

Die Party geht weiter!

Migration im Jugendmagazin »Das biber mit scharf.

Magazin für neue Österreicher«

Viktorija Ratković

In diesem Beitrag wird der Frage nachgegangen, inwiefern in Medien, die von Migrant_innen produziert werden, eine »migrantische« Kultur dargestellt wird. Exemplarisch wird dabei eine Ausgabe des Wiener Jugendmagazins »Das biber« herangezogen, welches sich vor allem dadurch kennzeichnet, dass hier nicht eine einzelne, ethnisch abgegrenzte Gruppe von Menschen angesprochen wird. Vielmehr wird von der Redaktion der Versuch unternommen, »direkt aus den multiethnischen Communitys [zu berichten]« (Mediadaten 2013). Zentral bei der Betrachtung von »Das biber« sind außerdem die Unterschiede zu den meist negativen Darstellungen von Migration in Mainstreammedien. Das Argument, das hier ausgeführt wird, lautet, dass in »Das biber« vielfältige und zumeist positiv konnotierte Artikulationen von Migration und Kultur zu finden sind.

1. KULTUR UND ARTIKULATION

Der fast automatische Fokus auf »Kultur« bei der Diskussion von Migration ist nicht nur in der Migrationsforschung oder in Alltagsdiskursen um Migration zu finden. Vielmehr hat »Kultur« eine beeindruckende Karriere in wissenschaftlichen Diskursen hinter sich, die mit dem Begriff des »Cultural Turn« zusammengefasst werden kann. Mit diesem wird auszudrücken versucht, dass die Beschäftigung mit kulturellen Phänomenen heute auch in ursprünglich den Kulturwissenschaften fern stehenden Disziplinen immer zentraler wird (vgl. Bachmann-Medick 2009). Gleichzeitig sind die Diskussionen darüber, was »Kultur« bedeutet, vielfältig und komplex. In diesem Beitrag wird Kultur in der Tradition der Cultural Studies als ein Feld angesehen, in dem Macht produziert und in dem um Macht gerungen wird, »wobei Macht nicht not-

wendigerweise als Form der Herrschaft verstanden wird, sondern immer als ungleiches Verhältnis von Kräften im Interesse bestimmter Fraktionen der Bevölkerung« (Grossberg 1999: 48). Als eines der zentralen Merkmale von Kultur wird hier angesehen, dass Kultur ein Prozess sozialer Ungleichheit ist und folglich keineswegs »stabil, homogen und festgefügt, sondern durch Offenheit, Widersprüche, Aushandlung, Konflikt, Innovation und Widerstand gekennzeichnet« (Hörnig/Winter 1999: 9) ist.

Zentral bei der Beschäftigung mit Kultur ist der Kontext, d.h. die Cultural Studies reduzieren Realität nicht auf Kultur. Es wird vielmehr davon ausgegangen, dass Kultur nicht alleine durch kulturelle Ausdrücke erklärt werden kann, sondern nur in Beziehung zu allem, was nicht Kultur ist. Erst die komplexen und vielfältigen Interaktionen zwischen verschiedenen Instanzen (Kunstwerken, Texten, Institutionen etc.) machen in einem spezifischen Kontext Kultur aus (ebd.). Folglich sind es diese Beziehungen oder Verknüpfungen, die bei der Beschäftigung mit Kultur zentral sind. In den Cultural Studies werden diese Beziehungen als Artikulationen bezeichnet, die unter bestimmten Umständen aus zwei verschiedenen Elementen eine Einheit herstellen können. Diese Verbindung ist allerdings »nicht für alle Zeiten notwendig, determiniert, absolut oder wesentlich« (Hall 2000: 65) und gleichzeitig durchaus real, auch weil sie reale Auswirkungen hat (vgl. Grossberg 1999: 64f.).

Artikulation verfügt weiterhin über eine zweite Bedeutung, d.h. unter diesem Begriff wird auch Sprechen/zum Ausdruck bringen verstanden. Ein Ort, in dem Artikulationen in beiden Bedeutungen analysiert werden können, sind Medien. Diese bilden zum einen soziale »Alltagspraktiken, die Kulturen schaffen und soziale Wirklichkeiten hervorbringen« (Hörnig/Winter 1999: 9) ab, zum anderen ist die Realität, die wir wahrnehmen, zumeist eine medial vermittelte. In diesem Beitrag wird der Frage nachgegangen, welche Artikulationen zu den Themenbereichen Kultur und Migration im Jugendmagazin »Das biber« zu finden sind.

