

Medien und ethnische Pluralisierung in Hinblick auf Disruption

Ringvorlesung im Wintersemester 2015/16

Medienwandel zwischen Disruption und Erneuerung

3.12. 2015

Dr. Petra Herczeg

Institut für Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

„If I were to attempt to enumerate all the social forces that have contributed to the disorganization of modern society, I should probably be compelled to make a catalogue of everything that has introduced any new and striking change into the otherwise dull routine of our daily life. Apparently anything that makes life interesting is dangerous to the existing order”

(Park, R. E., Burgess, E. W., und McKenzie, R.D. 1925, 108).

Thomas Theorem:

„If men define situations as real, they are real in their consequences“

d.h.: Menschen orientieren sich in ihren Einstellungen und Handlungen nicht so sehr nach einer „objektiven Realität“, sondern danach, was sie für diese Realität halten.

Thomas, William I./ Thomas, Dorothy Swaine (1928):
The Child in America. Behavior Problems and Programs. New York.

Migration & Medien aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht

Makroebene: Medienfunktionen und Leistungen der Medien für Politik, Wirtschaft und Kultur	Information, Orientierung, Meinungsbildung, Sozialisation, Integration, Unterhaltung
Mesoebene: Strukturen und Prozesse von Medien und Journalismus	Medienangebote (in Mainstream- und Ethnomedien), journalistische Konstruktionen von Medienrealität: Thematisierung, Bewertungen, Framing,...
Mikroebene Nutzung, Rezeption, Effekte im Integrationsprozess auf RezipientInnen	Medienumgang und Konstruktion von soziokultureller Identität im Prozess der gesellschaftlichen Integration

Kommunikationswissenschaftliche Perspektive (vgl. Trebbe 2009)

Es geht um Massenmedien und ihre Rolle in Integrationsprozessen von MigrantInnen bzw. ethnischen Minderheiten

Zentrale Frage:

Welchen Effekt haben Massenmedien auf die Integration von MigrantInnen?

Dies ist eine zentrale kommunikationswissenschaftliche Fragestellung, aber eine der zentralen ungeklärten Fragen ...

„Bestimmte Medien veröffentlichen eindeutig rassistische Inhalte und respektieren die Entscheidungen des Presserats nicht; die Mitglieder schutzbedürftiger Gruppen erhalten zu wenig Raum, um ihre Ansichten in den Medien darzulegen. Internetforen werden nicht systematisch daraufhin kontrolliert, dass sie keine Hassrede enthalten; solche Inhalte wurden auch auf den Internetseiten des Bundespräsidenten und mehrerer Minister veröffentlicht. Es gibt keine offizielle Statistik über homophobe und transphobe Vorfälle; zahlreiche rassistische, homo- und transphobe Handlungen werden nicht zur Anzeige gebracht.“ (2015, 10)

Verhältnis zwischen Integration & Medien (vgl. Hafez 2005)

Drei Wirkungsbereiche:

- Medien wirken in Bezug auf die staatsbürgerliche Integration (Systemintegration, Rechte, politische Teilhabe)
- Medien üben Einfluss auf die soziale Integration aus (materielle & institutionelle Integration: Bildung, Arbeit, Wohnen)
- Medien haben Einfluss auf die kulturelle Integration (Identitätsbildung, Doppelidentität, Recht auf gleichberechtigte kulturelle Differenz)

Ambivalenz(en) in der Gesellschaft als Disruption

- Es geht um die Akzeptanz, um die Anerkennung der Anderen
- Welche Bedeutung hat „Diversität“ in der Gesellschaft?
- Welche Deutungsmuster werden in den modernen Gesellschaften verhandelt?
- Welche Möglichkeiten der Teilhabe ergeben sich?

