeitungsjournalisten mit Migrationshintergrund im Jahr 2008 ausgefüllt wurden - davon 40 aus den Redaktionen, die postalisch geantwortet haben. Genaueres dazu bei Geißler / Enders / Reuter 2009: 89 f.

familien aus Polen, der früheren Tschechoslowakei und aus Rumänien die meisten Journalisten mit Migrationshintergrund. (Spät-)Aussiedler aus der ehemaligen Sowjetunion sind in den deutschen Tageszeitungen so gut wie nicht tätig; sie dürften vor allem in den integrativen russischsprachigen Ethnomedien arbeiten.

Knapp die Hälfte gehört den beiden christlichen Konfessionen an, ein Drittel gibt keine Religion oder Konfession an und ein Fünftel von ihnen sind Muslime. Da Deutschland ein junges Einwanderungsland ist, ist die zweite Migrantengeneration erst in den letzten Jahrzehnten in den Journalistenberuf eingerückt. Daher sind die migrantischen Journalisten im Durchschnitt jünger als die einheimischen. Frauen machen mehr als die Hälfte der Journalisten mit Migrationshintergrund aus. Sie sind damit besser vertreten als unter den einheimischen Journalisten.

Der auffälligste Unterschied zu den einheimischen Journalisten zeigt sich bei der sozialen Herkunft. Einheimische stammen fast ausschließlich aus der sozialen Mitte, häufig aus der oberen Mitte. Nur 9 % sind in Arbeiterfamilien aufgewachsen. Von den Journalisten mit Migrationshintergrund haben dagegen 32 % einen Arbeiter als Vater, zwei Fünftel stammen aus Familien von Arbeitern oder einfachen Dienstleistern (vgl. Abbildung 6). Für sie ist die Tätigkeit als Journalist gleichbedeutend mit sozialem Aufstieg.

Abbildung 6: Soziale Herkunft (Angaben in %)



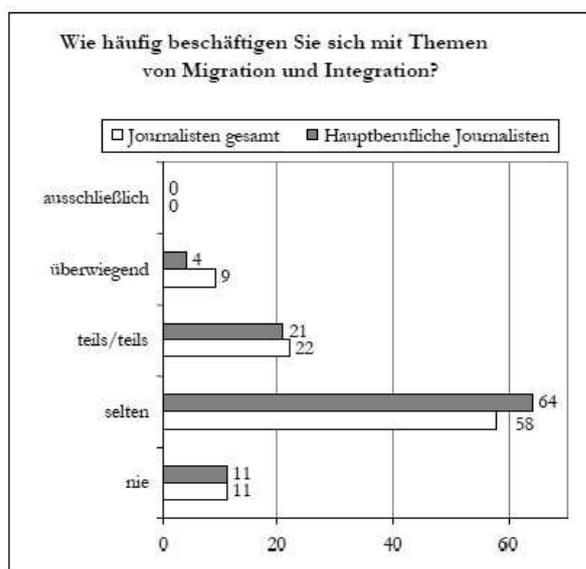
Quelle: Geißler / Enders / Reuter 2009: 100

3.3 Wer es geschafft hat, ist gut integriert

Im Hinblick auf Bildung und journalistische Ausbildung unterscheiden sich die Migranten kaum von ihren einheimischen Kolleginnen und Kollegen. Fast vier Fünftel haben eine Hochschule besucht und meist auch erfolgreich abgeschlossen. Die Mehrheit von ihnen hat

eine feste Anstellung gefunden und ist mit ihrer beruflichen Sicherheit zufrieden. Der Aufstieg in den Chefsessel ist bisher nur in Ausnahmefällen geglückt, aber in Teilleitungsfunktionen - z.B. in die Position eines Ressortleiters - sind sie genauso häufig vorgerückt wie Einheimische.

Abbildung 7: Beschäftigung mit Themen von Migration und Integration (Angaben in %)



Quelle: Geißler / Enders / Reuter 2009: 109

Ein Ergebnis überrascht: Es wird häufig darüber geklagt, dass Journalisten mit Migrationshintergrund bei ihrer Arbeit auf die Themen von Migration und Integration eingengt werden, dass sie thematisch sozusagen auf ihre ethnische Herkunft reduziert werden (so z.B. Oulios 2009: 131 f.). Die Abbildung 7 zeigt jedoch, dass niemand ausschließlich und nur eine kleine Minderheit von 4 bis 9 % überwiegend mit diesen Problemen befasst ist. Die große Mehrheit ist in den verschiedenen üblichen Zeitungsressorts beschäftigt. Die meisten bearbeiten lokale und regionale Themen, andere gehören den Ressorts Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Gesellschaft u.a. an. Es spricht für eine gute Integration in die Arbeit der deutschen Mainstreammedien, wenn die winzige Minderheit von Migranten in der Regel die normale Bandbreite der Themen bearbeitet und dabei ihre spezifischen Kenntnisse und Perspektiven einbringen kann. Auch wenn einige über Vorbehalte und mangelnde Anerkennung in ihren Redaktionen klagen, lässt das Gesamtbild folgende Einschätzung zu: Wer zu den wenigen gehört, die es geschafft haben, in einer Zeitungsredaktion Fuß zu fassen, ist dort in der Regel gut integriert.