2. ANALYSE: »DAS BIBER«

»Das biber mit scharf. Magazin für neue Österreicher« wurde 2007 gegründet und erscheint seitdem regelmäßig (d.h. annähernd jeden Monat). Herausgeberin ist die Wiener BIBER Verlagsgesellschaft mbH, Chefredakteur ist Simon Kravagna, der zusammen mit Wilfried Wiesinger auch als Geschäftsführer tätig ist. Die Auflage von 65.000 Stück wird in Wien verteilt, auf Wunsch gratis zugestellt, liegt österreichweit in 180 McDonald's und in 133 Filialen der Bäckerei Anker aus. Die Aufstellung der Mediadata 2013, die sich wohl primär an Wirtschaftsunternehmen richtet und diese animieren soll, in »Das biber« Anzeigen zu schalten, enthält auch eine Selbstbeschreibung des Magazins. »Das

biber« wird dort als »intelligent, kritisch und stylish, aber vor allem einzigartig im deutschsprachigen Raum« beschrieben, zudem steht »[t]hematisieren statt tabuisieren [...] bei der Redaktion an oberster Stelle«. »Das biber« »reflektiert das Lebensgefühl einer neuen Generation, schwingt dabei aber nicht die moralische Integrationskeule!« Als Zielgruppe werden die »Neuen Österreicher« im Alter von 15 bis 45 Jahren angegeben, den potenziellen Werbekund_innen werden zudem nicht nur Informationen zur Kaufkraft »der Migrant_innen« gegeben (»EUR 20 Mrd.«), sondern auch die Ergebnisse einer Umfrage unter Migrant_innen abgebildet, in denen die bei den befragten beliebtesten Marken im Bereich Lebensmittel-Supermärkte, Handy, Auto und Bekleidung aufgelistet sind (Mediadaten 2013).

Beispielhaft für die Analyse herangezogen werden hier die Berichte aus »Das biber« vom Dezember 2012, die das 5-jährige Bestehen des Magazins thematisieren. Darin wird nicht nur deutlich, welche Themen und Artikel der Magazin-Geschichte von der Redaktion gleichermaßen als Highlights bzw. repräsentativ für die Ausrichtung des Magazins bewertet werden, sondern auch die Macher_innen des Magazins thematisieren explizit ihre eigenen Standpunkte. Nicht zuletzt berichten Leser_innen, was ihnen an »Das biber« besonders gefällt, d.h. deren Sichtweise fließt mit ein.

In Anschluss an Raymond Williams wird hier Kultur auch als »a whole way of life« (vgl. Williams 1961) verstanden, d.h. es soll analysiert werden, was in »Das biber« als für das Leben der Leser_innen relevant angenommen wird. Davon ausgehend, dass ein Magazin als Produkt den Anspruch hat, möglichst viele Leser_innen anzusprechen, kann argumentiert werden, dass die Produzent_innen von »Das biber« die Inhalte einerseits nach eigenen Interessen und Vorstellungen zusammenstellen. Andererseits kann davon ausgegangen werden, dass sie gleichzeitig auch von bestimmten Vorstellungen geleitet werden, was ihre (potenziellen) Leser_innen interessieren könnte bzw. davon, was den Lebensumständen der Leser_innen entspricht. Gleichzeitig finden laufend Auseinandersetzungen mit jenen Zuschreibungen an Migrant_innen statt, die beispielsweise in Mainstreammedien zu finden sind. Mit anderen Worten: Hier werden Diskurse aufgegriffen, die für die Zielgruppe als relevant erscheinen und die Texte und Bilder im analysierten Medium sind als Beitrag als (Re-)Konstruktionen dieser Diskurse anzusehen. Diskurse werden hier als Träger von Wissen verstanden, die Macht ausüben und damit »eine artikulatorische Praxis [darstellen], die soziale Verhältnisse nicht passiv repräsentieren, sondern diese als Fluß [sic!] von sozialen Wissensvorräten durch die Zeit aktiv konstituiert und organisiert« (Jäger 1999: 23).

