

Rainer Geißler, Horst Pöttker

Bilanz

1 Zum Forschungsstand im Allgemeinen

Beim Beginn unserer bibliographischen Bestandsaufnahme hatten wir nicht damit gerechnet, dass wir mehr als 1.000 Titel, darunter 90 Bücher, ausfindig machen würden, die sich mit der Rolle der Massenmedien bei der Integration von ethnischen Minderheiten in Deutschland auseinandersetzen. Aber diese hohe Zahl der Publikationen ist kein gültiger Indikator für die tatsächlichen wissenschaftlichen Aktivitäten und für die Quantität, und erst recht nicht für die Qualität der wissenschaftlich fundierten Kenntnisse zum Problem der medialen Integration von Migranten. Viele Artikel sind auf mehr oder weniger wichtige punktuelle Details des komplexen Problemfeldes beschränkt. Vieles ist bloße Impression und Vermutung, beruht nicht auf systematischer Analyse, hat kein solides empirisches Fundament, ist nicht verallgemeinerbar, entbehrt einer klaren begrifflich-theoretischen Einbettung und/oder eines expliziten, durchdachten normativen Bezugsrahmens. Die dennoch zahlreichen genuine wissenschaftlichen Arbeiten mit z.T. interessanten Ergebnissen sind nur selten aufeinander bezogen, sie bleiben meist „vereinzelt“, (Zwischen-)Bilanzen haben Seltenheitswert.

Medieninhalte. Am weitaus besten erforscht ist noch die Darstellung der ethnischen Minderheiten in den deutschen Mainstream-Medien. Medieninhalte sind relativ leicht zugänglich, Inhaltsanalysen erfordern einen geringeren Aufwand als Kommunikator-, Nutzungs- oder Wirkungsanalysen. Die Inhaltsanalytiker konzentrieren sich allerdings stark auf die Präsentation der ethnischen Minderheiten in den Printmedien. Zu den Fernsehinhalten liegen – vermutlich ebenfalls aus forschungspragmatischen Gründen – nur wenige Untersuchungen vor, zu den Radioinhalten gar keine. Auch bei der Auswahl der Inhaltsbereiche wird in hohem Maße selektiv vorgegangen: analysiert wird fast ausschließlich der Bereich Politik/Information; Unterhaltung, Fiction, Feuilleton, Werbung oder Sport bleiben – anders als bei entsprechenden nordamerikanischen Analysen – weitgehend ausgeblendet. Zudem fehlen Trendanalysen; mögliche Ver-

änderungen bei der medialen Darstellung der ethnischen Minderheiten im Zuge der Entwicklung Deutschlands vom Gastarbeiterland zum Einwanderungsland sind empirisch nicht belegt.

Wirkungen. Zur komplizierten Frage nach der Wirkung der „Ausländerberichterstattung“ existieren nur einige wenige Einzelstudien. Sie beschränken sich auf drei miteinander verknüpfte, zwar sehr begrenzte, aber ausgesprochen relevante Problemfelder: auf Wirkungen, die von den Berichten über kriminelle Ausländer, über politisch gewalttätige Kurden und über Ausländer als Opfer fremdenfeindlicher Gewalt ausgehen. Darüber hinaus lassen sich aus den allgemeinen Erkenntnissen der empirisch-theoretischen Wirkungsforschung einige Annahmen über mögliche Wirkungen ableiten, die mehr als reine Spekulation sind und den Charakter von „wissenschaftlich informierten Vermutungen“ haben.

Kommunikatoren. Eine Kommunikatorforschung zur medialen Integration existiert in Deutschland bisher so gut wie nicht. In den USA und in Kanada gehören Daten zur „ethnic diversity“ bei der Produktion der Mainstream-Medien zum Standardrepertoire statistischer Erhebungen, weil die Beteiligung der ethnischen Minderheiten an Journalismus und Medienmanagement als zentrales Element medialer Integration angesehen wird. Die ethnische Diversität in der deutschen Medienproduktion ist dagegen weitgehend unbekannt, und auch die Einstellungen der deutschen Medienmacher zur medialen Integration gehören zum Dunkelfeld der deutschen Massenkommunikationsforschung.

