

Daten, Fakten, Lebenswelten – Annäherung an eine (noch) unbekannte Zielgruppe.

Datenforschungsprojekt Interkultur

MERAL CERCI

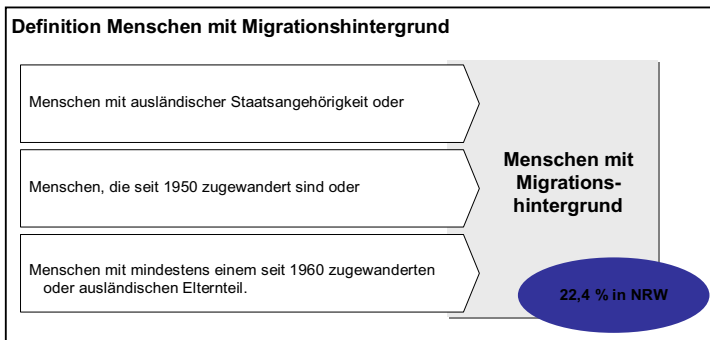
Wie hoch ist der Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund in den Kommunen des Landes? Welche kulturellen Präferenzen und Gewohnheiten haben Zugewanderte? Welche Medien und Informationswege nutzen sie, um sich über kulturelle Angebote zu informieren? Wie können kommunale Kulturanbieter Menschen mit Migrationshintergrund erfolgreich ansprechen?

Diese Fragen stellten sich im Rahmen des Projektes »Kommunales Handlungskonzept Interkultur«. Im Projektverlauf wurde bald deutlich, dass auf kommunaler Ebene bei Kulturanbietern, Verwaltung und Stadtentwicklern kaum Wissen vorhanden ist über Menschen mit Migrationshintergrund. Es fehlen grundlegende Daten zur Soziodemografie, aber auch zu kulturellen Präferenzen und Gewohnheiten.

Wirft man einen Blick auf die amtliche Statistik, wird die Relevanz des Themas deutlich: Laut Mikrozensus 2005 haben 22,4 Prozent der Menschen in Nordrhein-Westfalen einen Migrationshintergrund. Dies bedeutet, dass Kulturanbieter und Kulturverwaltungen über rund ein Viertel der Bevölkerung, für die sie Angebote entwickeln sollen, keine ausreichenden Informationen haben. Auch über die Wege, diese Zielgruppen erfolgreich anzusprechen, ist bisher kaum Wissen verfügbar. So wundert es nicht, dass Migrantinnen und Migranten nur in Ausnahmefällen als Zielgruppen für Kulturangebote oder als Kunst- und Kulturschaffende berücksichtigt, explizit angesprochen oder unterstützt werden. Kreative und innovative Potenziale der Gesellschaft und ein gewichtiger Teil des Publikums werden nicht ausreichend berücksichtigt.

Um diesem Informationsdefizit zu begegnen, beauftragte die Kulturabteilung der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen das Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW mit dem Datenforschungsprojekt Interkultur. In der ersten Phase wurden eine systematische Bestandsaufnahme von Daten und Fakten zum Thema »Interkultur« sowie 59 Interviews mit Interkulturfachleuten durchgeführt.

Basis für die Datenforschung ist die Nutzung einer erweiterten Definition von Migrationshintergrund. Berücksichtigt werden hierbei neben Menschen mit ausländischer Staatsangehörigkeit (10,8 Prozent in NRW) auch Zugewanderte mit deutscher Staatsangehörigkeit (z.B. Eingebürgerte) und Personen mit mindestens einem Elternteil mit Zuwanderungsgeschichte.



Wenig Fakten und hoher weiterer Forschungsbedarf

Ein Ergebnis der Bestandsaufnahme ist, dass zur Soziodemografie (Alter, Geschlecht, Bildung etc.) Daten und Fakten aus dem Mikrozensus 2005 vorhanden sind.¹ Aufgrund der Fallzahl der Erhebung sind allerdings nicht für alle Kommunen in NRW Daten verfügbar. Auch zum Thema Mediennutzung existieren zahlreiche Studien, meist der öffentlich-rechtlichen Sender. Zunehmend berücksichtigen sie die erweiterte Definition von Migrationshintergrund, zum Beispiel die Studie »Migranten und Medien 2007«, eine repräsentative Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. Zu den Kunst- und Kulturthemen im engeren Sinne – wie kulturelle Bildung, kulturelle Präferenzen und Gewohnheiten von Menschen mit Migrationshintergrund – wurde bisher nur punktuell geforscht. So gab es zum Beispiel Befragungen einzelner Einrich-

1 Der Mikrozensus ist eine bundesweit durchgeführte repräsentative Ein-Prozent-Stichprobe.

tungen oder in einzelnen Regionen, etwa die Rheinregion in NRW, oder Befragungen bestimmter Gruppen, wie Menschen mit türkischem Hintergrund.

Fazit der ersten Phase des Projektes ist es, dass die »Datenlandschaft Interkultur« noch erhebliche weiße Flecken aufweist. Quantitative Aussagen über kulturelle Präferenzen und Gewohnheiten von Menschen mit Migrationshintergrund nach der erweiterten Definition können derzeit weder für NRW noch für einzelne Kommunen gemacht werden, es besteht also ein hoher weiterer Forschungsbedarf.

Repräsentative Pilotstudie in Dortmund

Im Anschluss an die Bestandsaufnahme wurden weitere Forschungsprojekte angestoßen, darunter eine Pilotuntersuchung in Dortmund, eine Pilotstadt des Projektes »Kommunales Handlungskonzept Interkultur«. Die Studie erfasst erstmals systematisch in einer Kommune kulturelle Präferenzen und Gewohnheiten von Menschen mit und ohne Migrationshintergrund. Bis Ende Mai 2007 wurden 1.000 telefonische Interviews mit Dortmundern ab 16 Jahren in Deutsch und in den beiden am häufigsten genutzten anderen Sprachen, Türkisch und Russisch, durchgeführt. Die Ergebnisse sind ab Herbst 2007 verfügbar.

Lebenswelten und Milieus von Menschen mit Migrationshintergrund

Das Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW beteiligte sich außerdem, ebenfalls im Auftrag der Staatskanzlei, an der qualitativen Multi-Client-Studie »Lebenswelten und Milieus von Menschen mit Migrationshintergrund« der Sinus Sociovision GmbH. Sie fasst Menschen mit vergleichbaren Lebensauffassungen und Lebensweisen in »Milieus« zusammen. In der Analyse werden, neben Wertorientierungen und Lebensstil der Befragten, auch ihre Einstellungen zu Kunst und Kultur berücksichtigt.

Ein wichtiger Befund der Studie ist, dass die Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland keine soziokulturell homogene Population sind. Vielmehr zeigt sich eine vielfältige und differenzierte Milieulandschaft. Insgesamt acht Migranten-Milieus mit jeweils ganz unterschiedlichen Lebensauffassungen und Lebensweisen konnten identifiziert werden. Dabei unterscheiden sich die Migranten-Milieus weniger nach ethnischer Herkunft und sozialer Lage als nach ihren Wertvorstellungen, Lebensstilen und ästhetischen Vorlieben.

hoch 1					
mittel 2					
niedrig 3					
Soziale Lage	AI Archaische Tradition <i>Konservativ-religiöse, strenge, rigide Wertvorstellungen, kulturelle Enklave</i>	AII Ethnische Tradition <i>Pflicht- und Akzeptanzwerte, materielle Sicherheit, traditionelle Moral</i>	BI Konsum-Materialismus <i>Status, Besitz, Konsum, Aufsteigensorientierung, soziale Akzeptanz und Anpassung</i>	BII Individualisierung <i>Selbstverwirklichung und Emanzipation, bi-kulturelle Orientierung, Kulturkritik</i>	C Multi-Optionalität <i>Postmodernes Werte-Patchwork, Sirensuche, multikulturelle Identifikation</i>
Grund-orientierung	Tradition		Modernisierung		Neuidentifikation

- archaische, patriarchalisch geprägte Wertvorstellungen, die primär dem Schutz und Überleben des Familienverbands verpflichtet sind
- Orientierung an religiösen Grundsätzen, gewissenhaftes religiöses Leben durch enge soziale Kontrollmechanismen
- gelegentlich auch erst im höheren Alter Flucht in die Religion, aufgrund von Enttäuschung und Verbitterung über das harte Leben in der Emigration
- Anti-Individualismus: Familie, Gemeinde, Nation sind wichtiger als der Einzelne; Verständnislosigkeit gegenüber dem liberalen westlichen Lebensstil: Freizügigkeit, Konsummaterialismus, modische Kurzlebigkeit und »Respektlosigkeit«
- Wunsch nach einem ruhigen, materiell gesicherten Leben in respektablen Verhältnissen; Traum von einer Rückkehr in die Heimat wird nicht aufgegeben