Die Ausgabe von »Das biber« von Dezember 2012 besteht aus insgesamt 72 Seiten. Der Inhalt ist in sieben Bereiche gegliedert, von denen sechs eine Überschrift tragen (»Politika«, »Rambazamba«, »5 Jahre biber«, »District Check«, »Out of Aut« und »Kolumne«). In diesem Beitrag werden jene Berichte aus

dem Bereich »5 Jahre biber« sowie die Titelseite der Ausgabe, die sich vornehmlich mit dem Jubiläum beschäftigt, einer Analyse unterzogen.

2.1 Migration als Brille

Schon auf der Titelseite ist das 5-jährige Jubiläum des Magazins das bestimmende Thema. Vor dem in Grau gehaltenen Hintergrund leuchten gelb die Worte »5 Jahre biber«, darunter steht in weißer Schrift: »Die Party geht weiter!« Die 5 ist zudem auch größer gehalten als der Titel des Magazins selbst, der in Pink lautet: »biber mit scharf. Magazin für neue Österreicher.« Die Abbildung auf dem Cover zeigt eine junge Frau, die ein mit silbernen Pailletten besticktes Kleid trägt, sie sieht den Leser und die Leserin an, hat einen Arm erhoben, ihre lockigen Haare scheinen im Wind zu wehen. Sie ist schlank, geschminkt und trägt roten Nagellack, sieht also insgesamt wie ein professionelles Model aus. Ob sie über einen »Migrationshintergrund« verfügt oder nicht, wird nicht deutlich. Stammleser_innen von »Das biber« kennen allerdings dessen starke Ausrichtung auf »migrantische« Themen, die auf dem Cover abgebildeten verfügen zudem fast immer über einen »Migrationshintergrund«. Folglich werden in »Das biber« gleichsam automatisch Artikulationen zwischen dem oder der Abgebildeten oder den einzelnen Themen und Migration hergestellt. Mit anderen Worten: So die Leser_innen wissen, dass Migration das bestimmende Thema eines Mediums ist, lesen sie mit großer Wahrscheinlichkeit sämtliche Inhalte in diesem Kontext bzw. gleichsam durch die Brille der Migration. Migrationserfahrungen müssen folglich nicht explizit angesprochen werden, wenn es als selbstverständlich gilt, dass auch diese von der Redaktion durchwegs (mit-)behandelt werden.

Neben dem 5-jährigen Jubiläum werden auf der Titelseite auch vier weitere Themen angegeben, die im Heftinneren behandelt werden. Diese sind im rechten unteren Bildrand angeführt und lauten: »Pumpen in der Nacht«, »Bundes... hin oder He(e)r?«, »Graffiti trifft Moschee« und »Fekter ohne Worte«. Die zwei letzteren Themen und auch der vollständige Name des Magazins sind ebenfalls im Kontext von Migrationserfahrungen zu lesen: So ist die Bezeichnung »Magazin für neue Österreicher« ein Hinweis darauf, dass es sich bei der Zielgruppe nicht um die »Alteingesessenen« handelt, sondern eben um die Neuen. Die Bezeichnung »neue Österreicher« irritiert insofern, als diese im österreichischen Sprachgebrauch als Bezeichnung für Migrant_innen oder jene mit »Migrationshintergrund« nicht gebräuchlich ist. Gleichzeitig ist sie also als politisches Statement zu sehen: Die »Neuen« sind auch Österreicher_innen, aus einer dualistischen Sichtweise heraus könnte argumentiert werden, dass dem »Neuen« grundsätzlich positivere Eigenschaften als dem »alten« zugerechnet wird.

Auch zwei der weiteren Themen lassen sich als in Bezug zu Migration verstehen: Zum einen wird bei »Graffiti trifft Moschee« auf den Islam und damit auf ein heißes Eisen verwiesen. Moscheen haben mittlerweile Berühmtheit in öffentlichen Diskursen erlangt, wobei typischerweise meist vor ihnen gewarnt wird bzw. im Mittelpunkt der Berichterstattung steht, dass sie nicht gebaut werden sollten. Die Kombination zwischen Graffiti – einer urbanen Kunstform – und Moscheen irritiert wiederum. Im dazugehörigen Artikel im Heftinneren geht es um den tunesischen Künstler eL Seed, der damit beauftragt wurde, das Minarett einer Moschee mit einer Koransure zu verschönern. Es geht hier also nicht um die Frage, ob Moscheen gebaut werden sollen oder nicht – und im Weiteren, ob Muslime gefährlich sind oder nicht, ob der Islam zu Österreich passt oder nicht – sondern vielmehr um die Verbindung einer modernen Kunstform mit einer religiösen Einrichtung. Damit wird folglich eine neue Artikulation geschaffen: Religiöse Kultur wird mit urbaner Kultur verbunden.

