

Mediale Integration von ethnischen Minderheiten Der Beitrag der Massenmedien zur interkulturellen Integration



Rainer Geißler

Paradigmenwechsel – vom „unerwünschten Ausländer“ zur „notwendigen Migration und Integration“

In Deutschland hat sich der öffentliche Diskurs über Migranten im letzten Jahrzehnt grundlegend geändert. Es hat ein Paradigmenwechsel in der Betrachtung der Migrationsprobleme stattgefunden. Aus einem Diskurs über „unerwünschte Ausländer“ ist ein Diskurs über „notwendige Migration und Integration“ geworden. Der Slogan „Deutschland ist kein Einwanderungsland“, der die öffentlichen Debatten der 90er Jahre dominierte, ist verschwunden; stattdessen wird darüber diskutiert, wie die demographisch und ökonomisch notwendige Einwanderung sinnvoll gesteuert werden kann und wie Deutschland die große Herausforderung bewältigen kann, die Einwanderer in die deutsche Gesellschaft zu integrieren. Die seit 2006 stattfindenden Integrationsgipfel und Islamkonferenzen machen diesen Paradigmenwechsel ebenso deutlich wie der Nationale Integrationsplan aus dem Jahr 2007 – alles Premieren in der deutschen Geschichte.

Im Zusammenhang mit der Debatte um Integration wird in den letzten Jahren auch über die

Rolle der Massenmedien im Prozess der Integration gesprochen. Gewiss – die Medien stehen dabei nicht im Zentrum. Das Herzstück der Integration ist die Eingliederung in den Arbeitsmarkt und damit zusammenhängend die Integration der Migrantenkinder in das Bildungssystem. Aber auch die Massenmedien spielen eine wichtige Rolle. Was die Bevölkerung über die Bedeutung von Migration und Integration und über die Situation der Migranten in Deutschland weiß, das weiß sie in der Regel vor allem aus den Massenmedien. Daher gehören die Medien völlig zu Recht zu den zehn Themenfeldern des Nationalen Integrationsplans (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2007: 157–171).

Das Konzept der medialen Integration ist der Versuch, die Vielzahl der Probleme, die mit der Rolle der Massenmedien bei der Integration von Migranten zusammenhängen, „auf den Begriff zu bringen“. Es wurde im Wissenschaftsbetrieb erfunden – und zwar im Jahr 2001, als sich im politischen Raum noch niemand um diese Probleme kümmerte (Geißler/Pöttker 2001, Geißler 2005). Die mediale Integration umfasst drei miteinander verschränkte Aspekte:

- den Beitrag der Massenmedien zur Integration der Menschen mit Migrationshintergrund – der

Einfachheit halber werden diese im Folgenden Migranten genannt – in die deutsche Gesellschaft,

- die Integration der Migranten in das Mediensystem sowie
- die Integration der Migranten in die medial hergestellte Öffentlichkeit.

Mediale Integration hat einen Doppelcharakter: Es ist einerseits ein *analytisches* Konzept zur wissenschaftlichen Analyse der Rolle der Massenmedien bei der Eingliederung der Migranten; auf der anderen Seite ist es aber auch ein *politisch-normatives* Konzept und enthält Ziele – nämlich bestimmte Vorstellungen darüber, wie sich die Integration der Migranten vollziehen soll und welche Rolle die Massenmedien dabei wahrzunehmen haben. Daher ist es nicht verwunderlich, dass in letzter Zeit auch Politiker und Medienmacher das Konzept – oder vorsichtiger formuliert: die Formel – „mediale Integration“ verwenden; so taucht sie z. B. im Nationalen Integrationsplan auf (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2007: 159).

Interkulturelle Integration – ein humaner Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation

Zunächst soll kurz geklärt werden, was unter „Integration“ verstanden wird. Obwohl dieser Begriff im politischen Diskurs seit einiger Zeit Hochkonjunktur hat, bleibt seine Bedeutung unscharf, diffus und auch widersprüchlich. Nicht nur in der Politik und an den Bierischen, auch in der Migrationsforschung wird Integration häufig mit *Assimilation* gleichgesetzt (vgl. Geißler 2004). Gegen derartige assimilative Vorstellungen wendet sich der Begriff „interkulturelle Integration“. Dieser orientiert sich an der Multikulturalismus-Idee des klassischen Einwanderungslandes Kanada, das sich seit fast vier Jahrzehnten mit Stolz als multikulturelle Gesellschaft versteht und die multikulturelle Integration seiner vielen ethnischen Bevölkerungsgruppen als angemessenen Mittelweg zwischen den Polen Assimilation und Segregation ansieht und auch sehr erfolgreich praktiziert (Fleras/Elliott 2002, Geißler 2003).

Interkulturelle Integration basiert auf drei Grundprinzipien:

1. „*Living together with differences*“ nach dem Grundsatz von Einheit-in-Verschiedenheit (unity-within-diversity): Mehrheit und Minderheiten leben miteinander (nicht nebeneinander) auf der Basis gemeinsamer Sprache, Regeln und Grundwerte („Einheit“) und im gegenseitigen Respekt für ihre jeweiligen sozialen und kulturellen Besonderheiten („Verschiedenheit“), soweit diese nicht mit dem Pol Einheit kollidieren.
2. *Inklusion bzw. Chancengleichheit*: Alle ethnischen Gruppen sind „*different but equal*“; ihnen werden gleiche Chancen auf Teilhabe in den wichtigen Bereichen der Aufnahmegesellschaft und deren Institutionen – und dazu gehört auch die gleiche Teilhabe an Öffentlichkeit und Medien – gewährt.
3. *Aktive Akzeptanz* von Migration und Integration; dazu gehören drei Einsichten:
 - (Gesteuerte) Einwanderung ist notwendig und nützlich.
 - Einwanderer müssen interkulturell – nach den beiden erstgenannten Prinzipien – integriert werden.
 - Interkulturelle Integration entwickelt sich nicht von selbst, sondern muss aktiv gemanagt werden; sie bedarf erheblicher politischer und gesellschaftlicher Anstrengung der Aufnahmegesellschaft (diversity mainstreaming) und der Einwanderer.

Das Konzept der interkulturellen Integration hat gegenüber dem Assimilationskonzept zwei Vorzüge. Zum einen es ist humaner, weil es den empirisch nachweisbaren Bedürfnissen der Einwanderer Rechnung trägt, nicht völlig mit ihrer Herkunftskultur zu brechen. Auch deutsche Studien belegen das aus dem angelsächsischen Raum bekannte Axiom der *kulturellen Hybridität* (vgl. Bhabha 2000): Einwanderer entwickeln hybride, bi-kulturelle Identitäten. Nach einer repräsentativen Befragung der Bertelsmann-Stiftung (2009: 14) möchten 74 Prozent der Menschen mit

Migrationshintergrund die deutschen Traditionen und Werte und die ihrer Herkunftskultur miteinander verbinden.¹

Kulturelle Hybridität leistet einen wichtigen Beitrag zur Integration. Eine internationale Studie über Jugendliche mit Migrationshintergrund in 13 Einwanderungsländern – darunter auch Deutschland – kommt zu dem Ergebnis, dass hybride Persönlichkeiten in allen Gesellschaften psychologisch und sozialkulturell besser integriert sind als Jugendliche, in deren Identität die Kultur des Aufnahmelandes („national identity“) oder diejenige des Herkunftslandes („ethnic identity“) dominiert (Berry u.a. 2006). Bereits bevor das modische Etikett „hybrid“ auftauchte, wurde im multikulturellen Kanada in den 1970er Jahren die sogenannte „Sicherheit-Kontakt-Hypothese“ entwickelt. Sie belegt auf der Basis empirischer Studien, dass bi-kulturelle Identitäten das sozialpsychologische Fundament des interethnischen Miteinanders bilden: Die Verankerung in der Eigengruppe fördert das Selbstbewusstsein und die psychische Sicherheit der Individuen und schafft so die Voraussetzungen für die Offenheit gegenüber anderen sozio-kulturellen Gruppen, die Toleranz und interethnische Kontakte erst ermöglichen (Kalin/Berry 1994).