Ethnomedien. Die Ethnomedien haben sich im Zuge der technologischen Medienumbrüche in den beiden letzten Jahrzehnten zu immer stärkeren Konkurrenten der deutschen Mainstream-Medien entwickelt. Die Aufmerksamkeit der Forschung hat sich allerdings bisher nahezu ausschließlich auf das türkische Segment gerichtet. Zur Entwicklung der türkischen Ethnomedien liegen viele Einzelstudien vor, so dass sich deren vorwiegend technologisch bedingte Dynamik – gegliedert in sechs Phasen von ihren Anfängen in den 60er Jahren bis hin zum heutigen Internet – gut nachzeichnen lässt. Inhaltsanalytische Untersuchungen konzentrieren sich – ähnlich wie bei den deutschen Medien – auf die türkische Presse; zum türkischen Fernsehen – dem mit Abstand meist genutzten Medium der türkischen Minderheit – liegen nur wenige und auch wenig ergiebige Erkenntnisse vor. Auch die Mediennutzung der türkischen Minderheit ist seit den 90er Jahren differenzierter erfasst als die der anderen ethnischen Gruppen. Allerdings haben methodische Unterschiede wichtiger Studien – insbesondere die unterschiedliche Messung der Nutzungsintensität –

widersprüchliche Forschungsergebnisse und Schlussfolgerungen produziert. Es hat durchaus Sinn, die Ethnomedien der mit Abstand größten Minderheit intensiv zu studieren – zumal beim Miteinander von Türken und Deutschen auch besondere Integrationsprobleme sichtbar werden. Dennoch stellt der Sachverhalt, dass die Ethnomedien und die ethnischen Öffentlichkeiten anderer wichtiger Minderheiten – der Italiener, Griechen, Spanier, Serben, Kroaten, Polen oder Russen – so gut wie gar nicht untersucht sind, ein ausgesprochen schmerzliches Forschungsdefizit dar. In jüngster Zeit zeichnet sich ein gewisses Interesse an der Analyse von russischen Ethnomedien ab.

2 Zum Zustand der medialen Integration

Was lässt sich nun aus den vorliegenden, sehr lückenhaften Forschungsergebnissen für den Zustand der medialen Integration – oder genauer: der interkulturellen medialen Integration der ethnischen Minderheiten ableiten?

Dominanz der Negativbilder in deutschen Medien. Die Inhaltsanalysen zur Darstellung der Migranten in den deutschen Medien lassen folgende Schlüsse zu: Migranten und ihre Anliegen und Probleme werden tendenziell selten erwähnt und dabei häufig in negativen Zusammenhängen dargestellt – z.B. als Bedrohung der öffentlichen Sicherheit durch Kriminalität oder als Belastung für das soziale Netz oder für die öffentlichen Haushalte. Es dominieren Negativbilder, zu kurz kommt eine Präsentation gemäß dem Leitbild der „aktiven Akzeptanz“, die neben den Problemen auch positive Aspekte der Migration angemessen verdeutlicht; so mangelt es an einer angemessenen Berichterstattung zum Aufeinander-Angewiesensein von Mehrheit und Minderheiten, zu den wichtigen ökonomischen und demographischen Funktionen der Migranten, zur notwendigen interkulturellen Integration über gleiche Chancen und über Toleranz gegenüber legitimen „nicht-deutschen“ kulturellen Besonderheiten. Ob die offizielle Anerkennung Deutschlands als Einwanderungsland modernen Typs seit der Jahrtausendwende ihre Spuren im öffentlichen Mediendiskurs hinterlassen hat – was eigentlich zu erwarten wäre –, ist bisher nicht überprüft worden. Ungeklärt ist auch die Frage, ob die Dominanz der Negativbilder, die für den Sektor Politik und Information belegt ist, auch die Sektoren Unterhaltung, Fiction, Feuilleton, Werbung oder Sport auszeichnet. Gewisse Zweifel an der Übertragbarkeit der Ergebnisse auf alle Sektoren sind angebracht.