Anerkennung als kommunikative Herausforderung

- Schlüsselbegriff unserer Zeit
- Durch politische Theorie aktualisiert
- Hohe Bedeutung für die Analyse der Kämpfe um Identität und Differenz

(vgl. Fraser/Honneth 2003)

Axel Honneth: Kampf um Anerkennung (1994, 148):

„ ... die Reproduktion des gesellschaftlichen Lebens vollzieht sich unter dem Imperativ einer reziproken Anerkennung, weil die Subjekte zu einem praktischen Selbstverhältnis nur gelangen können, wenn sie sich aus der normativen Perspektive ihrer Interaktionspartner als deren soziale Adressaten zu begreifen lernen“

Frage der Beschleunigung & Kritik der Anerkennungsverhältnisse (vgl. Hartmut Rosa 2013):

- Geschwindigkeit als dominante soziale Norm moderner Gesellschaften, d.h.:

„Der Schnellere gewinnt & profitiert, der Langsamere verliert und fällt zurück“.

- Verbindung von sozialer Wertschätzung nach dem Wettbewerbsprinzip:

Geschwindigkeit als entscheidender Faktor auf der Landkarte der Anerkennung

Partizipation in der Kommunikationsgesellschaft

Gesellschaftliche Teilhabe wird durch Massenmedien organisiert:

- Medien als Vermittlungsinstanzen, die durch Eigenleistung, durch Ergänzung & Bündelung von Kommunikationsbeiträgen Öffentlichkeit herstellen
- Die Mediennutzung von Migrantinnen und Migranten
- Die Rolle der Medien im gesellschaftlichen Selbstverständigungsprozess in Bezug auf Zugehörigkeiten und Identitäten
- Frage, ob und wie JournalistInnen einen Beitrag zur „Integration“ leisten können
- Fördert bessere Repräsentanz in den Redaktionen mehr Berichterstattung?

Forschungsergebnisse – Zusammenfassende Skizzierung

Repräsentanz in den Medien:

Zahlreiche nationale & internationale Inhaltsanalysen:

Befunde dokumentieren Defizite in der Berichterstattung:

Negativität, Überrepräsentation & Marginalisierung, negatives Framing & Stereotypisierung

(vgl. Bennett et al. 2011, Bonfadelli 2007, Trebbe 2009, Brantner/Herczeg 2015)

Ethnische Diversität in den:

Zeitungsredaktionen: rd. 1% der JournalistInnen in Deutschland haben
Migrationshintergrund (vgl. Geißler et al. 2009)

0,5 % (Schätzwert!) der JournalistInnen in Österreich haben einen
Migrationshintergrund (Herczeg 2011)

Entwicklung der Ethnomedien in Deutschland (vgl. Weber-Menges 2006):

- 1.) Gastarbeiter – Radio & Entwicklung einer Gastarbeiter-Presse
- 2.) Ausländerprogramme im TV, Etablierung eines türkischen Kinomarktes, Ausweitung des Verlagssystems für ethnische Pressemedien
- 3.) Entwicklung eines ethnischen Videomarktes
- 4.) Ausbreitung des Kabelfernsehens & ethnischer Sendungen in lokalen offenen Kanälen
- 5.) Privat-TV via Satellit & weitere Ausdifferenzierung des Angebots an ethnischen Pressemedien
- 6.) Multikulti-Modelle: deutsch-türkische Medienkultur, mediale Transkultur, Internet

Ethnische Medien in Österreich:

- Wenige Angebote beim öffentlich-rechtlichen Sender
- Traditionell: Alternative Medien (Dritter Sektor: Nicht-kommerzielle Medien)
- Unterschiedliche Plattformen im Netz
- Vor allem „genuine“ ethnische Medienprodukte: Von Angehörigen der ethnischen Minderheiten für Angehörige der ethnischen Minderheiten

Ethnomedien

Überblick über Community-Medien in Österreich (2013):

Communities	Anzahl	Typ	Sprachen
Türkische Medien	23	Print, Online, Rundfunk	Türkisch, Deutsch
Jüdische Medien	8	Online, Print	Deutsch
Polnische Medien	7	Online, Print, Rundfunk	Polnisch, Deutsch
Bosnische/kroatische/serbische Medien	7	Online, Print	B/K/S, Deutsch
Afrikanische Medien	5	Print, Online, Rundfunk	Deutsch, Englisch, Französisch
Roma und Sinti Medien	5	Print	Romanes, Kroatisch, Deutsch
Arabische/muslimische Medien	4	Online, Print	Arabisch, Deutsch
Bulgarische Medien	3	Print	Bulgarisch, Deutsch
Russische Medien	3	Online, Print	Russisch
Lateinamerikanische Medien	3	Online, Print, Rundfunk	Spanisch, Deutsch
Chinesische Medien	2	Print	Chinesisch
Pakistanische Medien	2	Online	Englisch, Urdu
Persische Medien	1	Online	Persisch, Deutsch
Gesamt	73		