Ein zweiter Vorzug der interkulturellen Integration besteht darin, dass sie dazu herausfordert, die innovativen und produktiven Potenziale von Diversität zu nutzen, statt diese unreflektiert „wegzuassimilieren“.

Das Konzept der interkulturellen Integration schließt nicht aus, dass sich in Deutschland auch Assimilationsprozesse vollziehen – insbes. langfristig und über die Generationen hinweg –, die für die Aufnahmegesellschaft durchaus vorteilhaft sein können. Aber als vorrangiges Ziel einer Integrationspolitik ist Assimilation aus den erwähnten Gründen untauglich.

Interkulturelle mediale Integration

Im Konzept der „interkulturellen medialen Integration“ werden die skizzierten Prinzipien auf das gesellschaftliche Subsystem Medien/Öffentlichkeit übertragen. In Deutschland hat dieses Subsystem seit den 60er Jahren eine für Einwanderungsgesellschaften typische duale Struktur entwickelt: Die *deutschen Mainstreammedien* haben – ausgelöst durch technische Innovationen wie Video, Satellitenübertragung, Digitalisierung, Internet – zunehmende Konkurrenz von den *Ethnomedien* der diversen Migrantengruppen erhalten. Als *Ethnomedien* werden Medienangebote bezeichnet, die sich vorrangig an zugewanderte ethnische Gruppen richten, häufig in deren Herkunftsländern, seltener in Deutschland hergestellt werden und meist in der Herkunftssprache, ab und zu auch zwei- oder mehrsprachig oder auf Deutsch verfasst sind (vgl. Weber-Menges 2006 und 2007a).

Mediale Integration findet in drei Bereichen des Mediensystems statt, die miteinander verzahnt sind: bei den Medieninhalten, beim Medienpersonal und bei der Mediennutzung.

Medieninhalte in den deutschen *Mainstreammedien* sind interkulturell integrativ,

- wenn sie ethnische Diversität als gesellschaftliche Normalität zeigen und sich bei der Darstellung von Migration oder Integration am Prinzip der aktiven Akzeptanz orientieren;
- wenn sowohl die Probleme und Schwierigkeiten der multiethnischen Einwanderungsgesellschaft, aber auch deren Chancen und Erfolge in einer ausgewogenen Balance präsentiert werden;
- wenn Migranten sich mit ihren Befindlichkeiten in den deutschen Medien wiederfinden, u. a. auch dadurch, dass sie „Medienpersonen“ wie Journalisten, Gesprächspartner, Show- und Talkmaster, Schauspieler u. a. wahrnehmen, mit denen sie sich identifizieren können.

1 Ähnliche Ergebnisse bei Schubert 2006 zu den türkischstämmigen Studierenden; vgl. auch Rauer/Schmidtke 2001. Zu hybriden Identitäten bei Migranten in der Schweiz vgl. Bonfadelli 2009: 63 f.

Medieninhalte der *Ethnomedien* sind interkulturell integrativ, wenn sie sich nicht ausschließlich auf die Herkunftskultur konzentrieren oder gar eine „überlegene“ Herkunftskultur mit einer einseitig-negativ präsentierten Kultur des Aufnahmelandes konfrontieren, sondern auch Integrationshilfen bei spezifischen Problemen ihrer ethnischen Gruppen anbieten.

In das Medienpersonal sind die Migrantengruppen integriert, wenn sie in den deutschen Mainstreammedien angemessen als Redakteure, Moderatoren, Ressortleiter, Programmdirektoren, Talkmaster, Regisseure, Showmaster, Schauspieler usw. vertreten sind. Sie bringen ihr spezifisches Wissen, ihre spezifischen Erfahrungen und Sichtweisen in die Medienproduktion ein und verkörpern im mehrdimensionalen Pluralismus des deutschen Mediensystems eine besondere Dimension – die Ethnodimension, die gleichberechtigt neben anderen pluralen Dimensionen wie z.B. nach Geschlecht, Altersgruppen, Religionsgemeinschaften oder Interessenverbänden steht.

Die *Nutzung* der deutschen Medien ist für Migranten unabdingbar, denn ohne Kenntnisse über die aktuellen Vorgänge in Deutschland und deren Hintergründe ist eine angemessene Wahrnehmung ihrer Teilnahmekancen nicht möglich. Die Ethnomedien stellen eine sinnvolle Ergänzung der deutschen Mainstreammedien dar, denn die deutschen Medien sind angesichts der ethnischen Vielfalt nicht in der Lage, die Bedürfnisse der diversen Migrantengruppen nach einer „Brücke zur Heimat“, nach informativen und emotionalen Kontakten mit ihrer Herkunftskultur und Sprache zu befriedigen. Dazu fehlt den deutschen Medien sowohl der Platz als auch die journalistische Kompetenz. Interkulturell integrativ ist also ein *Medien-Mix* bei der Nutzung durch Migranten – die komplementäre Nutzung sowohl der deutschen als auch der ethnischen Medien.

Soweit die Darstellung des analytisch-normativen Hintergrundes der interkulturellen me-

dialen Integration. Was wissen wir nun über Entwicklung und Zustand der medialen Integration in Deutschland?²

Migranten in deutschen Medien – zu wenig und eher negativ verzerrt

Am besten erforscht ist die Darstellung der Migranten im Sektor Information und Dokumentation der deutschen Printmedien. Die vielen vorliegenden Inhaltsanalysen kommen zu übereinstimmenden Ergebnissen: Es wird *vergleichsweise wenig* über die Migranten und ihre Situation in Deutschland berichtet, und das Wenige taucht *häufiger in negativen als in positiven Kontexten auf* („*Negativismus*“). Migranten werden häufig dargestellt

- als Bedrohung für die öffentliche Sicherheit – Migranten als Kriminelle oder seit dem 11. September 2001 auch als Terroristen;
- als Belastung für das soziale Netz und die öffentlichen Haushalte;
- als „Problemgruppen“, die Probleme haben und den Deutschen Probleme machen.³

Diese Verzerrung ins Negative ist auch für die Fernsehnachrichten belegt. So kommt eine Studie zu den Hauptnachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL und SAT 1 im Jahr 2003 zu dem Ergebnis, dass mehr als ein Drittel der Berichte über Migranten und Migrantenthemen in einem Zusammenhang mit dem Diskurs über Terror und Terrorismus stehen (Ruhrmann u. a. 2006).

An dieser Grobskizze zur Dominanz der integrationsfeindlichen Negativbilder müssen zwei Relativierungen eingebracht werden.

1. Die Erkenntnisse über den Informationsbereich dürfen nicht vorschnell verallgemeinert werden. Eine Studie zur Fernsehunterhaltung (Thiele 2005) zeigt, dass viele Filme, Krimis oder krimiähnliche Filme sozialkritisch auf Alltagsrassismus hinweisen, auf Flüchtlingselend oder auf eine inhumane Asyl- und Flüchtlingspolitik.

² Eine Forschungsbilanz bei Geißler/Pöttker 2005; vgl. auch Geißler/Pöttker 2006a und 2009a.

³ Eine Forschungsbilanz bei Müller 2005.