- kulturelle Werte werden in diesem Milieu grundsätzlich hoch geschätzt; dabei starke Verwurzelung in der Volkskultur und der religiösen Tradition des Herkunftslandes
- ein wichtiges Motiv ist, seine kulturelle Identität zu bewahren, eine lebendige Verbindung mit der Heimat aufrechtzuerhalten und kulturelle und religiöse Traditionen an die nächste Generation weiterzugeben
- zum kulturellen Angebot im Zuzugsland besteht aufgrund der Sprachbarriere wenig Zugang; gelegentlich auch Ablehnung des (zeitgenössischen) Kulturangebots in Deutschland auf Grund von Werte-/Lifestyle-Barrieren

Traditionelles Gastarbeitermilieu

- materielle Sicherheit als übergeordnetes Lebensziel: Sicherer Arbeitsplatz, soziale Absicherung im Alter – aber kein »deutsches« Versorgungsdenken (Abgrenzung von Sozialschmarotzern und Arbeitsverweigerern); dennoch häufig Sorgen um die finanzielle Zukunft und Rentenängste
- Selbstdefinition über die Arbeit, traditionelles Arbeitsethos (pflicht- und verantwortungsbewusst, diszipliniert und fleißig); meist gute Integration in die deutsche Arbeitswelt
- klassisch-proletarische Werte: Hilfsbereitschaft/Solidarität, Warmherzigkeit, Bescheidenheit; soziale Akzeptanz sowohl im privaten wie im Arbeitsumfeld ist wichtig
- autoritäre Grunddisposition, Bevorzugung hierarchischer Strukturen, traditionelle Familienwerte und Moral; eher geringe religiöse Bindung (Religion ist »Privatsache« und Traditionsbestandteil)
- pragmatisch-nüchterne Sicht der eigenen sozialen Lage, Sparsamkeit als Grundhaltung
- geringe Affinität zu Kunst und Hochkultur; kaum Zugang zum etablierten deutschen Kulturleben auf Grund von Schwellenängsten; das deutsche kulturelle Angebot, auch das populäre, wird als fremd und »kalt« erlebt
- meist Orientierung an der Kultur des Heimatlandes, volkskulturelle Traditionen (Musik, Tanz, Esskultur) werden bewusst gepflegt; Begegnungen mit der deutschen Kultur finden am ehesten statt über die Nutzung deutscher Medienangebote (Fernsehen, Kino, Zeitschriften)

Statusorientiertes Milieu

- beruflicher und sozialer Aufstieg, Erfolg und materieller Wohlstand sind zentrale Lebensziele
- hohe Leistungs- und Einsatzbereitschaft im Beruf sowie Bereitschaft zu Qualifizierung und Weiterbildung; Frauen häufig unzufrieden mit der Hausfrauenrolle, Wunsch, »eigenes Geld« zu verdienen

- Haupttriebfedern sind einerseits Geld und Konsummöglichkeiten, andererseits der Wunsch in der Aufnahmegesellschaft anerkannt zu werden; wichtig ist, Ansehen zu genießen und den erreichten Status nach außen zu dokumentieren
- Konsumeinstellung gegenüber Kunst und Kultur – die unterhalten und entspannen soll; populäre sowie traditionelle Angebote der Herkunftskultur werden bevorzugt
- Besuch von Theater, Museen, Ausstellungen sind eher Pflicht als Neigung – denn die Angehörigen dieses Milieus möchten nicht für ungebildet gehalten werden, wollen dazugehören und mitreden können
- insbesondere für die Kinder wird kulturelle Bildung als Voraussetzung für beruflichen und sozialen Erfolg für wichtig erachtet und es wird schon früh für eine entsprechende Förderung gesorgt (Kurse, Vereine, zusätzlicher Unterricht)

Entwurzeltes Flüchtlingsmilieu

- nach häufig traumatischen Bürgerkriegserfahrungen geht es primär darum, das Überleben für sich und seine Familie zu sichern (Arbeit, Wohnung, Einkommen)
- Leben zwischen den Welten und Kulturen, Orientierungsprobleme in der Aufnahmegesellschaft; häufig prekäre Lebenssituationen und entsprechende Gefühle von Deklassierung und Marginalisierung
- Motivationslosigkeit und Frust aufgrund geringer Chancen und Gestaltungsmöglichkeiten; Festhalten an – teilweise sinnentleerten – Traditionen (Familienehre, Religion, Nationalstolz); rigider Konventionalismus, autoritäre Rollenvorstellungen
- aggressive Abgrenzung von anderen Ethnien und Randgruppen, Verweigerung von Integration versus Anpassung an die Regeln und Gepflogenheiten der Aufnahmegesellschaft
- ausgeprägter »Haben«-Materialismus: Geld und prestigeträchtige Konsumgüter als Ersatzwerte
- meist keinerlei Interesse am etablierten Kulturangebot; insbesondere die Hochkultur ist eine fremde Welt, zu der kein Zugang besteht; großes Interesse finden hingegen unterhaltende Angebote jeder Art aus dem Bereich der Populärkultur: intensiver Fernsehkonsum, Nutzung von Musikmedien, Besuch von Sportveranstaltungen, Popkonzerten, Diskotheken und Kinos
- weil viele Angehörige dieses Milieus im Bewusstsein leben, nur vorläufig/vorübergehend in Deutschland zu sein, kommt es selten vor, dass sie sich ernsthaft auf die deutsche Kultur einlassen und entsprechende Angebote bzw. Integrationshilfen wahrnehmen

Intellektuell-kosmopolitisches Milieu

- postmaterielle Ansprüche: Entfaltung der Persönlichkeit, Selbstverwirklichung, intensive zwischenmenschliche Beziehungen, Teilnahme am kulturellen und öffentlichen Leben
- hohen Stellenwert in der Lebensplanung hat eine erfüllende, selbstbestimmte Arbeit, die herausfordernd und gesellschaftlich sinnvoll ist; optimistische Sicht der eigenen Zukunft, vielfältige Zukunftspläne
- engagiertes Eintreten für soziale Gerechtigkeit; aufmerksames Verfolgen der politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen, teilweise aktives gesellschaftliches Engagement
- Toleranz und Offenheit als prägende Geisteshaltung, Selbstverständnis als Weltbürger bzw. »Europäer«, ausgeprägtes Interesse an fremden Kulturen
- oft übernehmen die Angehörigen dieses Milieus bewusst eine vermittelnde Rolle zwischen den Kulturen und sind offen für kulturellen Austausch (in alle ethnischen und künstlerischen Richtungen)
- vielfältige kulturelle Interessen – alle Formen von Kunst und Kreativität sind interessant: (zeitgenössische) Malerei, Literatur, Film, Tanz, Plastik, Kleinkunst, Foto- und Videokunst etc.; Kultur macht Spaß, entsprechende Angebote werden oft und gerne genutzt

Adaptives Integrationsmilieu

- Status-quo-Orientierung und Sicherheitsstreben; Wunsch nach einem angenehmen Leben in geordneten, harmonischen Verhältnissen, nach Etablierung in der Mitte der Gesellschaft
- pragmatische Grundhaltung, realistische Ziele, »vernünftiges« Konsumverhalten, Leistungs- und Weiterbildungsbereitschaft
- Zufriedenheit als Lebensprinzip; grundsätzliche Bereitschaft, sich anzupassen und einzufügen
- Familie und Kinder haben hohen Stellenwert, die Familie ist Lebensmittelpunkt und Lebenssinn; gemeinschaftsorientiertes Privatleben (Freundeskreis)
- Wunsch nach Lebensqualität, Komfort und Genuss (schönes Zuhause, Auto, Urlaub, Wellness, Wohneigentum)
- grundsätzlich ist das Milieu auf Anpassung an die deutsche Mehrheitskultur gepolt, ist um schnellen Spracherwerb bemüht und versucht, sich in das gesellschaftliche Leben in Deutschland einzugliedern
- aufgeschlossene, undogmatische Einstellung zu Kunst und Kultur – ohne ausgeprägte thematische und stilistische Schwerpunkte (traditionell und modern, deutsch und heimatkulturell, anspruchsvoll und trivial)

- große kulturelle Neugier; Bestreben, andere Lebensformen und Kulturen kennenzulernen; großes Interesse an interkulturellen Events und Veranstaltungen