Zum anderen wird bei »Fekter ohne Worte« auf die derzeitige Finanzministerin Maria Fekter Bezug genommen, die in Österreich lange Zeit auch als Innenministerin tätig war und in dieser Funktion gerade im Bereich der Migration sehr konservative Sichtweisen vertreten hat. Fekter ist zudem als lautstarke Person bekannt, die sich zu vielen Themen äußert und dabei z.T. wenig Feingefühl und Takt beweist. Der Hinweis auf den Artikel im Heftinneren gibt zu verstehen, dass sie diesmal ohne Worte auskommen muss bzw. ihr das Wort nicht gegeben wird. Damit wird sie gleichermaßen ihrer Macht beraubt, sich im Migrationsdiskurs äußern zu dürfen. Im entsprechenden Artikel werden die Machtverhältnisse tatsächlich auf den Kopf gestellt: »Biber fragt in Worten, Finanzministerin Maria Fekter (ÖVP) darf nur in Zahlen antworten«. Damit definiert die Redaktion die Spielregeln, eine der mächtigsten Frauen Österreichs muss sich an diese halten.

Insgesamt steht auf der Titelseite aber das Jubiläum im Vordergrund. Dieses wird nicht nur gefeiert, vielmehr ist davon die Rede, dass die Party weitergeht, d.h. »Das biber« selbst wird quasi als Party-Medium gesehen. Als Magazin mit starker Ausrichtung auf Migration verbindet »Das biber« also gleichsam Migration mit Party, d.h. es stehen keineswegs Defizite oder Probleme im Vordergrund. Diese Artikulation widerspricht ganz klar jenen Diskursen, die gerade Jugendlichen mit »Migrationshintergrund«, die ja auch zur Zielgruppe von »Das biber« zählen, u.a. im Schulalltag noch immer unterstellen, sie würden zwischen ihrer »Herkunftskultur« und der Kultur des Aufnahmelandes hin und her zerrissen sein und an dieser Situation leiden. So »bemühen sich auch heute noch viele SozialarbeiterInnen, LehrerInnen und andere PädagogInnen, den migrantischen Jugendlichen aus dieser angeblich pathologischen Situation herauszuhelfen und ihnen eine neue kulturelle Orientierung zu ermöglichen« (Yildiz 2010: 325). Die Titelseite der vorliegenden Ausgabe hält dagegen fest: Das Leben ist eine Party und diese geht weiter.

2.2 Migration als Erfahrung der Mehrperspektivität

Vorgestellt werden fünf Artikel aus fünf Jahren »Das biber«, dazu ist auch jeweils ein Foto aus der dazugehörigen Ausgabe abgebildet. Dazu wird kurz der Inhalt geschildert, anschließend kommen Leser_innen zu Wort, die die Artikel im Internet kommentiert haben. Zu jedem Artikel ist jeweils ein QR-Code angegeben, mit dem jene Leser_innen, die über ein Smartphone verfügen, zur vollständigen Online-Version des Artikels kommen und diesen lesen können, falls er ihnen nicht schon bekannt ist. Auch die Tatsache, dass die Kommentare der Leser_innen dem Internet entnommen sind und in diesen z.T. auf Facebook verwiesen wird (»Hab den Artikel nun auch auf meiner Facebook-Seite gepostet.«, Das biber 2012: 41), spricht dafür, dass die Redaktion davon ausgeht, dass die Zielgruppe medien-, technikaffin und involviert ist. Es handelt sich keineswegs um Menschen, denen der Umgang mit Medien beigebracht werden muss, vielmehr sind sie kompetente Nutzer_innen verschiedenster Quellen.