Und auch in den quotenstarken *Tatort*-Krimis ist das Migrantenbild sehr facettenreich. Auf der einen Seite werden viele positive Modelle des Miteinanders von Einheimischen und Zuwanderern vorgeführt, andererseits tauchen auch klischeehafte und negativ besetzte Migrantenfiguren auf (Ortner 2007). Die Fernsehunterhaltung bildet offensichtlich zumindest teilweise einen integrativen Gegenpol zum integrationshemmenden Informationsbereich. Nicht untersucht sind auch Castingshows u. ä. wie z.B. *Deutschland sucht den Superstar*, wo „visible minorities“ – wie die Kanadier sagen – zu den Gewinnern und Stars gehören.

2. Exakte Forschung braucht Zeit – zwischen Forschungsergebnissen und einer sehr dynamischen Realität entsteht ein „time lag“. Und es wäre schon verwunderlich, wenn sich der eingangs erwähnte Paradigmenwechsel in der Wahrnehmung von Migration und Integration nicht auch in den Medien widerspiegeln würde. Leider fehlt es bisher weitgehend an handfesten Längsschnittanalysen, die diese Entwicklungen genauer einfangen können. Eine Studie zur Siegener Lokalpresse (*Siegener Zeitung*, *Westfälische Rundschau*) weist auf derartige Verbesserungen in der Darstellung von Migranten hin: Der Negativismus hat sich zwischen 1996 und 2006 deutlich abgeschwächt und dies insbesondere im Lokalteil, wo inzwischen die positiven Berichte überwiegen. Migranten tauchen häufiger als integrierte Nachbarn sowie wirtschaftlich, sozial oder kulturell engagierte Bürger auf (Fick 2009). Anders sieht es allerdings beim Umgang der *BILD-Zeitung* und des *SPIEGEL*-Magazins mit Muslimen und dem Islam aus. Auch nach zwei Integrationsgipfeln und zwei Islam-Konferenzen hat sich an der überwiegend einseitig-negativen Darstellung der Muslime und des Islam in der zweiten Hälfte des Jahres 2007 nichts geändert. Religion und Anhänger des Islam werden in beiden Medien weiterhin in einer fremd- und andersartigen, häufig gewaltbereiten Bedrohlichkeit, insbesondere im Zusammenhang mit fundamentalistischem Islamismus und Terrorismus präsentiert – ein Bild, in dem sich die große

Mehrheit der in Deutschland lebenden Muslime nicht wiederfinden kann (Javadian Namin 2009). Offensichtlich führt der journalistische Kontakt mit der „konkreten Migrantenwirklichkeit vor Ort“ in der Region der Zeitungen zu einer besseren medialen Integration als die Beschäftigung mit Migration und Integration aus der erfahrungsdünnen journalistischen Ferne.

Die Hauptursache für die mediale Verzerrung ins Negative im Informationssektor liegt in der Hierarchie der sog. „Nachrichtewerte“. Mittelenswert sind insbesondere Gewalt und Konflikte, Terror, Kriege und Krisen, das Erschreckende, Sensationelle, Abweichende, Überraschende, das Schockierende, Schädliche, Problematische. „The only good news is bad news“ – auf diese zynische Formel spitzen die Amerikaner das Problem der Nachrichtewerte zu. Aber auch die Kritikfunktion der demokratischen Medien fordert diese dazu auf, Kritik zu üben und Problematisches öffentlich zu machen. Eine weitere Ursache liegt darin, dass Migranten an der Auswahl und Gestaltung der Medieninhalte so gut wie nicht beteiligt sind.

Soweit zu den Inhalten der Mehrheitsmedien. Wie ist es nun um die Inhalte der Ethnomedien bestellt?

Türkische Ethnomedien –
eher integrationshemmend als
integrationsförderlich

Etwa Dreiviertel der Migranten aus Italien und der Türkei geben an, dass ihnen ihre Ethnomedien dabei helfen, Sprache und Kultur ihres Herkunftslandes in Deutschland zu bewahren und die Sehnsucht nach Italien bzw. der Türkei zu bewältigen (Abb.1). Diese Aussagen sind ein weiterer Hinweis auf das bereits erwähnte Axion der kulturellen Hybridität und auf die *kommunikative Lücke*, die Mainstreammedien aus strukturellen Gründen bei den Migranten hinterlassen und die dann durch Ethnomedien ausgefüllt wird. Bei den Russlanddeutschen ist die Bindung an das Herkunftsland und an die Ethnomedien sel-

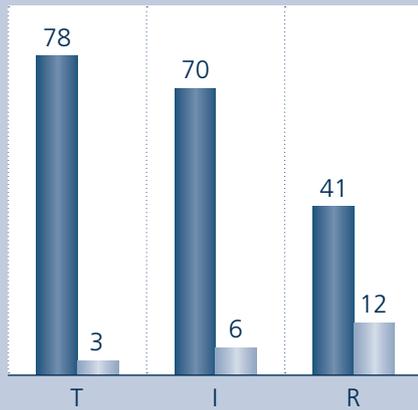
Abbildung 1:

Ethnomedien – Brücke zur Heimat

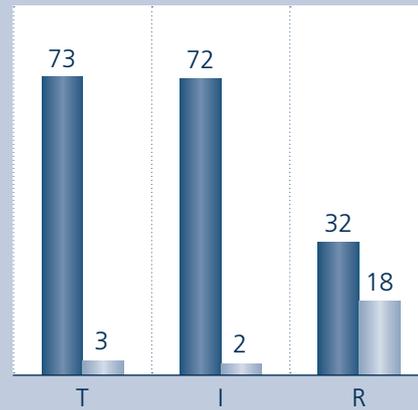
(Migranten aus der Türkei und Italien, Russlanddeutsche)

Türkische (italienische, russische) Medien

helfen dabei, die türkische (italienische, russische) Sprache und Kultur bei den Türken (...) in Deutschland zu bewahren



helfen die Sehnsucht nach der Türkei (Italien, Russland) zu bewältigen



T = Migranten aus der Türkei (N=673)
I = Migranten aus Italien (N= 1.023)
R = Russlanddeutsche (N=512)

■ Zustimmung
■ Ablehnung

Quelle: Weber-Menges 2007.

tener, weil sie unter anderen Bedingungen nach Deutschland gekommen sind als die Arbeitsmigranten aus Italien bzw. der Türkei. Viele fühlen sich nicht als Einwanderer in ein fremdes Land, sondern als Rückkehrer in die Heimat ihrer Vorfahren.

Leider wissen wir nur sehr wenig darüber, wie Ethnomedien die kommunikative Lücke konkret ausfüllen. Inhaltsanalysen wurden bisher fast ausschließlich zu türkischen Medien erstellt. Über die Medien anderer großer Minderheiten wie Russlanddeutsche, Kurden, Migranten aus Italien oder den Ländern des früheren Jugoslawien, aus Polen, Griechenland oder den arabischen Ländern wissen wir so gut wie nichts. Wenig ermutigend ist, was inhaltsanalytisch über die türkischen Medien herausgefunden wurde – über die Inhalte von häufig gesehenen Fernsehsendern wie *TRT-INT*, *EuroD*, *atv*, *InterStar* oder *Kanal 7*

und wichtigen Tageszeitungen wie *Hürriyet*, *Türkiye*, *Milliyet* oder *Milli Gazete*. Der Informationsanteil in diesen Medien ist stark türkeizentriert und nationalistisch, bei einigen auch islamisch-dogmatisch oder islamistisch. Über die Situation der türkischen Migranten in Deutschland wird nur wenig mitgeteilt, und das Bild über Deutschland und die Deutschen bleibt sehr fragmentarisch und eher negativ eingefärbt (zusammenfassend Müller 2005a).