Multikulturelles Performermilieu

- Weiterkommen und Selbstverwirklichung im (beruflichen und privaten) Leben als Leitmotiv, Ideen umsetzen, eine Existenz aufbauen (Traum von der eigenen Firma)
- hohes Maß an Flexibilität und Mobilitätsbereitschaft, an Durchsetzungsfähigkeit und Zielstrebigkeit
- Ideal einer Verbindung von materiellem Erfolg und lustvollem Leben, Aufhebung herkömmlicher Gegensätze wie Pflicht vs. Genuss, Beruf vs. Privatleben
- kulturelle Offenheit und weltanschauliche Toleranz, Aufgeschlossenheit für Neues; Selbstverständnis als Teil einer multikulturellen Gesellschaft, Migrationshintergrund und Mehrsprachigkeit als Bereicherung
- Trendsetter-Bewusstsein, Zugehörigkeit zur jungen Elite; zeitgeistaffin und technikbegeistert
- als Kinder des multimedialen Zeitalters gehen die Angehörigen dieses Milieus souverän mit in- und ausländischen Medien- und Kulturangeboten um; sie haben keine bildungsbürgerlichen oder intellektuellen Ambitionen und konsumieren nach dem Lustprinzip alles von Klassik bis Pop
- Vorbehalte bestehen gegenüber dem etablierten Kulturbetrieb (Oper, Museum) und gegenüber den Angeboten der ethnisch geprägten Heimat- und Kulturvereine; das soziale und kulturelle Leben wird ausschließlich privat organisiert

Hedonistisch-subkulturelles Milieu

- einerseits Träume vom Wohlstandsleben: schnelles Geld, Luxus, Prestige, andererseits Resignation und trotztige Underdog-Mentalität
- Distanz zur Mehrheitsgesellschaft sowie Unangepasstheit im Outfit, im Verhalten und in der Sprache; Konflikte mit Autoritäten
- Konzentration auf das Hier und Jetzt, unkontrollierter Umgang mit Geld, notorische finanzielle Sorgen; häufig Perspektivlosigkeit und Passivität (»Null Bock«), Unsicherheit und Zukunftsängste
- Wunsch nach starken Erlebnissen, Abwechslung und Unterhaltung; Fun & Action, »Feiern«, Drogen und Gewalt als Flucht aus dem Alltagsfrust
- Rückzug in die eigenen »peer groups«, Netzwerke und Szenen, Leben in der Subkultur nach eigenen Regeln

- wichtig sind kreative Aktivitäten der Pop- und Jugendkultur (z.B. Gangsta-Rap, Graffiti, Breakdance, experimentelles Theater, House- und Hip-Hop-Partys) wegen ihres hohen Spaßfaktors und auch, um sich jenseits des Mainstreams zu artikulieren und Gehör zu verschaffen
- häufiger ist aber die passive, ausschließlich lust- und stimmungsabhängige Nutzung von Kultur- und Medienangeboten; dabei stehen Abwechslung und Unterhaltung an erster Stelle – getrieben vom Bedürfnis nach Ablenkung, Stimulation, Trost oder Alltagsflucht
- aufgrund von Ambivalenzen und Defiziten in der kulturellen Identität entsteht oft auch eine Sehnsucht nach der (größtenteils verlorenen) Herkunftskultur und der Wunsch nach Teilnahme an den traditionellen ethnischen Ritualen und Veranstaltungen

Ausblick

Als nächster Forschungsschritt ist eine Quantifizierung des Sinus-Modells geplant, um die Milieus auf der Basis repräsentativer Daten zu validieren und ihre Größe und Struktur zu bestimmen. Im Herbst 2007 werden für die erste Pilotkommune, Dortmund, repräsentative Ergebnisse zur Kulturnutzung von Menschen mit und ohne Migrationshintergrund verfügbar sein. Die Ergebnisse aus beiden Studien werden als Modul »Daten, Fakten, Lebenswelten« einfließen in das Programm »Professionalisierung des interkulturellen Kunst- und Kulturmanagements« (mehr dazu im Beitrag von U. Harting und J. Lange), um so den Wissens- und Praxistransfer der gesammelten Erkenntnisse zu gewährleisten.

Informationen zur Bestandsaufnahme »Daten und Fakten Interkultur« sowie zu den Sinus-Milieus im Internet: www.nrw-kulturen.de

Data, Facts, Social Environments – An Approach to an (as yet) Unknown Target Group. A Data Research Project on Cultural Diversity

MERAL CERCI

How high is the proportion of people with an ethnic background in the communities of this province? What cultural preferences and practices do immigrants have? What media and ways of informing themselves do they make use of in order to find about cultural activities? How can people putting on cultural events successfully reach immigrants?

These questions were raised within the framework of a project on a »Community Action Plan for Cultural Diversity«. In the course of the project it soon became clear that among cultural producers, local authority officials and town planners at the community level very little was known about immigrants. There is a lack of basic data on social demographics but also on cultural preferences and habits.

If one casts a glance at the official statistics, the relevance of the theme becomes obvious. According to the micro-census for 2005 22.4 percent of people in North Rhine-Westphalia are immigrants. This means that cultural producers and departments of culture do not have adequate information on one quarter of the population they are supposed to be serving. Up till now hardly any information has been available on ways of successfully addressing these target groups. Thus it is not surprising that immigrants are only rarely targeted by organisers of cultural events and are hardly ever considered, explicitly addressed or funded if they are arts and culture practitioners themselves. The creative and innovative potential of society as a whole and a significant proportion of the public are not being adequately provided for.

To make up for this lack of information the Department of Culture at the State Chancellery of the Province of North Rhine-Westphalia commissioned the provincial Department of Data Processing and Statistics NRW to carry out the Data Research Project on Cultural Diversity. In the first phase systematic stocktaking of data and facts on the subject of »Cultural Diversity« was carried out as were fifty-nine interviews with experts on cultural diversity.

The basis for the data research was provided by an extended definition of what is meant by immigrants. Not only people holding foreign citizenship (10.8 percent in NRW) were included but also immigrants holding German citizenship (e.g. the naturalised) and people at least one of whose parents had immigrated.

Few facts and a Great Need for Further Research

One result of the stocktaking is that data and facts on social demography (age, sex, education etc.) are available from the micro-census taken in 2005.¹ As a result of the number of cases in the survey data are not available for every community in NRW. On the theme of media use too there also exist numerous studies, which were mostly carried out by public broadcasters. Increasingly they do take account of the extended definition of what is meant by an immigrant, as in the study on »Migrants and Media 2007«, a representative study by the ARD/ZDF-media commission. On topics within the fields of culture and the arts in the narrower sense – such as cultural education, cultural preferences and the practices of immigrants –research has hitherto only been done on particular issues. There have for example been polls of individual institutions or in specific regions, for example the Rhine region in NRW, or polls of particular groups, such as people with a Turkish background.

If we take stock of the first phase of the project we discover that there are many blank spaces on the data landscape of cultural diversity. At the present time no quantitative statements about the cultural preferences and practices of immigrants in accordance with the extended definition can be made either for NRW or for any individual communities; there therefore exists a considerable need for further research.

A Representative Pilot Study in Dortmund

Once the stocktaking has been completed, further research projects were initiated, among them a pilot study in Dortmund, which is a pilot city in the

1 The micro-census is a representative sample of 1 percent carried out nationwide.

»Community Action Plan for Cultural Diversity« project. For the first time the study is systematically covering the cultural preferences and practices of people with and without a background of migration in a single community. By the end of May 2007 one thousand telephone interviews had been carried out with Dortmunders of 16 years and older in German and in the two other most spoken languages, Turkish and Russian. The results will be available from the autumn of 2007.

The Lives and Social Milieus of Immigrants

The provincial office for Data Processing and Statistics NRW also participated, once again on commission from the State Chancellery, in the qualitative multi-client-study »The Lives and Social Milieus of Immigrants« of Sinus Sociovision Ltd. This subsumes people with comparable attitudes to life and ways of life into »Milieus«. In the analysis account is taken not only of the value systems and life style of those polled but also of their specific attitudes to culture and the arts.

An important finding of the study is that immigrants in Germany do not comprise a socio-culturally homogeneous population. What we have is rather a diverse and differentiated array of milieus. Eight immigrant milieus in all could be identified each with its quite different attitudes to life and ways of life. These immigrant milieus are distinct from one another; this is due less to their ethnic background and social situation than to their attitudes to life, their life style and their aesthetic preferences.

Thus we find common patterns of life and experience which immigrants from different cultures of origin have in common. In other words: there is more which unites people from the same milieu but who have a different history of migration than there is which links them with the rest of their »compatriots« from other milieus. It is not therefore possible to draw any conclusions about milieu by reference to the culture of origin or about the culture of origin by reference to the milieu. Factors such as ethnic affiliation, religion and migration history influence everyday culture, but they do not determine milieu or shape identity.²

The Milieu which is rooted in Religion

- Archaic values shaped by patriarchy, which primarily serve the protection and survival of the family unit

2 The graph and the following text on the definition of milieus courtesy of Sinus Sociovision Ltd.

- Orientation to religious principles, conscientious religious life through tight social control mechanisms
- Escaping to religion sometimes only in later life, as a result of disappointment and bitterness about the severe life in emigration
- Anti-individualism: the family, community, and nation are more important than the individual; lack of understanding of the liberal Western lifestyle is characterised by permissiveness, consumer materialism, a fashionable devotion to the ephemeral and »lack of respect«
- A desire for a quiet, materially secure life in decent conditions; the dream of a return home is not given up
- Cultural values are highly esteemed in this milieu as a matter of principle; at the same time strong roots in the popular culture and the religious tradition of the country of origin
- An important incentive is the retention of one's cultural identity, maintaining a living link with home, and handing on the cultural and religious traditions to the next generation
- There is little access to the cultural activities of the country one has migrated to as a result of the language barrier; sometimes there is also rejection of the (contemporary) cultural activities in Germany as a result of barriers raised by values and lifestyle.