Die fünf ausgewählten Artikel werden als die explosivsten Artikel bezeichnet, d.h. im Rückblick werden gerade jene ausgewählt, die die meisten Diskussionen ausgelöst haben. Es handelt sich also um Aufreger, d.h. Themen, die die Leser_innen begeistert, berührt, provoziert oder schlichtweg wütend gemacht haben. Keineswegs geht es hier also um Konsens, sondern um Provokation, die Redaktion wagt sich explizit an Themen heran, die für Diskussionen sorgen. Auch der Abdruck von Leser_innen-Reaktionen betont diesen Diskussionsaspekt – es geht darum, verschiedene Sichtweisen sichtbar zu machen und auch Widerspruch zuzulassen. Es geht um das Aushandeln dessen, was als richtig gelten kann. Deutlich wird dies beispielsweise in einem Beitrag, der »nationale oder faschistoide Symbole der Ausländer« zum Thema hat (etwa »das serbische Kreuz« oder das Logo der türkischen »ultranationalistischen Partei MHP«).¹ Zwei der abgedruckten Kommentare sind sehr positiv, so schreibt User Elmisiko: »Endlich spricht wer dieses Thema an, ich dachte, ich bin wohl einer der wenigen, der sich mit der Thematik auseinandersetzt, aber das eine Zeitschrift »dazu steht«, ist echt klasse.« (ebd.) Heftiger Widerspruch zum gleichen Artikel kommt allerdings vom User Cmeun: »Wie kann man bloß ein Symbol das sogar auf der offiziellen serbischen Fahne zu finden ist, als faschistisch bzw. nationalistisch bezeichnen? Der Artikel gehört in die Mülltonne und nicht online auf biber.« (ebd.)

Der »Big Turkish Brother« wird in einem weiteren Artikel thematisiert. Darin geht es darum, dass die Schwester des Autors heiraten wird und vorhat, von daheim auszuziehen. Es geht also um ein bekanntes Thema: Der türkische

1 | Siehe www.dasbiber.at/content/gute-zeichen_schlechte-zeichen (abgerufen am 26.04.2013).

Bruder, der Probleme damit hat, seine Schwester gehen zu lassen. Was aus Medien im Kontext der »Ehrenmorde« bekannt ist, wird hier umgedeutet: Der Bruder beschreibt aus seiner Sicht, wie gut die Beziehung zur Schwester ist, sie sind zusammen aufgewachsen, haben beispielsweise immer die Fünferpackung Milchschnitten geteilt. Die Tatsache, dass sie aus »unserem kleinen Zimmer in Wien Floridsdorf« (ebd.: 43) auszieht, macht ihn vor allem traurig, auch ist es so, dass die Schwester nach der Hochzeit in die Türkei ziehen wird, d.h. es geht keineswegs darum, dass sie aus der »eigenen Kultur« ausbricht. Die Kommentare der Leser_innen sprechen ebenfalls die emotionale Komponente an, User Dapeda schreibt etwa: »Tolle Geschichte, bewegend und ehrlich geschrieben. Samt feuchten Augen. Obwohl ich Mann und 52 bin.« (Ebd.) Es schreibt hier nicht ein Gewalttäter darüber, dass er seiner Schwester etwas verbieten will, sondern ein Bruder trauert um die gute alte Zeit. Er wird von einem User als der perfekte Bruder beschrieben, ähnliche Erfahrungen werden geschildert. Dieses Bild entspricht so gar nicht jenen Diskursen, die gerade (jugendlichen) Migranten aufgrund angeblich »ethnisch und kulturell divergierende[r] Vorstellungen von Männlichkeit« (Spies 2009: 67) als potenziell gewaltbereit definieren. Damit werden auch die meist negativen Darstellungen von Migrant_innen in Mainstreammedien hinterfragt, die insbesondere männliche Migranten häufig mit Kriminalität, Gewalt, Asyl und Drogenhandel in Verbindung bringen (vgl. Farrokhzad 2006: 75). Mit anderen Worten: Der häufigen Artikulation von »männlicher Migrant« mit Gewalt wird in diesem Beitrag widersprochen, die Leser_innen bekommen die Gelegenheit, sich in einen jungen männlichen Migranten einzufühlen und seine Sichtweise kennenzulernen.