So bietet z.B. die viel zitierte Tageszeitung *Hürriyet* ein sehr ambivalentes Bild. Einerseits hat sie die groß angelegte Kampagne „Gegen häusliche Gewalt“ ins Leben gerufen und dabei u.a. über mehrere Jahre hinweg zahlreiche Artikel und Anzeigen veröffentlicht, die über Gewalt in den Familien insbesondere gegen Kinder und Frauen und deren schädliche Folgen aufklären. Sie wurde dafür in Deutschland mehrfach ausgezeichnet,

u. a. mit dem Berliner „Hauptstadtpreis für Migration und Toleranz“. Sehr positiv gewürdigt wurde auch die Gemeinschaftsaktion mit BILD bei der Fußball-Europameisterschaft im Jahr 2008. Vor dem Spiel Deutschland gegen die Türkei riefen beide Zeitungen dazu auf, diese Begegnung als Symbol der Freundschaft zwischen Türken und Deutschen, als gemeinsames deutsch-türkisches Volksfest zu feiern. Andererseits prangert Hürriyet im Jahr 2007 einen Wohnungsbrand in Ludwigshafen, bei dem neun Türken ums Leben kamen, voreilig und falsch als türkenfeindlichen Anschlag an und kommentiert: „Die Deutschen assimilieren die Türken. Wo sie es nicht können, verbrennen sie sie.“ (Driescher 2008) Eine quantitative Inhaltsanalyse zur Europa-Ausgabe des Jahres 2007 kommt zu folgendem Ergebnis: Hürriyet bietet ihren Leserinnen und Lesern in Deutschland so gut wie keine Integrationshilfen an, fordert sie stattdessen zum Bewahren der türkischen Kultur in Deutschland auf und plädiert für eine kritiklose Unterstützung der politischen Positionen der türkischen Regierung (Müller 2009).

Zu den Unterhaltungssendungen des türkischen Fernsehens liegen bisher keine systematischen Analysen vor. Einzelbeispiele vermitteln ebenfalls einen sehr ambivalenten Eindruck. So hat z. B. einer der in Deutschland meistgenutzten Sender einerseits informative Sendungen über das deutsche Bildungssystem in seinem Programm. Sie enthalten hilfreiche Ratschläge für türkische Eltern zum Bildungsverhalten und zum Umgang mit diesem System. Andererseits wurde ein Spielfilm mit Szenen aus der Türkei gezeigt mit Normen und Wertvorstellungen, die krass gegen die deutschen Gesetze und Grundwerte verstoßen: Ein verlassener Ehemann erschießt seine Ex-Frau sowie die Moderatorin einer Fernseh-Talkshow, in der seine Ex-Frau ihre Geschichte erzählt. Vor dem anschließenden „göttlichen Richter“ hat sich nicht der Mörder zu verantworten, sondern die beiden ermordeten Frauen. Beide werden in die Hölle verdammt – die eine, weil sie ihren Mann verlassen hat, die andere, weil sie dieses „Verbrechen“ in ihrer Sendung präsentiert hat. Die Ehrenmorde wurden also gerechtfertigt.

Die Einschätzung der Medien durch die Migranten – unterschiedlich

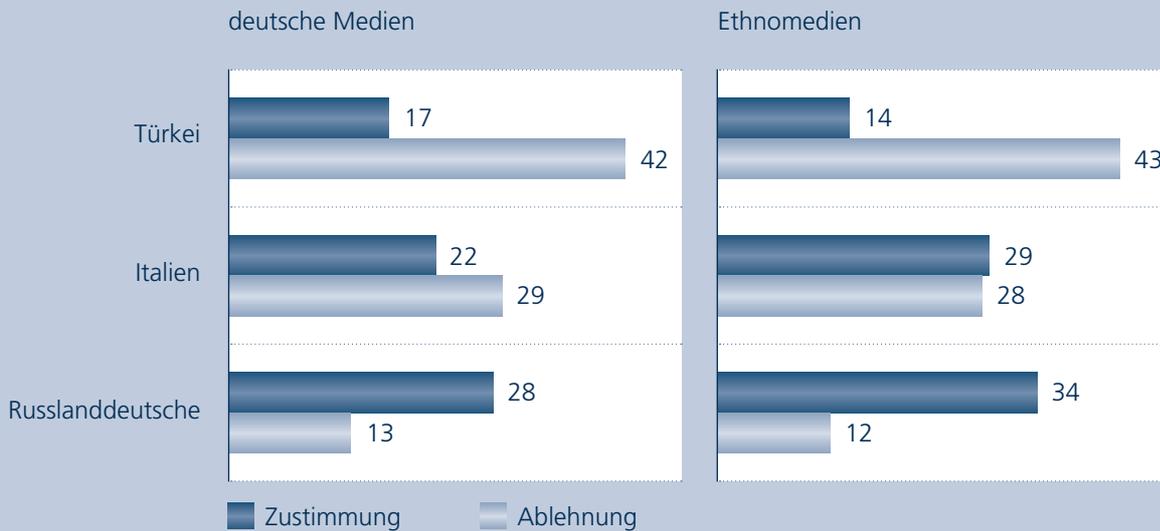
Das Urteil der Migranten über die Rolle der Medien bei der Integration fällt – wie Weber-Menges (2007) zeigt – in den verschiedenen ethnischen Gruppen sehr unterschiedlich aus. Die inhaltsanalytischen Ergebnisse zu den eher integrationshemmenden Mehrheitsmedien und Ethnomedien werden durch die diesbezüglichen Einschätzungen der türkischstämmigen Migranten bestätigt. Der Aussage „Die deutschen Medien fördern ein gutes Klima zwischen Deutschen und uns“ stimmen lediglich 17 Prozent der Zuwanderer aus der Türkei zu. Und bei einer entsprechenden Aussage über die türkischen Medien gibt es sogar noch weniger Zustimmung – nur 14 Prozent schätzen diese als integrativ ein. Die Migranten aus Italien beurteilen den Beitrag der deutschen Medien und insbesondere der italienischen Medien zur Integration ausgewogener. Und die Einschätzung der Russlanddeutschen fällt im Vergleich zu den Türken geradezu spiegelbildlich-gegensätzlich aus: Insbesondere gegenüber den russischen, aber auch gegenüber den deutschen Medien überwiegen die integrativen Einschätzungen, nur eine kleine Minderheit von 12 Prozent bzw. 13 Prozent lehnt die Aussage ab, dass die Medien ein gutes Klima zwischen Einheimischen und Russlanddeutschen fördern (weitere Einzelheiten in Abb. 2). Dieses Urteil der Russlanddeutschen bestätigt die Hinweise aus den wenigen qualitativen Studien zu den russischen Ethnomedien: Viele Printmedien der Russlanddeutschen – wie z. B. die beliebten Wochenzeitungen *Russki Berlin* und *Rheinskaja Gazeta* – sind darum bemüht, den Einwanderern nicht nur Informationen über ihr Herkunftsland zu bieten, sondern auch die Belange der deutschen Aufnahmegesellschaft zu verdeutlichen und ihnen zu helfen, sich in ihrem neuen sozialen und kulturellen Umfeld zurechtzufinden (Darieva 2010, Pfetsch/Trebbé 2003). Die Unterschiede zwischen den türkischen und russlanddeutschen Ethnomedien dürften damit zusammenhängen, dass die türkischen Medien überwiegend *Auslandsmedien* sind, sie werden im Ausland oder in der Regie des Auslands pro-

Abbildung 2:

Einschätzung der Medien

(Migranten aus der Türkei und Italien, Russlanddeutsche)

„Die deutschen (türkischen, italienischen, russischen) Medien fördern ein gutes Klima zwischen Deutschen und Türken (Italienern, Russlanddeutschen).“



Quelle: Weber-Menges 2007.

duziert. Die russlanddeutschen Medien sind dagegen meist *genuine Ethnomedien*, sie werden von Migranten für Migranten im Aufnahmeland hergestellt.