The Traditional Guest Worker Milieu

- Material security is the prime aim of life: job security, financial security when older – but no »German« notion of comprehensive support (distancing from social scroungers and people who refuse to work); nevertheless there are often worries about one's financial future and anxieties about one's pension
- Self-definition through work, a traditional work ethic (conscious of duty and responsibility, disciplined and industrious); mostly well integrated into the world of work in Germany
- Classic working-class values: willingness to help/solidarity, warm-heartedness, modesty; social acceptance is accorded importance both privately and in the work environment
- Authoritarian basic disposition, in favour of hierarchical structures, traditional family values and morality; a rather loose adherence to religion (religion is a private matter and part of tradition)
- Pragmatic and sober view of one's own social situation, thrift as a basic principle
- Low affinity with art and high culture; hardly any access to established German cultural life resulting from a fear of embarking on something

new; German cultural activities, including the popular, are experienced as alien and »cold«

- Mostly orientation to the culture of the home country; the traditions of folk culture (music, dance, gastronomy) are consciously cultivated; encounters with German culture take place, if at all, through using the German media (television, cinema, magazines)

The Status-oriented Milieu

- Professional and social progress, success and material well-being are the major aims in life
- High willingness to perform and commitment to job as well as readiness to gain further qualifications and training. Women are usually dissatisfied with their role as domestic housewife, desire to earn »money of their own«
- Main motivations are on the one hand money and consumer opportunities, on the other the desire to be recognised in the society one has been admitted to; it is important to enjoy one's reputation and to document the status one has achieved to the outside
- Consumer mentality with regard to arts and culture – which are expected to entertain one and provide relaxation; a preference for popular and traditional activities offered by the culture of origin
- Going to the theatre, museums, exhibitions are more a duty than a pleasure – for those who belong to this milieu would not like to be considered uneducated, they want to belong and to have their say
- For children especially cultural education is seen as an important prerequisite of professional and social success and the relevant support for this is arranged quite early in life (courses, associations, additional instruction)

The Uprooted Refugee Milieu

- After frequently traumatic civil war experiences the main priority is to ensure survival for oneself and one's family (work, home, income)
- Life between worlds and cultures, problems of orientation in the society one has been admitted to; living in situations which are often precarious and corresponding feelings of being in a lower social position and marginalised
- Lack of motivation and frustration as a result of poor opportunities and possibilities of shaping one's life; holding fast to traditions which have partly become devoid of meaning (family honour, religion, national pride); rigid observance of conventions, authoritarian notions of social roles

- aggressive distancing from other ethnic and marginal groups, rejection of integration or adaptation to the rules and customs of the society one has become a member of
- marked material desires: money and prestigious consumer goods as substitute values
- mostly no interest in established cultural life; high culture in particular is an alien world to which there is no access; great interest is to be found on the other hand in entertainments of all kinds from the sphere of popular: much time spent watching television, use of the music media, going to sports events, pop concerts, discotheques and cinemas
- since many people who belong to this milieu live with the awareness that they are only in Germany provisionally or temporarily it seldom happens that they develop any serious interest in German culture, nor do they involve themselves in activities or take up offers of assistance with integration

The Intellectual, Cosmopolitan Milieu

- Post-material demands: developing the personality, self-fulfilment, intensive relationships with other people, participation in cultural and public life
- A high value in planning one's life is accorded fulfilling, self-determined work, which is challenging and socially useful; an optimistic view of one's own future, many and varied plans for the future
- Active commitment to social justice; close attention paid to political and economic developments, sometimes active social involvement
- Tolerance and openness as characteristic attitudes of mind, a conception of oneself as a citizen of the world or as a »European«, distinct interest in other cultures
- Often people belonging to this milieu consciously act as go-betweens between cultures and are open to cultural exchange (in all ethnic and artistic directions)
- Many different cultural interests – all forms of art and creativity are interesting: (contemporary) painting, literature, film, dance, sculpture, handicrafts, photographic and video art; culture is fun, corresponding offers are taken up frequently and gladly

The Adaptive Integration Milieu

- Orientation to the status quo and concern for security; desire for a pleasant life in well-ordered, harmonious circumstances, after establishing oneself at the heart of society

- pragmatic views, realistic aims, »common-sense« behaviour as a consumer, willingness to perform at a high level and to acquire further education
- satisfaction as the basic principle of life; fundamental willingness to adapt and to fit in
- Family and children have high value, the family is the focus and meaning of life; gregarious private life (circle of friends)
- Desire for quality of life, comfort and enjoyment (a nice home, car, holidays, wellness, ownership of property)
- Basically the milieu is geared to adaptation to the culture of the German majority, is concerned to acquire language skills quickly and tries to assimilate to social life in Germany
- Open-minded, undogmatic attitude to culture and the arts– without pronounced thematic and stylistic emphasis (traditional and modern, German and the culture of the homeland, demanding and trivial)
- Great cultural curiosity; attempt to get to know other ways of living and cultures; great interest in events to do with cultural diversity

The Multicultural Performer Milieu

- Progress and self-fulfilment in (professional and personal) life as guideline, implementing ideas, building a livelihood (the dream of one's own firm)
- High degree of flexibility and mobility, of perseverance and purposefulness
- Ideal of a connection between material success and enjoyable living, disregard for traditional opposites such as duty vs. enjoyment, professional vs. personal life
- Cultural open-mindedness and tolerance for other people's ideas, receptiveness for anything new; regarding oneself as part of a multicultural society, a background of migration and multilingualism as enriching
- Consciousness of being a trendsetter, sense of belonging to a young elite; an affinity with the spirit of the times and enthusiastic about technology
- as children of a multimedia age those who belong to this milieu handle domestic and foreign media and cultural activities confidently; they do not have any ambition to belong to the »educated middle class« or to be regarded as intellectuals and they consume anything from classics to pop as the fancy takes them
- prejudices exist against established culture (opera, museum) and against activities offered by the ethnically organised homeland and cultural associations; social and cultural life is organised exclusively on a private basis

The Hedonistic Subcultural Milieu

- on the one hand dreams of a life of affluence: fast money, luxury, prestige, on the other hand resignation and a stubborn underdog mentality
- Distancing from the majority society as well as nonconformity in clothing, behaviour and language; conflicts with those in authority
- Concentration on the here and now, uncontrolled dealings with money, notorious financial difficulties; often a lack of perspective and passivity (»I don't feel like it«), Uncertainty and anxiety about the future
- Desire for powerful experiences, change and amusement; fun & action, »partying«, drugs and violence as an escape from everyday frustration
- Withdrawal into one's own »peer groups«, networks and scenes, living in the subculture according to rules of one's own
- What is important are creative activities in pop and youth culture (e.g. Gangsta-Rap, graffiti, breakdance, experimental theatre, house- and Hip-Hop-parties) because they provide a high fun factor and also the opportunity to articulate oneself outside the mainstream and to get a hearing
- What is more frequent, however, is the passive use of culture and the media entirely dependent on inclination and mood; the most important things are diversion and amusement – driven by the need for distraction, stimulation, comfort or escape from the everyday
- As a result of ambivalence and deficiencies in cultural identity there often arises a longing for the (largely lost) culture of origin and the desire to take part in traditional ethnic rituals and events

Outlook

The next step which has been planned in the research is to quantify the Sinus model in order to validate the milieus on the basis of representative data and to determine their size and structure. In the autumn of 2007 representative findings on the use of culture by people with and without a background of migration will be available for the first pilot community, Dortmund. The results of both studies will be integrated as the module »Data, Facts, Social Environments« into the programme for »Professionalisation of Intercultural Arts and Culture Management« (for more on this, see the article by U. Harting and J. Lange) in order to secure the transfer of the knowledge and practice in the findings which have been collected.

Information on the stocktaking »Data and Facts on Cultural Diversity« and on the Sinus Milieus can be found in the Internet: www.nrw-kulturen.de

Данные, факты, жизненное пространство – сближение с (еще) неизвестной целевой группой. Исследовательский проект по межкультурной проблематике

МЕРАЛ ЦЕРЦИ

Как высока доля людей миграционного происхождения в земельных коммунах? Какие культурные предпочтения и привычки имеют эмигранты? Какими средствами массовой информации пользуются, чтобы быть в курсе предложений в сфере культуры? Как могут организации, работающие в культурной сфере на коммунальном уровне, начать успешный диалог с мигрантами?