3.4 *Warum gibt es so wenige Migranten in den Redaktionen der deutschen Medien?*

Das optimistisch klingende Fazit im vorangehenden Kapitel darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass das Konzept der interkulturellen Medienproduktion eine erheblich stärkere Beteiligung von Migranten an der Herstellung der deutschen Medien verlangt. Daher werden wir abschließend noch kurz auf die Frage nach den Ursachen dieses Defizits an ethnischer Diversität in den deutschen Redaktionen eingehen.

Das krasse Missverhältnis zwischen den Anteilen der Menschen mit Migrationshintergrund in der Bevölkerung und ihren Anteilen unter den Journalisten in deutschen Zeitungsredaktionen gehört zu der Hypothek, die uns die frühere Gastarbeiterpolitik, die bis zum Ende der Ära Kohl dauernde Gastarbeiter-Ideologie, eine lange Zeit fehlende zukunftsorientierte Migrationspolitik und die damit zusammenhängenden Integrationsversäumnisse hinterlassen haben. Obwohl Deutschland seit mehr als einem halben Jahrhundert Arbeitsmigranten aus wirtschaftlichen und demografischen Gründen braucht, ist den politischen Eliten und den Kommunikationseliten erst am Ende der 1990er Jahre bewusst geworden, dass Deutschland de facto ein modernes Einwanderungsland ist und die benötigten Arbeitsmigranten und ihre Familien in die deutsche Kerngesellschaft integrieren muss. Erst seit gut einem Jahrzehnt entwickelt sich in Deutschland nach und nach so etwas wie ein „Integrationsbewusstsein“. Unter den Kommunikationseliten ist es in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten - die einen offiziellen Integrationsauftrag haben - eher entstanden und weiter verbreitet als bei den privaten Printmedien. Wie weit in den Medienorganisationen Vorbehalte bestehen, Mitarbeiter mit Migrationshintergrund zu beschäftigen und welcher Art diese eventuellen Vorbehalte sind - darüber gibt es bisher keine wissenschaftlichen Untersuchungen. In unserer Studie können wir feststellen, dass zu den 84 % der Zeitungsredaktionen ohne Journalisten mit Migrationshintergrund besonders viele kleine Zeitungen mit niedrigen Auflagen gehören.

Probleme bestehen auch auf der „Angebotsseite“. Der Weg zum Journalismus verläuft heute (wie bereits erwähnt) in der Regel über die Hochschulen, und Migrantenkinder sind im deutschen Bildungssystem extrem benachteiligt. An den Hochschulen sind sie um etwa das Dreifache unterrepräsentiert (vgl. Geißler / Weber-Menges 2008: 15 f.). Dazu kommt, dass sie tendenziell Studiengänge meiden, in denen die deutschen Sprachkompetenzen besonders wichtig sind. So entscheiden sie sich nachweislich nur halb so oft für Lehramtsstudiengänge wie die Einheimischen. Und so dürften sie auch nur relativ selten die sprachorientierten Fächer studieren, die zum Beruf des Journalisten führen. Oulios (2009) ermittelt in seiner explorativen Studie, dass berufliche Unsicherheiten, geringer Anfangsverdienst sowie Defizite im Sozialkapital („nicht die richtigen Leute kennen“) mitverantwortlich für die geringe Zahl von migrantischen Journalisten sind. Diese Annahmen bedürfen der empirischen Überprüfung.

4 **Ein kurzes Resümee**

Von den drei Bereichen Nutzung, Inhalte und Produktion entspricht die Mediennutzung am ehesten dem Modell der interkulturellen medialen Integration. Die Mehrheit der Migranten nutzt sowohl deutsche als auch ethnische Medien, deutsche Öffentlichkeit und ethnische

Teilöffentlichkeiten sind also in der Regel miteinander verzahnt. In Medienghettos leben nur kleine Minderheiten.

Die Medieninhalte - sowohl der deutschen als auch der ethnischen Medien - werden dagegen von den Migranten sehr skeptisch eingeschätzt, weil sie erhebliche integrative Defizite aufweisen. Am häufigsten üben Migranten aus der Türkei Kritik, am seltensten die Russlanddeutschen. Diese Einschätzungen bestätigen die Ergebnisse der Inhaltsanalysen. Von den Russlanddeutschen sind größere Teile medial assimiliert. Die Unterschiede zwischen den drei Migrantengruppen lassen sich plausibel mit der Kulturkonflikthypothese erklären: Je entfernter die Kulturen von Migranten und Einheimischen sind, umso schwieriger gestaltet sich die mediale Integration. Auch die enormen integrativen Defizite bei der Produktion der deutschen Mainstreammedien werden von den Migranten deutlich erkannt: „mehr Migranten in die Medien“ ist ihr wichtiges Anliegen, um die Dominanz der Negativbilder bei der medialen Darstellung der Migranten zu mildern.