Kaum ethnische Diversität in der Medienproduktion

Zu den wichtigen Ursachen für die unzureichende mediale Präsenz der Probleme von Migration und Integration gehört die mangelhafte Beteiligung von Migranten an der Produktion der deutschen Medien. Während wir seit einigen Jahren wissen, dass in Deutschland jeder fünfte Einwohner zugewandert ist oder aus einer Zuwandererfamilie stammt, existieren keine genauen Informationen darüber, wie hoch der Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund unter den Journalisten und Medienmachern der deutschen Mainstreammedien ist. Schätzungen gehen von

insgesamt zwei bis drei Prozent aus. Sicher ist, dass Angehörige aus Einwandererfamilien – und damit deren spezifische Erfahrungen, Kenntnisse, Kompetenzen, Blickwinkel, Befindlichkeiten und Interessen – in der deutschen Medienproduktion krass unterrepräsentiert sind.

Die einzigen repräsentativen Daten liegen zur ethnischen Diversität in den Redaktionen der deutschen Tageszeitungen vor. Nach einer Vollerhebung unter den 1.229 Chef- und Lokalredaktionen der 600 Tageszeitungen gibt es unter den gut 16.000 hauptberuflich tätigen Journalisten lediglich etwa 200 oder 1.2 Prozent mit Migrationshintergrund. In 84 Prozent der Tageszeitungen sind die einheimischen Journalisten unter sich (Geißler/Enders/Reuter 2009: 91 f.). Das Erschrecken über diesen Befund wird etwas gedämpft, wenn man den Blick in die klassischen nordamerikanischen Einwanderungsländer wirft. Obwohl die USA und Kanada auf eine lange Einwanderungsgeschichte zurückblicken können und

obwohl sie seit Jahrzehnten bemüht sind, ihre ethnischen Minderheiten in die Gesellschaft zu integrieren und die ethnische Diversität in allen wichtigen gesellschaftlichen Bereichen und Institutionen – darunter auch in den Massenmedien – zu erhöhen, sind beide Länder noch weit von einer proportionalen Beteiligung aller ethnischen Gruppen an der Medienproduktion entfernt.

Die Hälfte der angestellten Journalisten mit Migrationshintergrund ist in Deutschland geboren. Zwei Drittel besitzen einen deutschen Pass, ein Viertel der Deutschen ist gleichzeitig Staatsbürger eines anderen Landes. Da Deutschland ein junges Einwanderungsland ist, sind die jüngeren Altersgruppen unter den Journalisten mit Migrationshintergrund stärker vertreten als unter den Einheimischen. Der auffälligste Unterschied zu den Einheimischen zeigt sich bei der sozialen Herkunft: Während sich einheimische Journalisten fast ausschließlich aus der gesellschaftlichen Mitte, häufig aus der oberen Mitte, rekrutieren, stammen zwei Fünftel der Journalisten mit Migrationshintergrund aus Familien von Arbeitern

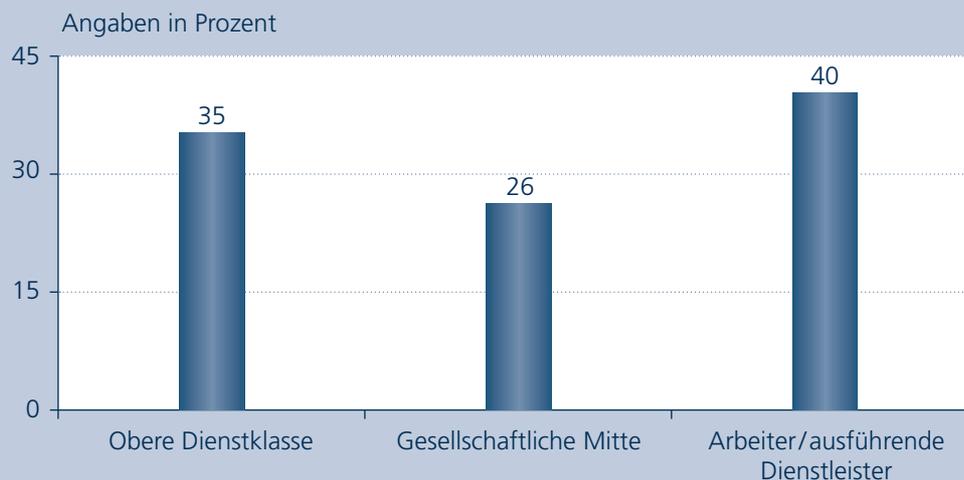
und einfachen Dienstleistern (Abb.3). Die Tätigkeit als Journalist ist für sie gleichbedeutend mit sozialem Aufstieg (Geißler/Enders/Reuter 2009: 98 ff.).

Wer zu den Wenigen gehört, die es geschafft haben, in einer Zeitungsredaktion Fuß zu fassen, ist dort gut integriert. Ihre Arbeitsbereiche umfassen die gesamte Bandbreite der Ressorts. Die häufig geäußerte Vermutung, sie seien auf die Themen Migration und Integration eingeeengt, trifft nur auf wenige zu. Der Aufstieg in den Sessel des Chefredakteurs gelingt – eventuell wegen ihres jungen Alters – selten, aber in Leitungspositionen wie Chef vom Dienst oder Ressortleiter sind sie ähnlich häufig vertreten wie Einheimische.

Zu den Ursachen für die extreme Unterrepräsentation der Migranten liegen keine systematischen Analysen vor. Plausible Gründe lassen sich sowohl bei der Nachfrage als auch beim Angebot ausmachen. Die seltenen Journalisten und Medienmacher mit Migrationshintergrund gehören zu der Hypothek, die uns die Gastarbeiter-Politik und eine lange Zeit fehlende zukunftsorientierte

Abbildung 3:

Soziale Herkunft (Mutter oder Vater je nach höherem Berufsstatus berücksichtigt)

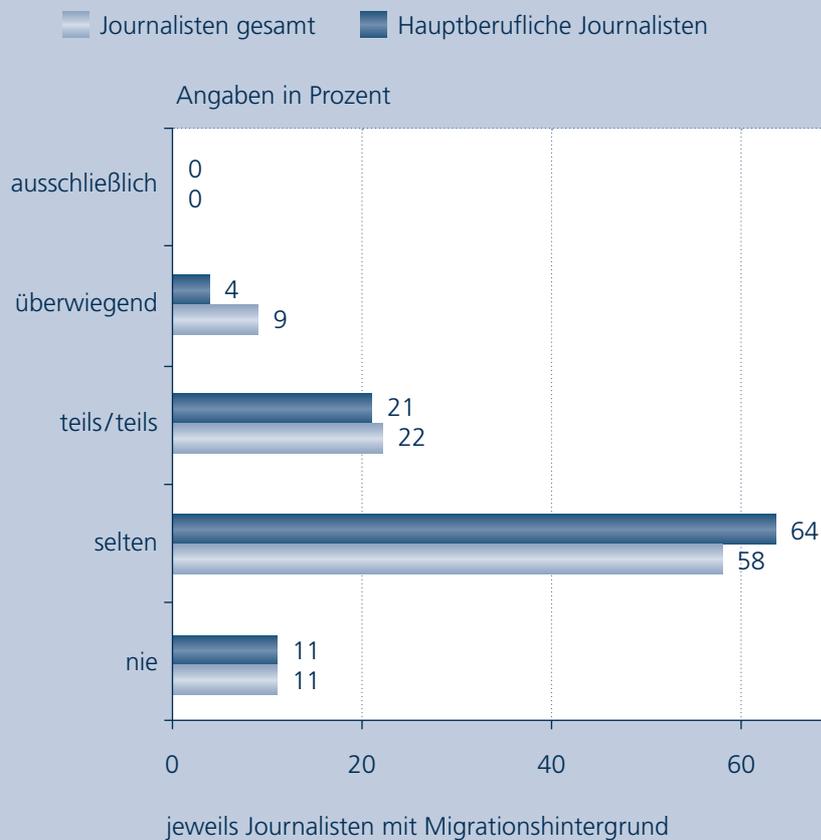


Obere Dienstklasse: Selbstständige mit großem Betrieb; leitende Angestellte; höhere Beamte.