Эти вопросы стояли в рамках проекта »Концепция действий по межкультурной проблематике на коммунальном уровне«. В ходе проекта довольно быстро стало ясно, что в коммунах не хватает знаний о мигрантах. Отсутствуют основополагающие социодемографические данные, в том числе, о культурных предпочтениях и привычках. Взглянув на официальную статистику, становится ясна важность темы: 22,4 % жителей СРВ являются людьми с миграционным прошлым. Это означает, что организациям, которые должны предоставлять четверти населения своего региона предложения в области культуры, не хватает информации. Не удивляет, что мигранты только в исключительных случаях являются целевой группой в этой области. Творческий и инновационный потенциал общества и существенной части живущих в нем людей не достаточно принимаются во внимание.

Чтобы преодолеть дефицит информации, отдел культуры государственной канцелярии земли Северная Рейн-Вестфалия уполномочил земельное Ведомство по информационной обработке и статистике СРВ

провести исследование данных по межкультурной проблематике. На первом этапе было проведено систематическое исследование данных и фактов по этой теме, включающее в себя и 59 интервью со специалистами в этой области. Основа для исследования данных – использование расширенной дефиниции понятия «миграционное происхождение». При этом учитываются наряду с людьми, имеющими иностранное гражданство (10,8 % в СРВ), также эмигранты с немецким гражданством (например, получившие его уже здесь) и лица, у которых один из родителей имеет миграционное прошлое.

Недостаток фактов и большая потребность в дальнейших исследованиях

Результатом детального исследования стало то, что в социодемографии (возраст, пол, образование и т.д.) появились данные и факты 2005 года.¹ В силу их не систематического подбора, они, конечно, не подходят для всех коммун СРВ. На ту же тему «Использование средств массовой информации» существуют многочисленные работы, в основном сделанные по материалам официальных источников. В них усиленно обращается внимание на расширенную дефиницию понятия «миграционное происхождение», например, в исследовании «Мигранты и Масс-Медиа 2007», проведенном соответствующей комиссией телеканалов ARD и ZDF. Если взять тему искусства и культуры в плане таких аспектов, как культурное образование, культурные предпочтения и привычки мигрантов, то до сих пор она исследована только количественно. В качестве примера можно привести опросы по отдельным темам и в отдельных регионах, как это было в рейнском регионе СРВ, или опросы определенных групп, например, людей турецкого происхождения.

Итогом первой фазы проекта стало и то, что существует еще очень много белых пятен внутри данных по межкультурной проблематике. Количественные данные о культурных предпочтениях и привычках мигрантов в контексте расширенной дефиниции, обозначающей этих людей, на сегодняшний день не сделаны ни в целом в СРВ, ни в отдельных коммунах, при этом существует большая потребность в дальнейших исследованиях.

1 Микроопрос (Mikrozensus) проведен на основе репрезентативной однопроцентной выборки данных по всей Германии

Представительное пилотное исследование в Дортмунде

В большое системное исследование данных были включены и некоторые другие проекты, развивающие эту тему; среди них пилотное исследование в Дортмунде, городе, участвующем в проекте «Концепция действий по межкультурной проблематике на коммунальном уровне». Исследование впервые систематизирует в рамках одной коммуны сведения о культурных предпочтениях и традициях людей миграционного происхождения и без такового. До конца мая 2007 года было проведено 1000 телефонных интервью с жителями Дортмунда старше 16 лет. Интервью брались на немецком языке и на одном из двух чаще всего используемых иностранных языков (в данном случае, на русском и турецком языках). С подробными результатами можно будет познакомиться осенью 2007 года.

Среда проживания и социальные группы людей с миграционным прошлым

Земельное Ведомство по информационной обработке и статистике СРВ участвовало в исследовании «Среда проживания и социальные группы людей с миграционным прошлым», проводимом, по заказу государственной канцелярии, фирмой Sinus Sociovision GmbH. В исследовании мигранты выделены по сравнительным признакам (среда проживания и т.д.). Были проанализированы разные группы (слои) людей миграционного происхождения.²

Группа религиозных мигрантов

- архаические, патриархальные представления о ценностях, прежде всего служащие для защиты и выживания всего семейного сообщества.
- ориентация на религиозные основы, добросовестная религиозная жизнь, основанная на определенных социальных и контрольных механизмах.
- иногда, в преклонном возрасте, случайный уход в религию из-за разочарования и озлобленности в связи с тяжелой жизнью в эмиграции.

2 График и текст, разъясняющий понятие «Группы мигрантов», предоставлены Sinus Sociovision GmbH

- антииндивидуализм: семья, община, нация важнее чем отдельно взятый человек; непонимание либерального западного стиля жизни: распушенность, философия потребления, жизнь одним днем, неуважительность.
- желание жить спокойной, материально независимой жизнью в respectable обществе; от мечты о возвращении на Родину не отказываются.
- для этих людей очень важны культурные ценности: при этом эти ценности произрастают из народной культуры и религиозных традиций страны происхождения.
- важным мотивом является поддержка своей культурной идентичности, постоянная связь с Родиной и желание передать культурные и религиозные традиции следующим поколениям.
- из-за языкового барьера мало выходов на предложения в области культуры в стране проживания; также наблюдается неприятие современной культуры в силу разного понимания культурных ценностей и стиля жизни.

Традиционная группа иностранных работников

- материальная независимость как цель жизни: гарантированное рабочее место, социальная защита в пожилом возрасте; забота о финансовом будущем; тревога о пенсии;
- самоидентификация через работу (обязательность, ответственность, дисциплинированность и гибкость); большинство хорошо интегрируется среди немецких коллег.
- классически-пролетарская система ценностей: готовность помочь, солидарность, социальное согласие, сердечная теплота, скромность; все эти качества важны для трудового процесса;
- почитание авторитетов, предпочтение иерархических структур, традиционные семейные ценности и мораль; тесные религиозные связи (Религия – это личное дело и составная часть традиций);
- прагматический взгляд на социальное положение; экономность, как основа жизни;
- небольшой интерес к высокохудожественным культуре и искусству; практически нет выхода на немецкую культурную жизнь в силу оправданных страхов и ощущения этой культуры, как чужой и «холодной»;
- большая ориентация на культуру страны происхождения, народные культурные традиции (музыка, танец, гастрономия); встречи с немецкой культурой происходят чаще всего через средства массовой информации (телевидение, кино, журналы);

Группа мигрантов, ориентированная на получение определенного социального статуса

- профессиональная и социальная карьера; успех и материальное благополучие, как главная цель жизни;
- высокая готовность к профессиональной деятельности, также как и готовность к постоянному повышению квалификации; женщины в этой группе часто недовольны ролью домохозяек, поэтому возникает желание заработать «свои деньги»;
- стимулом к действию являются, с одной стороны, деньги и возможность потребления, с другой стороны, желание быть признанным в обществе; очень важно получить зримое удовлетворение от своего статуса и задокументировать его;
- Представления о культуре и искусстве: они должны быть развлекательными и расслабляющими; популярны все традиционные на Родине жанры;
- Посещение театров, музеев, выставок – скорее долг (обязанность), чем склонность и искреннее желание; не хотят прослыть необразованными, поэтому такие посещения важны, чтобы в дальнейшем блеснуть знаниями в разговоре;
- В особенности для детей культурное образование считается непременным условием профессионального и социального успеха, и поэтому уже в раннем возрасте поддерживается всеми способами (курсы, культурные общества, дополнительные занятия);

Группа беженцев, лишенных корней

- после, часто травматичного, опыта гражданских войн стоит задача сделать более уверенной свою жизнь и жизнь своей семьи (работа, квартира, доходы);
- живут между мирами и культурами, имеют проблемы ориентации в новом обществе; частое чувство деклассизации и маргинализации;
- немотивированность, разочарование вследствие низких шансов и возможностей; поддержание традиций (честь семьи, религия, национальная гордость); авторитарное ролевое представление о жизни;
- агрессивное отмежевание от других народов и групп; отказ от интеграции, точнее говоря, от приспособления к правилам и традициям нового общества;
- традиционная философия потребления: деньги и престижные объекты потребления как замена старых ценностей;
- в основном, нет интереса к культуре, особенно к высокой культуре в чужом мире, с которым нет контактов; большой интерес к любой

развлекательной продукции; интенсивное потребление телевидения, пользование и интерес к музыкальным масс-медиа; посещение спортивных мероприятий, концертов поп-музыки, дискотек и кино-театров;

- поскольку многие в этой группе живут с сознанием временности своего пребывания в Германии, то редко бывает, что эти люди серьезно открываются для немецкой культуры и воспринимают соответствующие предложения, точнее говоря, интеграционную помощь;