Verbesserung der medialen Darstellung durch ethnische Diversität in der Medienproduktion? Über die Ursachen der Negativbilder gibt es einige pauschale Vermutungen, aber keine systematischen Analysen. Die Erfahrungen mit dem Diskriminierungsverbot im deutschen Presssekodex legen den Schluss nahe, dass eine Präzisierung der Antidiskriminierungsregeln keine Erfolg versprechende Strategie für eine positivere Präsentation sein dürfte. Positive Effekte sind eher von einer angemessenen Beteiligung der ethnischen Minderheiten an der Medienproduktion zu erwarten, die in Deutschland so gut wie unerforscht ist. Ethnische Vielfalt im Journalismus und im Medienmanagement ist nicht nur ein wichtiges Gebot der Chancengleichheit, sondern unsere vorläufigen Einblicke in die Erfahrungen in den USA und in Kanada legen die Vermutung nahe, dass dadurch auch die Darstellung der ethnischen Minderheiten in den deutschen Medien verbessert werden kann. Die „ethnic diversity“ in den Mainstream-Medien wird in der nordamerikanischen Massenkommunikationsforschung als wichtige, wenn auch nicht als hinreichende Bedingung für mediale Integration angesehen.

Belegte und vermutete Medienwirkungen. Die wenigen Einzelstudien zu den Medienwirkungen belegen den Einfluss medialer Botschaften auf Vorurteile, Einstellungen und Verhalten gegenüber ethnischen Minderheiten. Medienberichte über fremdenfeindliche Aktionen und über gewalttätige Kurden leisten nachweislich einen Beitrag zu Eskalation fremdenfeindlicher Gewalt. Und auch die allgemeinen Erkenntnisse der Medienwirkungsforschung legen die Annahme nahe, dass das Wissen und die Urteile über ethnische Minderheiten sowie die Interaktions- und Handlungsmuster ihnen gegenüber durch die Medienberichterstattung mit beeinflusst werden.

Orientierungshilfen durch deutsche Medien bei der Integration. Da Ethnomedien die Vorgänge in Deutschland nur sehr unzureichend widerspiegeln können, ist die Nutzung der deutschen Medien eine wichtige Voraussetzung für die ethnischen Minderheiten, um das Geschehen in Deutschland und dessen Hintergründe zu verstehen, und dadurch angemessen am gesellschaftlichen, ökonomischen, politischen und kulturellen Leben Deutschlands teilzunehmen. Die deutschen Medien bieten den ethnischen Minderheiten wichtige Orientierungshilfen für eine erfolgreiche Integration an. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob das mediale Negativbild die ethnischen Minderheiten von der Nutzung deutscher Medien abschreckt. Leider gibt es auf diese Frage bisher keine empirisch abgesicherte Antwort.

Facetten der Ethnomedien. Mit den technologischen Medioumbrüchen seit gut zwei Jahrzehnten – Videotechnik, Kabel- und Satellitenfernsehen, Einsatz von Computertechnik bei der Presseproduktion, Digitalisierung, Internet – schlägt die Stunde der Ethnomedien. Genuine Ethnomedien, die von den Migranten, ihren Kindern oder Enkeln in der Einwanderungsgesellschaft selbst hergestellt werden, sind in Deutschland – völlig anders als in Nordamerika, wo sie marktbeherrschend sind – weitgehend Ausnahmeerscheinungen mit häufig ephemeren Charakter geblieben. Der deutsche Ethnomedienmarkt wird von den Auslandsmedien und deren Hybridformen (spezielle Programme, Sendungen oder Beilagen für die Minderheiten in Europa oder Deutschland) dominiert. Dass genuine Ethnomedien nicht notwendigerweise zum Scheitern verurteilt sind, lässt sich bei der russischen Medienkultur beobachten, wo in Deutschland produzierte Zeitungen Fuß fassen konnten. Die Hybridformen der deutschen Medien – ihre speziellen Programme, Sendungen oder Beilagen früher für „Gastarbeiter“, später für „Ausländer“ – sind ins Abseits geraten, weil sie angesichts der zunehmenden ethnischen Vielfalt und der zunehmenden sozialstrukturellen Differenzierung der Minderheiten mehr und mehr überfordert wurden; sie konnten den immer vielschichtigeren kommunikativen Bedürfnissen immer weniger gerecht werden. Die wesentliche „Brücke zur Heimat“ bilden für die Migranten seit den 80er Jahren die Ethnomedien.