Gesellschaftliche Mitte: Selbstständige mit kleinem/mittlerem Betrieb; mittlere/qualifizierte Angestellte; Beamte im mittleren/gehobenen Dienst.

Arbeiter/ausführende Dienstleister: Arbeiter; einfache Angestellte; einfache Beamte.

Abbildung 4:

Wie häufig beschäftigen Sie sich mit Themen von Migration und Integration?

Migrations- und Integrationspolitik hinterlassen haben. Erst im letzten Jahrzehnt hat sich allmählich ein „Integrationsbewusstsein“ entwickelt. In den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die einen öffentlichen Integrationsauftrag haben, ist dieses Bewusstsein eher entstanden und weiter verbreitet als bei den privaten Printmedien. Auch auf der Seite des Angebots bestehen Probleme. Der Weg zum Journalismus verläuft heute in der Regel über ein Studium, und Migrantenkinder sind im deutschen Bildungssystem extrem benachteiligt. In den Hochschulen sind sie um das Dreifache unterrepräsentiert (vgl. Geißler/Weber-Menges 2008). Zudem meiden sie tendenziell Studiengänge, in denen die Kenntnisse in der deutschen Sprache eine besondere Relevanz haben. Und dazu gehören die Fächer, die zum Beruf des Journalisten führen. Wie stark berufliche

Unsicherheiten, geringer Anfangsverdienst oder Defizite im Sozialkapital („nicht die richtigen Leute kennen“) mitverantwortlich für die geringe Zahl der Journalisten mit Migrationshintergrund sind – diese Gründe nennt Oulios (2009 und in dieser Publikation) –, bedarf der empirischen Überprüfung.

In das Feld der ethnischen Diversität im Medienpersonal ist in den letzten Jahren Bewegung gekommen. Als erste haben die Gestalter der Fernseh-Unterhaltungsprogramme – insbes. in den Privatsendern – erkannt, dass „Colour in the Media“ Zuschauer anziehen kann. Sie haben daher „visible minorities“ – wie die Kanadier sagen – vor die Kameras geholt: als Musikmoderatoren (z.B. Minh-Khai Phan-Thi oder Mola Adebisi), als Talkmaster (z.B. Arabella Kiesbauer), als Komiker und Kabarettisten (z.B. Kaya Yanar

oder Django Asül), als Kriminalkommissare (z. B. Miroslav Nemec oder Sinan Toprak) sowie eine Vielzahl von Musikgruppen, Sängerinnen und Sängern, Rapperinnen und Rappern. Und 2006 haben schließlich Spitzenpolitiker wie Wolfgang Schäuble, Maria Böhmer oder Jürgen Rüttgers sowie einige Intendanten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erstmals öffentlich gefordert, mehr Migranten in die Medien zu holen – eine Forderung, die durchaus erste Früchte getragen hat: Ingo Zamperoni moderiert seit März 2007 das *ARD-Nachtmagazin* und Dunja Hayali seit Juni 2007 das *heute journal*. In einigen Sendern – beim SWR und WDR – gibt es seit einigen Jahren Integrationsbeauftragte. Erwähnenswert sind auch die intensiven Bemühungen der Medien, Menschen aus Einwandererfamilien zu Journalisten auszubilden (vgl. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2007: 163f.).

Mehr Journalisten mit Migrationshintergrund sind kein Allheilmittel gegen die verzerrte mediale Präsentation der Probleme von Migration und Integration. In der nordamerikanischen Forschung besteht Einigkeit darüber, dass die Erhöhung des Anteils der Migranten in der Medienproduktion nicht automatisch zu einer entsprechenden Verbesserung der medialen Darstellung der ethnischen Minderheiten führen muss. Starke strukturelle Barrieren wie die Einbindung in hierarchische Medienorganisationen oder die bereits erwähnten Nachrichtenwerte schränken den individuellen Einfluss einzelner Journalisten und Medienakteure erheblich ein. Einigkeit besteht allerdings auch darüber, dass eine bessere Beteiligung von Migranten an der Medienproduktion eine wichtige Voraussetzung dafür ist, die strukturellen Barrieren wenigstens teilweise zu überwinden. Sie ist eine notwendige, wenn auch keine hinreichende Bedingung für eine bessere mediale Präsentation der ethnischen Minderheiten und ihrer Probleme (dazu z. B. Fleras 2006, Wilson u.a. 2003).

Keine Medienghettos – sondern hybride Mediennutzung

Die wissenschaftlichen Erkenntnisse zur Mediennutzung der Migranten haben sich in den letzten Jahren erheblich verbessert. Die Präsentation des Forschungsstandes soll hier etwas auf das integrationspolitisch wichtige Problem der „*ethnischen Medien-Ghettos*“ zugespitzt werden.

Der Boom der Ethnomedien im Zuge der Ausbreitung des Satellitenfernsehens und der medialen Digitalisierung hat zu der Befürchtung geführt, dass Migranten vor allem ihre herkunftssprachlichen Medien nutzen und sich gegenüber den deutschen Medien abschotten (Meier-Braun 2002, Schneider/Arnold 2006). Die Vorstellung von ethnischen Medien-Ghettos wurde am Beispiel der türkischstämmigen Migranten entwickelt. Die Ghetto-These suggeriert, dass die Nutzung der türkischsprachigen Fernsehprogramme und Zeitungen segregativ wirke: Sie habe zur Folge, dass die Migranten ihrer Herkunftskultur verhaftet bleiben; sie behindere das Erlernen der deutschen Sprache und die Offenheit gegenüber den deutschen Normen, Werten und Lebensstilen (Bonfadelli 2007). Medien-Ghettos bilden danach eine wichtige Facette der unerwünschten Parallelgesellschaften.

Die Ghetto-These hält den wissenschaftlichen Erkenntnissen der letzten Jahre nicht stand. Die Erforschung der Mediennutzung war lange Zeit auf die türkischen Medien beschränkt. Drei neuere Studien sind differenzierter angelegt und erfassen auch andere ethnische Gruppen.⁴ Sie kommen zu drei wichtigen Ergebnissen:

1. Das Fernsehen ist das mit Abstand am intensivsten genutzte Medium – das „Leitmedium“ der Migranten. Dabei ist die Unterhaltungsorientierung bei Migranten noch stärker ausgeprägt als bei Deutschen. Die Folge ist: Private Sender werden besonders intensiv genutzt.

4 Weber-Menges 2007; Windgasse 2007; Media Perspektiven 9/2007 (Themenheft zur ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“); ARD-ZDF-Medienkommission 2007; vgl. auch Bonfadelli 2009 zur Schweiz und Sauer 2010 für Zuwanderer aus der Türkei.