Интеллектуально-космополитическая группа мигрантов

- наличие не только материальных желаний: развитие личности, самореализация, интенсивные межличностные взаимоотношения, участие в культурной и общественной жизни;
- высокое место в жизненных планах занимает заполненная, самоопределяющая работа, имеющая смысл для общества; оптимистичный взгляд на собственное будущее; разнообразные планы;
- Установка на социальную справедливость; внимательно следят за политическим и экономическим развитием; определенная часть активна в общественной жизни;
- Терпимость и открытость, как неотъемлемые душевные свойства; самоидентификация себя как гражданина мира, точнее говоря, европейца; широкий интерес к другим культурам;
- Принадлежащие к этой группе сознательно выполняют роль посредника между культурами и открыты для культурного обмена (со всеми национальными и творческими группами);
- многосторонние культурные интересы – любопытны все формы искусства и творчества: современная живопись, литература, кино, танец, пластика, камерное искусство, фото, видео и т. д.; культура приносит удовольствие, соответствующими предложениями пользуются часто и охотно;

Адаптированная группа мигрантов

- ориентация на получение статуса-кво в обществе и связанная с этим уверенность в своих силах; желание приятной жизни с организованными, гармоничными отношениями; желание устроиться в центре общества;
- прагматическая жизненная основа, реалистические цели, потребление в рамках благоразумия; готовность к действиям и к дальнейшему повышению квалификации;

- Жизненный принцип – быть довольным всем; готовность приспосабливаться и встраиваться в ситуацию;
- семья и дети имеют громадное значение; семья – центральный пункт жизни и ее смысл; ориентированная на общество частная жизнь (дружеский круг);
- Желание качества жизни, комфорта и наслаждений (прекрасный дом, автомобиль, отпуск, собственное жилье);
- в целом эта группа тендирует к немецкой культуре большинства; через быстрое освоение языка пытается занять свое место в общественной жизни Германии;
- открытое, недогматичное представление о культуре и искусстве – без определенных тематических и стилистических пристрастий (традиции и модерн; немецкая культура и культура страны происхождения; оригинальное искусство и тривиальное);
- большое культурное любопытство; старание познакомиться с другим образом жизни и другой культурой; интерес к межкультурным событиям;

Мультикультурная группа мигрантов

- основной мотив – идти вперед и самореализоваться в профессиональной и частной жизни; постоянно привносить идеи, выстраивать собственную жизнь (мечта о собственной фирме);
- гибкость, готовность действовать мобильно, способность пробиваться и осуществлять задуманную цель;
- в идеале – соединение материального успеха и полной удовольствий жизни; отрицание противоречия между долгом и удовольствием, между профессией и частной жизнью;
- культурная открытость и терпимость; готовность познакомиться с новым; самоидентификация себя как части мультикультурного общества; миграционное происхождение и многоязыкость как обогащающее общество достоинство;
- сознание, ухватывающее все тенденции; принадлежность к молодой элите;
- Принадлежащие к этой группе, как выросшие в мультимедиаальное время, могут совершенно независимо пользоваться как внутринемецкими средствами массовой информации, так и зарубежными; они не имеют просветительских или интеллектуальных амбиций и потребляют исходя из принципа удовольствия все – от классики до поп-музыки;
- с одной стороны, существуют признанные культурные организации (опера, музеи), с другой стороны, есть предложения в сфере куль-

туры от этнических и культурных обществ, связанных со страной происхождения; социальная и культурная жизнь организуется каждым по собственному усмотрению.

Геденистически-субкультурная группа мигрантов

- с одной стороны, мечты о благосостоянии: быстрые деньги, люксус, престиж, с другой стороны – равнодушие;
- дистанцированность от большинства в обществе, равно как и неприспосабливаемость (отношения, язык); конфликты с авторитетами;
- концентрация на том, что »здесь и сейчас«; неконтролируемое обращение с деньгами; постоянное финансовое беспокойство; отсутствие перспективы и пассивность; неуверенность и страх перед будущим;
- желание сильных переживаний, смены обстановки; развлечения: аттракционы, »пикники«; наркотики и насилие как побег от повседневности;
- уход в обособленные группы, ниши; жизнь в субкультуре по отдельным правилам;
- ценят творческое начало в поп-музыке и молодежной культуре (например, рэп, граффити, брейкданс, экспериментальный театр, хип-хоп) в силу несомненного фактора удовольствия, а также желания самоидентифицироваться в мейнстриме;
- зачастую очень пассивное, во многом зависящее от настроения, использование предложений в области культуры или исходящих от средств массовой информации;
- из-за недостаточной культурной идентификации часто наблюдается ностальгия по, большей частью, утраченной культуре страны происхождения, а отсюда желание участвовать в традиционных национальных ритуалах и представлениях;

Перспективы

Как следующий шаг исследования Sinus-Modells запланирован количественный этап, с тем, чтобы на основе представленных данных о группах мигрантов определить их величину и структуру. Осенью 2007 года в пилотной коммуне Дортмунда репрезентативные результаты исследования культурной жизни людей с миграционным прошлым и без такового будут в распоряжении всех интересующихся.

Результаты обоих исследований в виде модуля »Данные, факты, среда проживания« будут встроены в программу »Профессионализация межкультурного менеджмента в сфере искусства«, чтобы реализовать

собранные сведения на практике (более подробная информация в статье Улла Хартинг/Юргена Ланге).

Информация об этих проектах в интернете: www.nrw-kulturen.de

Veriler, Olgular, Yaşam Dünyaları – (Henüz) bilinmeyen bir hedef kitlesine yaklaşımlar. İstatistiksel Kültürlerarası Verileri Araştırma Projesi

MERAL ÇERÇİ

Eyaletteki şehirlerde yaşayan göçmen kökenli insanların oranı ne kadar yüksek? Göçmenlerin hangi kültürel tercih ve alışkanlıkları var? Kültürel sunulardan haberdar olmak için hangi iletişim araçlarından ve bilgilenme yollarından yararlanıyorlar? Yerel kültür sunucuları göçmen kökenli insanlara nasıl hitap edebilirler?

Bu sorulara »Kültürlerarası Bölgesel Eylem Konsepti« çerçevesinde yanıt bulunmaya çalışıldı. Yerel kültür sunucuları, yönetim ve şehir geliştiriciler'inin göçmen kökenli insanlar hakkında bilgi yetersizliklerinin olduğu proje sürecinde kısa zamanda açığa kavuştu. Burada temel olarak noksan olan sosyodemografik verilerin yanı sıra kültürel öncelikler ve alışkanlıkların da bilinmemesidir.

Resmi istatistiklere göz atıldığında konunun önemi açığa çıkıyor: Mikrozensus 2005 verilerine göre Kuzey Ren-Vestfalya Eyaleti'nde yaşayan insanların yüzde 22,4 oranında göçmen geçmişe sahipler. Bu da şu anlama geliyor, halkın dörtte biri için geliştirilmesi gerekli olan sunuları hazırlayan kültür arz edicileri ve kültür etkinlikleri bu konularda yeterli bilgi sahibi değiller. Bu hedef gruplarına ulaşılacak yollar hakkında da şimdiye kadar yeterli bilgi mevcut değildir. Göçmenlerin sadece istisnai olarak kültür sunuları, sanat ve kültür yaratıcılığı için hedef grubu olarak açıkça nazarı dikkate alınmaması şaşırtıcı bir durum değil. Toplumun yaratıcı ve yenilikçi potansiyeli ve ayrıca toplumun ağırlıklı bir kesimi yeterli derecede göz önünde bulundurulmamaktadır.

Bu bilgi açıklığını gidermek için Kuzey Ren-Vestfalya Eyaleti'nin Devlet Ofisi Kültür Bölümü Eyalet Bilgişlem ve İstatistik Dairesi'ni Kültürlerarası Bilgi Araştırma Projesi ile görevlendirdi. Birinci safhada »İnterkültür« konusu için veriler ve bilgilerin toplanmasına başlandı ve ayrıca kültürlerarası konularda uzman 59 kişi ile mülakatlar yapıldı. Bilgi Araştırma Projesi'nin temelini göçmen kökenli olmanın genişletilmiş şekildeki yeni bir tanımlamasının kullanılması oluşturuyor. Bu vesileyle yabancı uyruklu insanların (KRV'de yüzde 10,8) yanında Alman vatandaşlığına geçmiş göçmenler ve ebeveynlerinden en az birisinin göçmenlik tarihi olan kişiler göz önünde bulunduruluyor.