Türkische Ethnomedien – eher segregativ als integrativ. Unsere Kenntnisse über die Entwicklung der Ethnomedien mit deren Auswirkungen auf die Integration sind fast ausnahmslos auf die türkische Medienkultur beschränkt. Die wenigen Inhaltsanalysen zu den türkischen Ethnomedien fördern eher Segregatives als Integratives zutage: Die türkischen Medien berichten sehr nationalistisch und türkeizentriert. Über Deutschland und die Situation der Türken in Deutschland wird nur sehr wenig mitgeteilt, und im fragmentarischen Bild von Deutschland und den Deutschen herrschen negative Züge vor. In zwei religiös orientierten Zeitungen und einem islamistischen Fernsehkanal sind die Informationen über Deutschland von starken anti-deutschen Ressentiments, teilweise kombiniert mit antisemitischen Ausfällen, durchsetzt. Offensichtlich ist die Präsentation der Deutschen in den türkischen Medien noch hinderlicher für die Integration als die Präsentation der Türken in den deutschen Medien. Die groben und z.T. auch widersprüchlichen Ergebnisse der Nutzungsanalysen lassen nur wenig Aufschluss über das Wirkungspotential derartiger Inhalte zu, zumal sich die inhaltsanalytischen Befunde überwiegend auf

den Informationssektor beziehen, während das türkische Publikum ausgesprochen unterhaltungsorientiert ist.

Offene Fragen zur Rolle anderer Ethnomedien. Völlig unerforscht ist die Frage, ob die Ethnomedien anderer Minderheiten eine ähnliche, tendenziell eher segregative Rolle spielen wie die türkischen. Wir wissen, dass Griechen, Italiener und Ex-Jugoslawen die deutschsprachigen Medien häufiger und die Ethnomedien seltener benutzen als Türken. Nachdenklich muss allerdings der Befund stimmen, dass bei allen vier Minderheiten die häufige Rezeption deutscher Radio- und Fernsehprogramme zwischen 1995 und 2000 zurückgegangen ist.

Ambivalente Auswirkungen der technologischen Medienumbrüche. Die technologischen Medienumbrüche seit den 1980er Jahren haben die Möglichkeiten, Ethnomedien aus den Herkunftsländern (Auslandsmedien) in Deutschland zu nutzen, enorm erweitert. Nach unseren bisherigen spärlichen, im Wesentlichen auf die türkische Medienkultur beschränkten Erkenntnissen, sind die Auswirkungen auf die mediale Integration offensichtlich ambivalent: Auf der einen Seite erleichtern sie den Zuwanderern den interkulturellen Übergang in die Aufnahmegesellschaft, indem sie ihnen die für viele unentbehrliche Brücke zu ihrer Herkunftskultur anbieten; auf der anderen Seite hemmen die segregativen Tendenzen ihrer Inhalte die Bereitschaft zur interkulturellen Eingliederung in die deutsche Gesellschaft.

Eine doppelte Herausforderung an die deutschen Medien. Angesichts der zahlenmäßig zunehmenden ethnischen Minderheiten und des damit zusammenhängenden ethnopluralen Mediensystems stehen die deutschen Medien vor einer doppelten Herausforderung: Zum einen stellt sich ihnen die Aufgabe, gegenüber ihrem deutschen Publikum einen Beitrag zur „aktiven Akzeptanz“ der Migranten zu leisten; zum anderen ist es wichtig, einen möglichst großen Teil der bleibewilligen Zuwanderer als Rezipienten zu gewinnen, um diese bei der interkulturellen Integration und bei der Wahrnehmung von Chancen in der deutschen Gesellschaft zu unterstützen.