Der Fokus der ausgewählten Berichte aus fünf Jahren »Das biber« auf umstrittene Themen einerseits und die Darstellung von Sichtweisen, die in den deutschsprachigen Mainstreammedien zumeist ausgeklammert werden, andererseits, steht dafür, dass die Leser_innen herausgefordert werden, Migration in neuen Kontexten wahrzunehmen. Dafür ist es notwendig, wie Erol Yildiz es formuliert, »eine Art Mehrperspektivität, die mit kulturellen Lernprozessen« (Yildiz 2010: 336) einhergeht, zu entwickeln. Gleichzeitig stellt Yildiz fest, dass gerade herrschende Vorstellungen, Migrant_innen müssten sich vor allem integrieren (wobei unter Integration zumeist Assimilation gemeint ist), verhindern, dass »solche Entwicklungen, neue Geschichten, subversive Praktiken und biographische Ressourcen überhaupt erkannt und verstanden werden« (ebd.).

2.3 Migration als Mission

Vorgestellt werden insgesamt zehn Personen, die bei »Das biber« arbeiten, dazu aber auch das »Chef-Baby«, d.h. der Sohn des Chefredakteurs, der sich

derzeit in Elternzeit befindet. Die Redaktionsmitglieder sind Teil einer Foto-strecke mit dem Titel »Im Auftrag ihrer Majestät Migration«, dazu sind ihre Antworten auf Fragen wie »Was tust du bei biber?«, »biber in fünf Jahren?« oder »Als neue Österreicherin – deine Vision fürs Land?«. Explizit angesprochen wird der Zusammenhang mit den Filmen der James-Bond-Reihe, so wurde 2012 auch das 50-jährige Bestehen der Bond-Reihe gefeiert. Alle Abgebildeten sind festlich angezogen und werden mit James-Bond-Titeln vorgestellt (etwa der Chefredakteur mit seinem Sohn als »Mr. Goldfinger & Geheimwaffe«, die Reporterin Marina Delcheva als »Top-Spionin«).

Die Arbeit bei »Das biber« und Migration werden in den Kontext einer Mission gestellt. So gibt Marina Delcheva auf die Frage, was ihre Mission als biber-Agentin ist, folgende Antwort: »Revolution von innen. Wir infiltrieren die Medienwelt bis nicht mehr alle Journalisten nur Müller und Maier heißen« (Das biber 2012: 49). Während Migration in öffentlichen Diskursen auch häufig mit Illegalität, Geheimnissen und Geheimhaltung konnotiert wird (etwa wenn über »Schlepperbanden« oder angeblich mit Drogen dealenden »Asylanten« berichtet wird), ist sie hier mit der Arbeit im Geheimen verbunden, die einen guten Zweck erfüllen soll. So wie James Bond also der Held der Bond-Filme ist, so sind die Mitarbeiter_innen von »Das biber« die »Guten« und erscheinen somit als positive Vorbilder für die Leser_innen. Für das Wahrnehmen der eigenen Vorbildwirkung spricht auch, dass die Befragten jeweils schildern, wie sie zu »Das biber« gekommen sind. Online-Chef Teomann Tiftik gibt den Leser_innen etwa mit: »Ich habe meine Deutscharbeit (Note 1) als Blog auf die Homepage gestellt. Daher an alle: bloggen, bloggen, bloggen!« (ebd.: 50).

Mehr oder weniger deutlich wird Migration hier auch in Verbindung mit politischen Themen gebracht, etwa indem die Marketing-Chefin Irina Obushatarova auf die Frage nach ihrer Vision für Österreich antwortet: »Ich bin immer noch Bulgarin und habe hier wenig zu sagen, oder?« (ebd.: 48) oder als die Journalistin Melisa Aljović auf die gleiche Frage festhält: »Keiner der mehr Rechts wählt.« (Ebd.: 53) Ebenso werden hier bekannte Geschlechterrollen auf den Kopf gestellt: Nicht nur sind von den zehn vorgestellten Personen sechs Frauen, der Chefredakteur antwortet auf die Frage, was er in seinem Job macht: »Derzeit nichts. Echte Männer gehen in Karenz, sagt die Frauenministerin.« (Ebd.: 44) Eine Reporterin wird als Top-Spionin bezeichnet, die Chefin von Dienst, Delna Antia, als »M«. M ist bekanntlich die Vorgesetzte von James Bond, d.h. ist jene Person, die bestimmt, was zu tun ist. Delna Antia ist zudem jene Frau, die (mit dem gleichen Foto wie im Heftinneren) auch auf der Titelseite abgebildet ist, d.h. während sie zunächst scheinbar nur auf ihr Äußeres reduziert wird, wird im Heftinneren klar, dass sie die Chefin ist und gleichsam die Verantwortung für das gesamte Magazin trägt. Damit wird deutlich gemacht, dass Migrantinnen durchaus selbstbestimmt und handlungsmächtig sind, womit wiederum jenen Darstellungen in den Mainstreammedien wider-

