

Forschungsstand, Perspektiven und Maßnahmen

→ Kulturelle Vielfalt und Integration: Die Rolle der Medien

Von *Gualtiero Zambonini** und *Erk Simon***

Forschung zu Medien und Integration wichtig für Programmstrategien

Kulturelle Vielfalt und Integration in den Medien sowie der Beitrag, den Medien zur gesellschaftlichen Integration der Zuwanderer leisten, sind in den vergangenen Jahren verstärkt zum Forschungsthema geworden. Welche Rolle spielen die Medien im Integrationsprozess, wie und mit welchen Erwartungen werden die Medien von Zuwanderern genutzt, wie werden Integration als Thema und Zuwanderer als Akteure in den Medien abgebildet und welche Wirkung haben mediale Inhalte auf unterschiedliche Zuschauergruppen? Für die Programmverantwortlichen sind Antworten auf diese Fragen wichtig, um attraktive Programmgenres, Themen und Sendeplätze anbieten zu können, die Zuwanderer ebenso wie Deutsche erreichen und ansprechen. Die erste Studie zur Mediennutzung von Zuwanderern führten ARD und ZDF bereits im Jahr 1982 durch. (1) In den vergangenen Jahren wurde die Forschung intensiviert, zum Beispiel mit Studien zur Radionutzung, zu einzelnen Zielgruppen wie etwa jungen türkischstämmigen Zuwanderern oder zu Nutzungsmotiven. (2) Im Jahr 2007 führten ARD und ZDF dann die erste umfassende, bundesweit repräsentative Studie zur Mediennutzung „Medien und Migranten 2007“ durch, die sich am Vorbild der Langzeitstudie Massenkommunikation orientierte und Zuwanderer aus sechs Herkunftsländern einbezog. (3) Diese Studie soll kontinuierlich fortgesetzt und mit vertiefenden Analysen ergänzt werden.

Im Folgenden werden zunächst die zentralen Ergebnisse der Medienforschung zusammengefasst und offene Fragen aufgezeigt. Im Anschluss wird ein Überblick über die Maßnahmen und Strategien aus der Perspektive des WDR gegeben.

Integrationswirkung der Medien

Medien wirken nur mittelbar und können nicht in einer einfachen Ursache-Wirkung-Relation die gewünschten positiven Integrationseffekte erzielen. (4) Zunächst sind Repräsentanz von Migranten in den Medien und die Abbildung politischer und gesellschaftlicher Diskurse wichtige integrative Funktionen, die zum Abbau von Vorurteilen und sozialer Distanz beitragen können. (5)

Kritik am negativen Bild der Medien von Migranten nicht generell gerechtfertigt

Immer wieder wurde und wird kritisiert, dass Medien ein unvollständiges Bild der Zuwanderer in Deutschland zeichnen, indem sie zu wenig Normalität abbilden und über Zuwanderer zu häufig in problematischen Zusammenhängen (z.B. Integrationsprobleme, Kriminalität, Terrorismus) berichten

und damit Stereotype befördern. Inhaltsanalysen zu diesen Fragen beziehen sich in vielen Fällen aber nur auf Teile des Programmangebotes, oft auf Nachrichten, die spezifischen Produktions- und Auswahlbedingungen (Nachrichtenfaktoren) unterliegen und nicht ohne Weiteres auf andere Genres übertragbar sind. Einzelne Untersuchungen, die sich auf andere Genres und längere Programmstrecken beziehen, kommen durchaus zu anderen Ergebnissen. Eine Programmanalyse am Beispiel des WDR Fernsehens aus dem Jahr 2004 ermittelte beispielsweise, dass Zuwanderer und das Thema Integration in zahlreichen Sendungsformen und Genres sowie in vielfältigen Themenzusammenhängen anzutreffen sind. (6) Die Themenbereiche, in denen Migration und Migranten im WDR Fernsehen vorkommen, sind nicht auf Problembereiche beschränkt. Am stärksten ist die Präsenz von Zuwanderern und dem Thema Integration bei den tagesaktuellen regionalen Sendungen, die besonders dicht am Lebensalltag der Menschen in Nordrhein-Westfalen sind. Dieser Befund ist auch deshalb besonders wichtig, weil Sendungen wie „Aktuelle Stunde“, „Lokalzeit“ und „Westpol“ die zuschauerstärksten Angebote des WDR Fernsehens sind.