Quelle: Österreichisches Medienhandbuch Migration & Diversität 2013, Verein M-MEDIA; eigene Darstellung

„mit scharf“: (Quelle: <http://www.dasbiber.at/>)

biber mit scharf

[STARTSEITE](#) [STORY](#) [BLOG](#) [NEWCOMER](#) [ÜBER UNS](#) [WIENER #WÄHLGANGS](#)



Herzlich Willkommen bei Österreichs bestem Gratis-Magazin!

Als einziges österreichisches Magazin berichtet das biber direkt aus der multiethnischen Community heraus – und zeigt damit jene spannenden und scharfen Facetten Wiens, die bisher in keiner deutschsprachigen Zeitschrift zu sehen waren. biber lobt, attackiert, kritisiert, thematisiert. biber ist intelligent, kritisch und stylisch. Du willst mehr über biber erfahren?

WAS BEDEUTET biber - für unsere Leser ist biber kein Nagetier. "biber" bedeutet auf türkisch "Pfefferoni" und auf serbokroatisch "Pfeffer" und hat so in allen Sprachen unseres Zielpublikums eine Bedeutung.

WAS IST biber - das erste Magazin mit scharf- ist ein Pionierprojekt in der österreichischen Medienlandschaft: Das erste transkulturelle Magazin für neue Österreicher (Wiener mit und ohne Migrationshintergrund) erschien erstmals 2006 als Prototyp. Seit 2007 alle 2 Monate mit einer Auflagenzahl von 50.000 Stück. Durch den großen Erfolg wurde die Produktion des Magazins seit November 2009 auf 10 x im Jahr umgestellt und erscheint seither mit einer Auflagenzahl von 65.000 Stück.

FÜR WEN IST biber Unsere Zielgruppe sind primär Wienerinnen und Wiener der so genannten zweiten und dritten Generation. Jeder zweite Einwohner Wiens hat einen migrantischen Background – darunter mehrheitlich junge Menschen mit türkischen und ex-jugoslawischen Wurzeln. biber ist das Magazin für all jene in Wien, die die kulturelle Vielseitigkeit einer einzigartigen Stadt schätzen.

WIE IST biber Für unsere Zielgruppe ist "biber" mit etwas Würzig-Scharfem verbunden. Eben genau das, was der biber ist. Soziale Brennpunkte werden kommentiert, Missstände angegriffen, Tabu-Themen aufgerissen.

VON WEM IST biber Ein Haufen junger, ambitionierter Journalistinnen und Journalisten mit türkischen, bosnischen, serbischen, kroatischen, kurdischen, brasilianischen, kärntnerischen, oberösterreichischen, slowenischen, und sowie weiter -ischen Hintergrund, sorgt für authentische Berichte. Das Team wird von Dr. Simon Kravagna koordiniert. Die Redakteure bieten den LeserInnen eine scharfe Mischung aus Lifestyle, Entertainment, Politik, Wirtschaft und Society jenseits des Mainstreams österreichischer Massenmedien. Ihre spezielle Sicht auf Wien und das Stadtleben machen die Einzigartigkeit des biber aus.