prochen wird, die Migrantinnen zumeist als Opfer erscheinen lassen. So haben Margreth Lünenborg, Katharina Fritsche und Annika Bach (2011) in ihrer groß angelegten Studie zur Darstellung von Migrantinnen in fünf deutschen Tageszeitungen festgestellt, dass das Bild des hilfsbedürftigen, weiblichen Opfers insgesamt quantitativ dominiert, auch wenn gleichzeitig »vielfältige andere Rollenkontexte und Lebensentwürfe sichtbar« werden (Lünenborg et al. 2011: 144).

2.4 Migration als Erfolgsgeschichte

Unter dem Titel »Shayan sagt ›Danke‹« bekommen auch Leser_innen von »Das biber« Gelegenheit, sich zum Magazin zu äußern. Dass die Kommentare durchwegs positiv sind, wird in der Einleitung so kommentiert: »Diese Mal wart ihr überraschend freundlich. Aber gut, wer kritisiert schon das Geburtstagskind?« (Das biber 2012: 54). Von den sieben Personen, die zu Wort kommen und von denen auch ein Bild abgedruckt ist, sind vier Student_innen bzw. Schüler_innen, die restlichen drei haben Berufe, die mit Aufstieg und Erfolg konnotiert werden können (Account Manager, DJ, Selbstständiger). Die jeweiligen Namen bzw. die Aussagen sprechen dafür, dass alle über einen »Migrationshintergrund« verfügen, alle kennen »Das biber« und beurteilen es durchwegs positiv. Die 24-jährige Studentin Eldina meint: »Die Themen sind abwechslungsreich, ein guter Mix aus Lifestyle und Politik. Beim biber-Lesen gehen jedes Mal die Emotionen mit mir durch. Lachen, Weinen, Kopfschütteln, Nicken – ich identifiziere mich total mit den Inhalten.« (ebd.: 55) Nicht nur diese Aussage deckt sich mit der Selbstbild der Redaktion, so stellt der ebenfalls 24-jährige Student Damir fest: »Das, was die Medien so gerne als ›Gastarbeiterkinder« oder ›Flüchtlinge« abstempeln, sind heute Anwälte, Ärzte, Web-Designer und auch endlich Journalisten! [...] Die Zeiten, in denen wir uns etwas beweisen mussten, sind vorbei.« (ebd.)

3. CONCLUSIO

Insgesamt wird Migration in »Das biber« laufend mehr oder weniger explizit zum Thema gemacht. Mit anderen Worten: Es finden sich Artikulationen zwischen Migration und allen Lebensbereichen, die für die Leser_innen als relevant erscheinen (können). Dabei wird die Migrationserfahrung nicht skandalisiert, sondern erfährt vielmehr positive Umdeutungen. Menschen mit Migrationshintergrund werden als Personen ausgewiesen, die über einen reichen Erfahrungsschatz verfügen, auf den sie bei Bedarf zurückgreifen können.

Auffällig ist, dass häufig einzelne Personen vorgestellt und befragt werden. Damit kann/soll einerseits Authentizität suggeriert werden, indem die

Interviewten sozusagen für die Leser_innen stehen und vermitteln, dass in »Das biber« tatsächlich das beschrieben wird, was »draußen« vor sich geht. Andererseits wird damit gleichzeitig die Vielfalt der Erfahrungen aufgezeigt und die einzelnen Interviewten als Individuen eingeführt. Diese bekommen hier die Gelegenheit, sich zu artikulieren und im Gegensatz zu den oft bestehenden Vorurteilen machen sie das z.T. in sehr durchdachter, kritischer und kontextualisierender Art und Weise. Diese Strategie des Sichtbarmachens markiert »neue Formen des Selbstverständnisses und der Verortung« (Gutiérrez Rodríguez 1999: 253), die im starken Widerspruch zu den Darstellungen von Migrant_innen in deutschsprachigen Massenmedien steht. Der Lebensalltag von Migrant_innen wird dort kaum thematisiert, auch treten diese »meist nur als passives Objekt der Berichterstattung [auf] und kommen selber nicht zu Wort« (Bonfadelli 2007: 104).