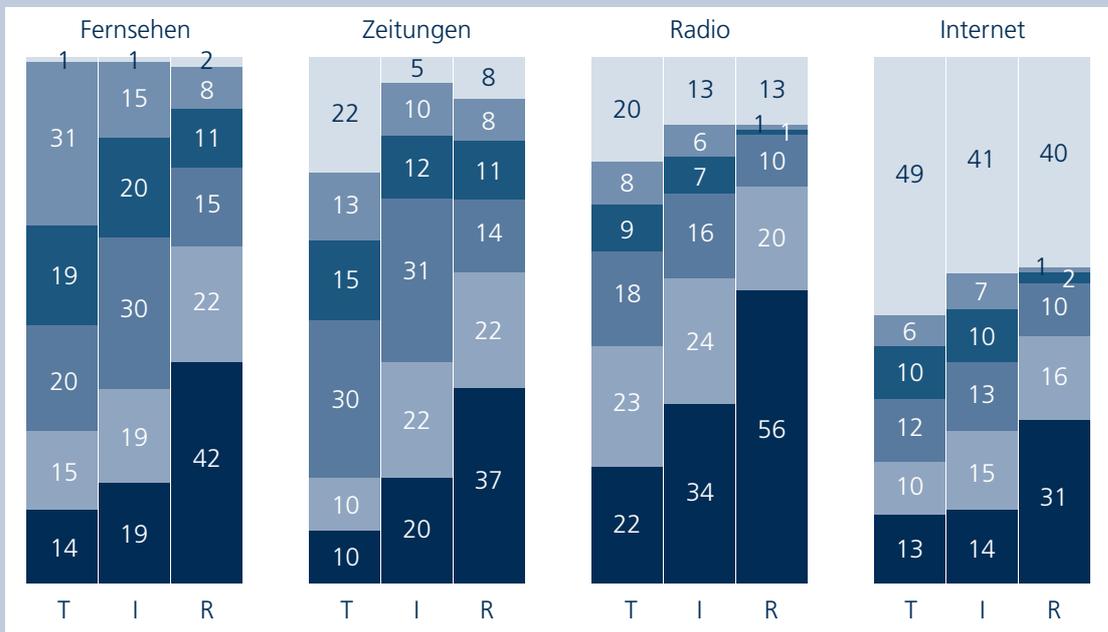
- Zwischen verschiedenen Migrantengruppen gibt es große Unterschiede in der Mediennutzung. Je älter sie sind, je schlechter sie die deutsche Sprache beherrschen, je niedriger ihr Bildungsniveau und ihr Berufsstatus sind und je kürzer sie in Deutschland wohnen, umso häufiger nutzen sie ihre Ethnomedien. Ein Einflussfaktor ist auch das zur Verfügung stehende Angebot an Ethnomedien. So sind z.B. ethnische Zeitungen und Zeitschriften häufig nur in Großstädten erhältlich, nicht aber auf dem Lande (dazu Weber-Menges 2007).
- Die Furcht vor ethnischen Medien-Ghettos ist unbegründet. Alle neueren Studien (s. Anm. 4) belegen übereinstimmend, dass nur sehr kleine Minderheiten der Migranten ausschließlich ihre Ethnomedien nutzen und dass deren

Nutzung unter den Zuwanderern aus verschiedenen Herkunftsländern variiert. Abb. 5 zeigt dies beispielhaft an den Ergebnissen der Studie von Weber-Menges (2007).

Unter den Zuwanderern aus der Türkei sind die kleinen Minderheiten, die nur Ethnomedien benutzen, etwas größer als unter Migranten aus Italien und Russlanddeutschen. Am stärksten ausgeprägt ist noch das türkische Fernseh-Ghetto. Knapp ein Drittel (31 Prozent) sieht ausschließlich türkische Fernsehprogramme. Darunter befinden sich viele Frauen mit schlechten oder gar keinen Deutschkenntnissen und mit sehr niedrigem Bildungsstand, ein Teil von ihnen sind Analphabetinnen. Nur 13 Prozent lesen ausschließlich türkische Zeitungen, und lediglich 8 Prozent hören nur türkisches Radio. Auch vom Internet, von

Abbildung 5:

Mediennutzung von Migranten 2006



Keine Nutzung
 mehr Ethnomedien
 mehr deutsche Medien
 nur Ethnomedien
 etwa gleich viel
 nur deutsche Medien

T=Migranten aus der Türkei (N=673) I=Migranten aus Italien (N= 1.023) R=Russlanddeutsche (N=512)

Quelle: Weber-Menges 2007.

dem vor allem Jüngere Gebrauch machen, geht entgegen manchen Befürchtungen keine Ghettoisierungsgefahr aus: Nur 6 Prozent beschränken sich auf türkischsprachige Internet-Angebote.

Migranten sind also nicht medial ghettoisiert, sie sind aber auch nicht medial assimiliert. Ausschließlich deutsche Medien werden auch nur von Minderheiten benutzt. Unter den Russlanddeutschen sind diese mit Abstand die größten, nur deutsche Radiosendungen hört sogar eine Mehrheit der Russlanddeutschen. Die Mehrheiten aus allen drei Einwanderergruppen nutzen einen Mix aus deutschen und ethnischen Medien. Das typische Muster ist die *hybride Mediennutzung*. Wenn man die Nicht-Nutzer der verschiedenen Medien ausklammert, dann stellen die hybriden Rezipienten unter den Migranten aus der Türkei beim Internet 73 Prozent, bei den Zeitungen 71 Prozent, beim Radio 63 Prozent und beim Fernsehen 55 Prozent. Bei den Einwanderern aus Italien und noch mehr bei den Russlanddeutschen ist die Nutzung etwas mehr in Richtung „mehr deutsche Medien“ verschoben. Wichtig ist, dass Ethnomedien im Rahmen einer hybriden Mediennutzung dem Prozess der interkulturellen Integration nicht schaden. Die hybriden Persönlichkeiten benötigen die erwähnte Brücke zur Herkunftskultur, die ihnen deutsche Medien nicht bieten können. Und wenn sie von dieser Brücke Gebrauch machen, dann hat das für ihre Integration in die deutsche Gesellschaft keine Nachteile, sondern eher Vorteile.

Fazit: erste Schritte auf einem langen und mühsamen Weg

Was wir bisher über den Zustand der medialen Integration in Deutschland wissen, lässt sich wie folgt zusammenfassen: Die Präsentation der Migranten in den deutschen Mainstreammedien weist – insbesondere im Nachrichten- und Informationssektor – erhebliche Defizite im Hinblick auf die interkulturelle mediale Integration auf. Eine der Ursachen dafür ist die weitgehend monoethnisch-deutsche Medienproduktion, d. h. der gravierende Mangel an ethnischer Diversität unter den Gestaltern ihrer Angebote.

Auch die Inhalte der türkischen Ethnomedien – sie werden überwiegend im Ausland oder in der Regie des Auslands hergestellt – sind eher integrationshemmend als integrationsfördernd. Die Furcht vor großen ausgeprägten ethnischen Medienghettos ist allerdings unbegründet. Die große Mehrheit der Migranten nutzt sowohl deutsche als auch ethnische Medien. Und die genuinen, von den Migranten selbst produzierten Medien der Russlanddeutschen leisten offensichtlich einen Beitrag zur Integration.

Bei den deutschen Medien zeichnen sich – sowohl in den Inhalten als auch in der Produktion – erste Schritte zu einer Besserung medialer Integration ab, die vor allem dem Paradigmenwechsel im politischen Diskurs über Migration und Integration geschuldet sind. Da die Zahl der Rezipienten mit Migrationshintergrund wachsen wird und da unter Politikern und Medienmachern die Integrationsherausforderung an die Medien zunehmend erkannt wird, ist davon auszugehen, dass weitere Schritte auf dem langen und mühsamen Weg zur interkulturellen medialen Integration folgen werden.