Quelle: <http://www.dasbiber.at/>

Mehrsprachigkeit & Radio

<http://www.espris.at/>



The screenshot shows the website for 'espris.at', which stands for 'EMANZIPATORISCHE SPRACHLERNMETHODEN IM SALZKAMMERGUT'. The page features a navigation menu with categories like 'AKTUELLES', 'ESPRIS', 'TAGUNG BIFEB)', 'SENDUNGEN', 'LERNPARTNER', 'KONZEPTION', 'SPRACHKURS', and 'FORSCHUNG'. The main content area is titled 'Sendungen' and highlights a broadcast 'Pangea Lingua' with the subtitle 'Pangea Lingua – Auf den Spuren der Mehrsprachigkeit im Salzkammergut'. Below the title is a video player showing a 00:00 duration. A text block describes the project: 'Mehr als zwei Jahre lang haben rund 160 Leute ihre Sprachschätze ergründet. Sie leben, gehen zur Schule und arbeiten im Salzkammergut – sie denken, träumen und sprechen in vielen Sprachen. Das Resultat kann sich hören lassen!'. Two small photographs show people in a radio studio and a group of students. On the right side, there is a 'Rubriken' section listing various content types like 'Sprachensteckbriefe' and 'Sprachkurse der Johann-Nestroy-Schule', and a 'Komplette Sendereihe:' section with a link to 'Pangea Lingua'. At the bottom right, there is a 'PDF Download' button and the text 'Lust auf Sprache COMMIT 2014'.

Weitere Beispiele:

<http://muckefunk.de>

<http://www.radiox.ch>

„Öffentlichkeit“ – Wandel & Zugänge

- Denationalisierung politischer Prozesse
- Kommunikationstechnologischer Wandel
- Medienökonomische Veränderungen
- „Verfallsmodelle“ der Öffentlichkeit:
 - Hannah Arendt (1958)
 - Walter Lippmann (1922)
 - Jürgen Habermas (1962)
 - Richard Sennett (1977)

Begriff verweist auf unterschiedliche Phänomene öffentlicher Kommunikation und zivilgesellschaftlicher Netzwerke

- Seit 1960er Jahren: Beschreibung öffentlichkeitswirksamer Aktionen der Neuen Sozialen Bewegungen (NSB) – z.B. Studenten-, Friedens- & Umweltbewegung; Strukturen & Zielsetzungen alternativer Medien (wie z.B. Alternativpresse, freie Radios, offene Kanäle)
- In jüngster Zeit: Kritische Öffentlichkeiten von NGOs; Medienaktivisten; Weblogs & partizipative Formen im Internet

(vgl. Engesser/Wimmer 2009)

Gegenöffentlichkeit ist per se nicht auf bestimmte Medien, Personen, Orte oder Themen reduzierbar

Komplexere Kontexte von Gegenöffentlichkeit:

- Ist genauso wie „Öffentlichkeit“ – kein monolithischer, sondern multidimensionaler Begriff – der auf:
 - die Mikro-
 - die Meso- und
 - die Makroebenen öffentlicher Kommunikation und auf subjektive Aspekte verweist

Ethnische Minderheiten & soziale Netzwerke

„Portability of the networks of belonging“ (Diminescu 2008, 573)

MigrantInnen und Angehörige ethnischer Minderheiten nutzen soziale Netzwerke auch, um mit ihren Familien und Freunden in Verbindung zu bleiben

Es geht um die Aufrechterhaltung von Kommunikationsbeziehungen

Dana Diminescu (2012)

e-Diasporas Atlas

800 „migrant websites“ sind archiviert



„The object of the e-Diasporas Atlas is not this ‚digital migrant‘, however, but the connected migrant“ <http://www.e-diasporas.fr/index.html#top>

Lie (2003, 149)

„Identities are localizing and globalizing at the same time. They seem to be more and more constituted by overlapping cultural fragments, instead of giving reference to single national frames.“

- Umgang & gleichzeitige Erfahrbarkeit des Ortes & Austausch mit globalen Orten und mit der Heimat gleichzeitig
- Heimat als sozialer Medien-Netzwerk-Handlungsraum
- Informationen über das Einwanderungsland bzw. auch über das Herkunftsland können durch Netzwerke und deren Strukturierung leichter aufgefunden werden (vgl. auch Stelzig-Willutzki 2012)
- Herkunft: „imaginiertes“ Ort, der nicht unmittelbar erfahrbar ist, sondern über medienvermittelte Diskurse ausverhandelt wird

- Individuelle Herausforderungen mit Ambivalenzen umzugehen & gleichzeitig auch Herausforderung für Medien
- Bewältigung der Vielfalt
- Akzeptanz der Anderen ist notwendig, um Normen des Zusammenlebens zu definieren
- Gesellschaftliche Teilhabe
- „Solidarität wird zu einer Notwendigkeit“ (Yildiz 2000, 270)