Migration wird in »Das biber« zudem mit Mehrperspektivität konnotiert – es ist erwünscht und selbstverständlich, unterschiedlichste Sichtweisen bekannt zu machen und nebeneinander stehen zu lassen. Leser_innen stehen damit vor der Herausforderung, sich eine eigene Meinung bilden zu müssen, gleichzeitig sind sie aufgefordert, diese mit anderen zu teilen. Im deutlichen Unterschied zu Darstellungen von Migrationserfahrungen in deutschsprachigen Mainstreammedien steht auch die Tatsache, dass in »Das biber« etwaige Defizite von Menschen mit »Migrationshintergrund« keine Rolle spielen. Vielmehr wird in der analysierten Ausgabe nicht nur der Erfolg von »Das biber« gefeiert, auch die Leser_innen werden als aktiv, erfolgreich und medienaffin dargestellt. Ebenso wird deutlich, dass hier zwar die Party im Vordergrund steht, Kritik an bestehenden Verhältnissen und der Versuch, der österreichischen Gesellschaft die Möglichkeit eines entspannten Umgangs mit Migration vorzuleben, durchaus ihren Platz haben. Es ist also anzunehmen, dass in »Das biber« künftig nicht nur die Party, sondern auch die Kritik weiter geht.

LITERATUR

- Bachmann-Medick, Doris 2009: Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften, 3. Aufl., Reinbek bei Hamburg.
- Bonfadelli, Heinz 2007: »Die Darstellung ethnischer Minderheiten in den Massenmedien«, in: Heinz Bonfadelli/Heinz Moser (Hg.), Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?, Wiesbaden, 95-116.
- Das biber 2012: Das biber mit scharf. Magazin für neue Österreicher, Dezember-Ausgabe.
- Farrokhzad, Schahrzad 2006: »Exotin, Unterdrückte und Fundamentalistin – Konstruktion der »fremden Frau« in deutschen Medien«, in: Christoph

- Butterwege/Gudrun Hentges (Hg.), Massenmedien, Migration und Integration, 2. korrigierte & aktualisierte Aufl., Wiesbaden, 55-86.
- Grossberg, Lawrence 1999: »Was sind Cultural Studies?«, in: Karl H. Hörnig/Rainer Winter (Hg.): Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung, Frankfurt a.M., 43-83.
- Gutiérrez Rodríguez, Encarnación 1999: Intellektuelle Migrantinnen – Subjektivitäten im Zeitalter von Globalisierung. Eine postkoloniale dekonstruktive Analyse von Biographien im Spannungsverhältnis von Ethnisierung und Vergeschlechtlichung, Opladen.
- Hall, Stuart 2000: Cultural Studies. Ein politisches Theorieprojekt. Ausgewählte Schriften 3, hg. von Nora Räthzel, Hamburg.
- Hörnig, Karl H./Winter, Rainer 1999 (Hg.): Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung, Frankfurt a.M.
- Jäger, Siegfried 1999: Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung, 2. Aufl., Duisburg.
- Lünenborg, Margreth/Fritsche, Katharina/Bach, Annika 2011: Migrantinnen in den Medien. Darstellungen in der Presse und ihre Rezeption, Bielefeld.
- Mediadaten Das biber 2013, www.dasbiber.at/files/Mediadaten_2013_rz_low3.pdf (abgerufen am 30.04.2013).
- Spies, Tina 2009: »...ich sag Ihnen jetzt mal was...«. Subjektpositionierungen unter dem Einfluss gesellschaftlicher Diskurse über Gewalt, Geschlecht und Ethnizität«, in: Feministische Studien 1, 67-82.
- Williams, Raymond 1961: The Long Revolution, London.
- Yildiz, Erol 2010: »Die Öffnung der Orte zur Welt und postmigrantische Lebensentwürfe«, in: SWS-Rundschau Jg.50, H. 3, 318-339.