Az Bilgi ve yeni Araştırma gereksinimi

Anket'in sonuçlarına göre Mikrozensus 2005' in soziodemografik (yaş, cinsiyet, eğitim vs.), veriler ve bilgileri mevcuttur.¹ Kuşkusuz anketin durum rakamından dolayı bütün KRV şehirleri için veriler mevcut değil. Medya ile iletişim araçlarının kullanılması konusunda da genellikle kamu hukuki yayınlarının pek çok etütleri var. Gittikçe göçmen arka planı olanların genişçe tanımlanması göz önünde bulunduruluyor, örneğin ARD/ZDF-Medya Komisyonu'nun »Göçmenler ve Medya 2007« adlı araştırması.

Dar anlamda Sanat ve Kültür konularında – göçmen kökenli insanların kültürel eğitimi, kültürel tercihleri ve alışkanlıkları – ayrı ayrı araştırıldı. Örneğin bu konuda daha önce teker teker Kuruluşların yada bölgelerin anketleri, KRV'de Ren Bölgeleri gibi, yada Türk kökenli göçmenler gibi belirli gruplar hakkında anketler vardı.

Proje'nin birinci evre sonucu »İnterkültür Veri Manzaraları«nin daha bir çok konuda araştırılmadığıdır. Genişletilmiş tanımlamaya göre göçmen arka planı olan insanların kültürel tercihleri ve alışkanlıkları hakkındaki nicel açıklamalar şu anda ne KRV için nede teker teker şehirler için yapılabilir, bu yüzden bu konuların dahada araştırılmasına gereksinim var.

Dortmund'da temsili Pilot Proje

Anket'in hemen akabinde başka araştırma projelerine ve Dortmund'daki Pilot İnceleme'nin yanı sıra bir pilot şehir projesi »Yerel Eylem Konsepti İnterkültür«e başlanmıştır. Böylece ilk kez bu araştırma vasıtası ile göçmen kökenli ve göçmen arka planı olmayan insanların kültürel öncelikleri ve alışkanlıkları

1 Mikrozensus Almanya çapında yapılmış yüzde birlik temsili bir nümune alınmasıdır.

ları sistematik bir anket ile incelenmiştir. Mayıs 2007'nin sonuna kadar daha çok kullanılan yabancı dillerinden Türkçe ve Rusça olarak 1.000 tane telefon mülakatı 16 yaşından büyük Dortmundluyla yapılmıştır. Sonuçlar 2007 sonbaharından itibaren hazır olacak.

Göçmen arka planı olan insanların Yaşam Dünyaları ve Ortamları

Eyalet Bilgişlem ve İstatistik Dairesi KRV ayrıca Devlet Ofisi adına Sinus Sociovision GmbH'nin »Göçmen arka planı olan insanların Yaşam Dünyaları ve Ortamları« adlı nitel Multi-Client-Araştırması'na katılmıştır. Bu araştırma aynı yaşam görüşüne ve yaşam tarzına sahip insanları »Ortamlar'a« ayırarak tanımlamıştır. Analiz'de sorgulananların dünyaya bakış açılarının ve yaşam standartlarının yanı sıra sanat ve kültür hakkındaki görüşleri de nazarı dikkate alınmıştır. Araştırma'nın önemli sonuçlarından biri Almanya'da yaşayan göçmen arka planı olan insanların sosyo kültürel homojen bir halk topluluğu olmadıklarıdır. Tersine çeşitli ve farklı çevre manzaraları kendini ortaya koyuyor. Toplam olarak her defasında farklı yaşam görüşü ve yaşam tarzlarına sahip olan sekiz Göçmen-Ortamı açığa çıkarılmıştır. Ayrıca Göçmen-Ortamları'nın farklılıkları etnik köken ve sosyal durumundan ziyade daha çok değerler, yaşam tarzları ve estetik tutkularından kaynaklanıyor. Buna ispat olarak farklı kültürel kökenlerden gelen göçmenlerin ortak dünya yaşamlarının örneklerinin bulunması gösterilebilir. Başka bir deyimle: Aynı çevrelerin farklı göçmen arka planı olan insanları bir birine başka ortamlardan gelen »Hemşeri«lerden daha fazla bağlıdır. Bu yüzden köken kültüründen ortam ve aynı şekilde ortamlardan köken kültürü oluşmaz. Etnik aidiyet, din ve göçmenlik tarihi gibi faktörler günlük yaşam kültürünü etkilerler fakat ortamların oluşmasını etkilemez ve kimlik geliştirmezler.²

Yerleşik – Dini Çevre

- temel olarak ailenin korunması ve aile birliğinin devamını görev olarak bilen arkaik, ataerkil etkileşimlerden oluşan dünya görüşleri
- Dini esaslara dayanan yönelimler, dar sosyal kontrol mekanizmasının varlığıyla itinalı dini yaşam
- Hayal kırıklığı ve göç yaşamı sürecindeki zor şartlar ve hayata küskünlükten kaynaklanan kimi zaman ilerleyen yaşlarda da ortaya çıkan dine kaçış

2 Sinus Sociovision GmbH'dan Ortamların tanımlanması grafiği ve metin

- Anti-Bireycilik: Aile, Cemaat, Milliyet bireycilik'ten daha önemli; liberal batı yaşam tarzına karşı anlayış gösterememezlik; cömertlik, tüketim materyalizmi, kısa süreli modaya uygunluklar ve »Saygısızlık«
- saygın koşullarda, rahat, maddi anlamda sağlama alınmış bir yaşam isteği; memlekete geri dönüş hayalinden vazgeçilmemekte.
- esas itibari ile bu çevrelerde kültürel değerlere büyük önem verilir; bunun yanında halk kültürüne yerleşme ve menşе ülkesinin dini geleneklerine bağlılık güçlüdür.
- Öneli motiflerden birisi de kendi kültürel kimliğini korumak, memleket ile canlı bağlar kurmak, kültürel ve dini gelenekleri gelecek nesillere taşıma istemidir.
- Dil bariyerinden dolayı yeni yaşanan ülkenin kültürel etkinliklerine az derecede ilgi var; bazende değer yargılarından/yaşam tarzlarından kaynaklanan bariyerler yüzünden Almanya'daki (çağdaş) kültürel sunuları reddetmek

Geleneksel Yabancı İşçi Ortamları

- yüksek derecede maddi güvenceli yaşama hedefi: güvenli çalışma yeri, yaşlılıkta sosyal güvence – ama »Alman« usulü kendini sağlama alma düşüncesi değil (kendini sosyal asalaklardan ve çalışma iteği olmayanlardan sınırlama); buna rağmen mali gelecek ve emekli maaşı korkularından dolayı endişeler
- Yaptığı işle kendini tanımlama, geleneksel iş ahlakı (görev ve sorumluluk duygusuna dahip, disiplinli ve çalışkanlık)
- Klasik proleter değerler: Yardımsever/Dayanışmacı, Sıcak Kalplilik, Mütevazilik, sosyal kabul görülme hem özel hem de iş dünyasında önemlidir.
- Otoriter, temel mevki, hiyerarşik yapılanmayı tercih, geleneksel aile değerleri ve ahlak; daha ziyade çok az dini bağlılık (din »özel bir şey« ve geleneklerin bir parçası)
- Sosyal durumun pragmatik – açık görüşlülüğü, temel görüş olarak tasarrufluluk
- Sanat'a ve yüksek kültüre az ilgi, yerleşmiş Alman kültürül yaşamına eşik korkularından dolayı giriş yok; Alman kültürel sunuları, popüler olsalar dahi yabancı olarak görülmekte ve »soğuk« algılanmakta
- Anavatan kültürüne göre yerini belirleme, geleneksel halk kültürü (müzik, dans, yemek kültürü)
- Yönlendirilmiş Statü Çevresi
- Mesleki ve sosyal yükseliş, başarı ve maddi refah temel yaşam hedefleridirler

- İş hayatında yüksek hizmet ve hazır olma hem de kalitesini arttırmaya hazırlık ve eğitim; Kadınlar daha çok ev kadını olma rollerinden hoşnutsuz, »kendi parası«nı kazanma isteği
- Ana amaçlar bir tarafta para ve tüketim imkanları ve diğer tarafta yaşanan toplumda kabullenilmek tir, önemli olan itibar ve prestijse sefa sürmek ve ulaşılmış statüyü dışarıya gösterebilmek
- eğlendiren ve kafa dinlendirebilen sanata ve kültüre göre tüketim tutumları; popüler ve geleneksel anavatan dan gelen kültürel sunular tercih ediliyor
- tiyatro, müze, sergi ziyaretleri eğilimden ziyade gösteriş amaçlı – nitekim bu çevrelere ait olanlar eğitimsiz olarak tanımlanmak istemiyorlar, daha çok ait olmak ve müşterek konuşmak istiyorlar
- kültürel eğitim bilhassa çocuklar için mesleki ve sosyal başarının önemli bir şartı olarak görülüyor ve bu konuda erken yaşlarda yeterli destekleme tasarıları yapılıyor (kurslar, dernekler, yardımcı ders)