Literatur

- ARD-ZDF-Medienkommission (2007): Migranten und Medien 2007. o. O.
- Berry, John W. u. a. (2006): Immigrant Youth in Transition. Acculturation, Identity, and Adaption Across National Contexts. Mahwah/Jersey/London.
- Bhabha, Homi (2000): Die Verortung der Kultur. Tübingen.
- Bertelsmann-Stiftung (2009): Zuwanderer in Deutschland. Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von Menschen mit Migrationshintergrund. Gütersloh.
- Bonfadelli, Heinz (2007): Keine Belege für die „Ghetto-These“. In: Journalistik Journal 10, Heft 2, S. 18–19.
- Bonfadelli, Heinz (2009): Media Use by Ethnic Minority Youth in Switzerland. In: Geißler/Pöttker (Eds.) (2009), S. 45–69.
- Darieva, Tsyppylma (2009): Die russisch-sprachige Medienlandschaft in Deutschland – mediale Kontaktzone und kulturelles Kapital. In: Löffler, Roland (Hrsg.): Migration und Medien. Standortbestimmung aus Wissenschaft, Politik und Journalismus. Frankfurt.
- Driescher, Frank (2007): Die Feuermelder. In: DIE ZEIT vom 3.4.2008 (www.zeit.de/2008/15/huerriyet [11.6.2010])
- Fleras, Augie (2006): The Conventional News Paradigm as Systemic Bias: Re-Thinking the (Mis-)Representational Basis of Media-Minority Relations in Canada. In: Geißler/Pöttker (Hrsg.), S. 179–222.
- Fleras, Augie/Elliott, Jean Leonard (2002): Engaging Diversity. Multiculturalism in Canada. Toronto.
- Fick, Patrick (2009): Der Wandel der Darstellung von Migranten am Beispiel Siegener Lokalmedien in den Jahren 1996 und 2006. In: Geißler/Pöttker (Hrsg.) (2009a), S. 235–269.
- Geißler, Rainer (2003): Multikulturalismus in Kanada – Modell für Deutschland? In: Aus Politik und Zeitgeschichte B 26, S. 19–25.
- Geißler, Rainer (2004): Einheit-in-Verschiedenheit. Die interkulturelle Integration von Migranten – ein humaner Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation. In: Berliner Journal für Soziologie 14, S. 287–298.
- Geißler, Rainer (2005): Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. In: Geißler/Pöttker (Hrsg.), S. 71–80.
- Geißler, Rainer/Enders, Kristina/Reuter, Verena (2009): Wenig ethnische Diversität in deutschen Zeitungsredaktionen. In: Geißler/Pöttker (Hrsg.) (2009a), S. 79–117.
- Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (2001): Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. In: Kulturwissenschaftliches Forschungs-Kolleg „Medienumbrüche“. Siegen, S. 141–165.
- Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (Hrsg.) (2005): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld.
- Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (Hrsg.) (2006): Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Bielefeld.
- Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (2006a): Mediale Integration von Migranten. Ein Problemaufriss. In: Geißler/Pöttker (Hrsg.), S. 13–44.
- Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (Eds.) (2009): Media – Migration – Integration. European and North American Perspectives. Bielefeld.
- Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (Hrsg.) (2009a): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Band 2: Forschungsbefunde. Bielefeld.
- Geißler, Rainer/Weber-Menges, Sonja (2008): Migrantenkinder im Bildungssystem - doppelt benachteiligt. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 49, S. 14–22.
- Geißler, Rainer/Weber-Menges, Sonja (2009): Media Reception and Ideas on Media Integration among Turkish, Italian and Russo-German Migrants in Germany. In Geißler/Pöttker (Hrsg.) (2009), S. 71–96.

- Kalin, Rudolf/Berry, John W. (1994): Ethnic and Multicultural Attitudes. In: Berry, John W./Laponce, Jean A. (Eds.): Ethnicity and Culture in Canada. Toronto u. a.
- Javadian Namin, Parisa (2009): Die Darstellung des Islam in den deutschen Printmedien am Beispiel von *Spiegel* und *Bild*. In: Geißler /Pöttker (Hrsg.) (2009a), S. 271–296.
- Meier-Braun, Karl-Heinz (2002): Migranten in Deutschland – Gefangen im Medienghetto? In: Tendenz, Heft 1, S. 4–9.
- Müller, Daniel (2005): Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien. In: Geißler/Pöttker (Hrsg.), S. 83–126.
- Müller, Daniel (2005a): Die Inhalte der Ethnomedien unter dem Gesichtspunkt der Integration. In: Geißler/Pöttker (Hrsg.), S. 323–355.
- Müller, Daniel (2009): *Uyum statt entegrasyon?* Zur Europa-Ausgabe der türkischen Zeitung Hürriyet. In: Geißler/Pöttker (Hrsg.) (2009a), S. 299–316.
- Ortner, Christina (2007): Tatort: Migration. Das Thema Einwanderung in der Krimireihe Tatort. In: Medien und Kommunikation 55, S. 5–23.
- Oulios, Miltiadis (2009): Weshalb gibt es so wenig Journalisten mit Einwanderungshintergrund in deutschen Massenmedien? In: Geißler/Pöttker (Hrsg.) (2009a), S. 119–145.
- Pfetsch, Barbara/Trebbe, Joachim (2003): Mass media use and social integration of German-Russian Immigrants in Germany. Paper presented at the 53rd Annual Conference of the International Communication Association, May 23–27, 2003, San Diego.
- Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.) (2007): Der Nationale Integrationsplan. Erfurt.
- Ruhrmann, Georg/Sommer, Denise/Uhlemann, Heike (2006): TV-Nachrichtenberichterstattung über Migranten – Von der Politik zum Terror. In: Geißler/Pöttker (Hrsg.), S. 45–75.
- Sauer, Martina (2010): Mediennutzungsmotive türkeistämmiger Migranten in Deutschland. In: Publizistik 50, S. 55–76.
- Schneider, Beate/Arnold, Anne-Katrin (2006): Die Kontroverse um die Mediennutzung von Migranten: Mediale Ghettoisierung oder Einheit durch Mainstream? In: Geißler/Pöttker (Hrsg.), S. 93–120.
- Schubert, Hans-Joachim (2006): Integration, Ethnizität und Bildung. Die Definition ethnischer Identität Studierender türkischer Herkunft. In: Berliner Journal für Soziologie 16, S. 291–312.
- Thiele, Matthias (2005): Flucht, Asyl und Einwanderung im Fernsehen. Konstanz.
- Weber-Menges, Sonja (2006): Die Entwicklung der Ethnomedien in Deutschland. In: Geißler/Pöttker (Hrsg.), S. 121–145.
- Weber-Menges, Sonja (2007): Mediennutzung und Integration von Migranten. Vorläufige Ergebnisse einer Studie. Manuskript Siegen.
- Weber-Menges, Sonja (2007a): Unübersichtliche Vielfalt und hohe Fluktuation. Eine Typologie der Ethnomedien in Deutschland. In: Journalistik Journal 10, Heft 2, S. 25–27.
- Wilson Clint C. II/Gutierrez, Felix/Chao, Lena M. (2003): Racism, Sexism and the Media. The Rice of Class Communication in Multicultural America. Thousand Oaks, CA.
- Windgasse, Thomas (2007): Die Radionutzung von Migranten im Kontext anderer Medien. In: Media Perspektiven, Heft 3, S. 153–161.