Kökünden sökülmüş Mülteci Çevreleri

- genelde iç savaş yaşamış travma şoku tecrübelerinden sonra asıl istenilen kendi ailesinin kurtuluşunu sağlama almak (iş, ev, kazanç)
- Dünyalar ve Kültürler arasında yaşam, göç edilen ülkede yön bulma sorunları; genellikle rizikolu yaşam durumları ve buna bağlı olarak küçük düşürülmüş ve marjinalleşmiş duygular
- Motivasyonsuzluk ve yetersiz fırsat ve yaratıcılık imkanları; -kısmen anlamı boşaltılmış- geleneklere bağlılık (aile namusu, din, milli gurur); katı konvansiyonalizm, otoriter rol beklentileri
- Kendini diğer etnik ve kenar gruplarından agresif sınırlama, yeni yaşanan toplumun kaide ve kurallarına intibak etmeyi ve entegrasyonu reddetme
- göze çarpan »sahip olmak-materyalizmi«: yedek değerler olarak para ve pahalı tüketim eşyaları
- genelde yerleşmiş kültür sunularına ilgi hiç yok; özellikle ilgisi olunmayan yüksek kültür onlar için yabancı bir dünya dır; buna karşın popüler kültür alanlarından gelen her türlü eğlendirici sunuya ilgi büyük: yoğun televizyon seyredilmesi, müzik medyasının izlenmesi, spor etkinliklerinin ziyareti, pop konserleri, disko ve sinemalar
- bu çevrelerde yaşayanların çoğu sadece geçici/muvvakat bir şekilde Almanya’ da yaşadıklarını düşünüyorlar, o yüzden Alman kültürüne ciddi bir katılım reddedilmekte ve entegrasyon yardımları gibi sunuları kabul etmemekte dirler

Entellektüel-kosmopolit Çevre

- postmateryel istekler: kişiliğin geliştirilmesi, kendini gerçekleştirme, insanlararası sıkı ilişkiler, kamu ve kültürel yaşama iştirak etme
- çekici ve tolumsal kabul gören tatmin edici, kendi kendine tayin edilmiş işin yaşam planlamasında büyük önemi var; geleceğe umutlu bakış, çok yönlü gelecek planları
- sosyal adalet için angajmanlı katılım; politik ve ekonomik gelişmeleri dikkatlice takip, kısmen aktif toplumsal angajman
- şekillendirici anlayış olarak hoşgörü ve açıklık, tabiat olarak dünya vatan-daşı daha doğrusu »Avrupalı«, yabancı kültürlerle büyük ilgi
- bu çevredeki insanlar genelde kültürlerarasında bilinçli bir şekilde ara bulucu rolü oynarlar ve kültürel alışveriş konularında açıktırlar (bütün etnik ve sanatsal yönlerde)
- çok yönlü kültürel ilgi – sanat ve yaratıcılığın bütün tarzları ilgi çekicidir: (çağdaş) ressamlık, edebiyat, film, dans, plastik, küçük sanat, fotoğraf ve video sanatı; kültür eğlendiriyor, bu bağlamdaki sunulardan sık sık ve seve seve istifade ediliyor

Adapte ve Entegrasyon Çevresi

- statükocu hedef ve emniyet emeli; düzenli, uyumlu koşullarda güzel yaşama isteği, toplumun ortasına yerleşim istekleri
- pragmatik temel tutum, realist hedefler »akıllı« tüketim davranışları, başarı ve mesleği geliştirme eğitime açıklık
- Yaşam prensibi olarak memnuniyet; esas itibarı ile kendini uydurma ve katmağa eğilim
- Aile ve çocukların yeri çok önemli, aile yaşamın odak noktası ve yaşamın anlamıdır; beraberce özel yaşam (arkadaş ortamı)
- Yaşam kalitesine özlem, konfor ve haz (güzel ev, araba, tatil, dinlenme, konut sahipliği)
- Esas itibarı ile bu çevre Alman çoğunluk kültürüne adapte olmaya yönelmiştir, hızlı bir şekilde dil öğrenmeye çalışıyor ve Almanya'daki toplumsal yaşamla birleşmeye çalışıyor
- Sanat ve kültüre karşı geniş görüşlü, dogmatik olmayan tutumlar – göze çarpmayan temasal ve tarzsal ağırlık noktaları (geleneksel ve modern, Alman ve memleketsel kültür, iddialı ve değersiz)
- Büyük kültürel merak; çaba, başka yaşam tarzlarını ve kültürleri tanımak; interkültürel olay ve etkinliklere büyük ilgi

Performanslı çok kültürlü Çevre

- Temel amaç olarak (meslek ve özel) hayatta gelişmek ve kendini gerçekleştirmek, düşüncelerini gerçekleştirme, geçimini inşa etmek (kendine ait bir iş yerinden hayal)
- Önemli dercede fleksibilite ve hareket hazırlığı, sözünü geçirme kabiliyeti ve tuttuğunu koparabilmek
- Maddi başarı ile keyif dolu yaşam arasında bir ülkü bağlantısı, sorumluluk, zevk, meslek, özel yaşam gibi geleneksel çelişkilerin kaldırılması
- Kültürel açıklık ve toleranslı dünya görüşü, yeniliklere açık olma; çok kültürlü bir toplumun bir parçası olma anlayışı, göçmen kökenli olmayı ve çok dilliliği zenginlik olarak görme
- Modaya uyum şuurunu, genç elite aidiyetlik; yenilikçi ve teknik tutkunluğu
- Mültimedyal çağın çocukları olan bu çevrelerdeki insanlar yabancı ve yerli medya ve kültür sunularını hakim bir şekilde kullanıyorlar; eğitsel sosyetik ve entellektüel hedefleri yok ve keyif prensiplerine göre klasikten popa kadar herşeyi tüketiyorlar
- Çekinceler yerleşmiş kültür faaliyetlerine karşı mevcuttur (Opera, Müzeler) ve etnilerden oluşan memleket ve kültür derneklerinin sunularına karşı çekinceli dirler; sosyal ve kültürel yaşam tamamen özel organize edilir

Zevkçi-altkültür Çevre

- Bir tafafta refahlı bir yaşam hayali: hızlı para yapma, lüks, prestij, diğer tarafta geri çekilme ve inatçı haksızlığa uğrayan kimse mantalitesi
- Çoğul topluma sınır ve ayrıca giyim kuşamlarında topluma uyumsuzluk, tavır ve davranışlarında, dilde, otoritelerle çatışma
- mekanı belli olmayan zaman geçirmeye yoğunlaşma, para ile kontrolsüz ilişki, bilinen mali sorunlar; genelde perspektifsizlik ve pasiflik («Sıfır Keyifsizlik»), güvensizlik ve gelecekte korkular
- serüvenciliğe, değişikliğe ve keyif sürmeye güçlü istek; gırgır ve şamata, «eğlenmek», yaşamsal düş kırıklığından uyuşturucu ve şiddete kaçış
- »emsal gruplar«a geri çekilme, şebekeler ve aynı düşünceyi paylaşan kişiler, alt kültürde kendi kurallarına göre yaşam
- yüksek eğlenme faktörü ve kendini ortada telefuz edebilmek ve dinlenmeyi sağlamak için önemli olan pop ve gençlik kültüründeki yaratıcılık (örnek olarak Gangsta-Rap, duvar yazısı, brek dans, deneysel tiyatro, house ve hip-hop-partileri)
- ama kültür ve medya sunularının kullanımı çoğu defa pasif, tamamıyla keyif ve şenliğe bağlıdır; bunun yanında oyalama ihtiyacı, uyarım, avuntuyu yada korkudan oluşmuş değişiklik ve eğlence ilk sırada gelir

- kültürel kimliklerindeki kararsızlık ve eksikliklerden dolayı ayrıca (büyük bölümü kayb olan) köken kültürüne hasret ve geleneksel etnik törenlere ve etkinliklere istek oluşuyor.

Genel bakış

İkinci bir adım olarak ortamları temsili verilere göre tanımlamak ve bunların büyüklüğünü ve yapısını saptamak için Sinus-Modeli'nin bir ölçüsünün alınması planlanmıştır. Birinci pilot bölge Dortmund'da göçmen arka planı olan ve olmayan insanların kültür sunularından yararlanmaları için yapılan temsili araştırma sonuçları 2007 sonbaharında hazır olacak. Bilim ve Pratik Transferi'ni daha doğru teminat altına almak için bu iki araştırmanın sonuçları »Veriler, Olgular, Yaşam Dünyaları« adı altında yeni bir bölüm olarak »Sanat – ve Kültür Yönetimi'nin profesyonelleşmesi« (bu konuda da fazla bilgi için U. Harting/J. Lange'nin makalesine bak) programının içine alınacaklar.

»Veriler, Olgular, Yaşam Dünyaları« anketi ve Sinus-Çevreleri hakkında İnternet'te daha geniş bilgi için: www.nrw-kulturen.de