Mehrfach wurde darauf hingewiesen, dass unterhaltende und fiktionale Sendungen in besonderem Maße integrative Potenziale bieten. (7) So stellt zum Beispiel Christina Ortner in ihrer Analyse der „Tatort“-Reihe fest, dass in den Krimis das Thema Migration vielseitig beleuchtet wird und Beispiele für konfliktfreies Zusammenleben aufgezeigt werden. Obgleich auch hier durchaus stereotype Vorstellungen anzutreffen sind, weisen die Rollen der Migranten mehrheitlich positive Eigenschaften auf. (8)

Andere Beispiele aus dem Fernsehprogramm von ARD und ZDF belegen die Potenziale von fiktionalen Angeboten, die Themen Integration und Zuwanderung mit einem hohem Wirkungsgrad zu präsentieren: „Zeit der Wünsche“ (BR/WDR), „Wut“ (WDR), „Neger, Neger, Schornsteinfeger“ (ZDF), „Madrid“ (ZDF) sowie die Serien „Türkisch für Anfänger“, „Lindenstraße“ (beide ARD) und „Kriminaldauerdienst“ (ZDF). In ganz unterschiedlichen Formaten in öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen lassen sich Beispiele für die verstärkte Präsenz von Zuwanderern finden, neben den aktuellen Sendungen, politischen Magazinen, Reportagen und Dokumentationen auch in der Telenovela „Sturm der Liebe“, der Styling-Show „Bruce“, der Kinderserie „Rennschwein Rudi Rüssel“ sowie den Reportagen von Django Asül, um nur einige aktuelle Beispiele aus dem Programm des Ersten zu nennen. Neben zahlreichen anderen programmlichen Aktivitäten, widmete sich das ZDF in der Themenwoche „Wohngemeinschaft Deutschland“ in Dokumentationen, Reportagen, Fernsehfilmen und weiteren Sendungsformaten besonders fokussiert dem Thema kulturelle Vielfalt und Integration.

Obgleich es bislang keine Längsschnittstudien gibt, die diese Entwicklungen anhand von empirischen Daten belegen, deutet vieles daraufhin, dass die Präsenz von Zuwanderern in den Medien zuge-

Beispiele für positive Darstellungen des Themas Migration

Langzeituntersuchungen zum Bild der Migranten in den Medien fehlen noch

* Beauftragter für Integration und kulturelle Vielfalt beim WDR;
** WDR-Medienforschung.

nommen und sich der häufig beklagte Negativismus abgeschwächt hat. (9) Zukünftige Programm-Analysen in diesem Bereich sollten das Programmangebot möglichst umfassend analysieren und insbesondere auch fiktionale und unterhaltende Genres berücksichtigen. Nur anhand standardisierter und damit vergleichbarer Erhebungsinstrumente lassen sich Entwicklungen über einen längeren Zeitraum erfassen und Veränderungen in der Präsenz und Darstellung von Zuwanderern belegen.

Medienverhalten von Migranten

Die Medien können ihre integrative Funktion nur dann erfüllen, wenn sie auch genutzt werden und somit Informationen über verschiedene soziale und kulturelle Gruppen kommunizieren können. Insofern sind neben der Repräsentanz von Zuwanderern in den Medien auch die potenzielle Erreichbarkeit der Zielgruppe durch attraktive Inhalte und relevante Themen die zentralen Voraussetzungen für die intendierten Integrationseffekte. Insbesondere dem Fernsehen kommt dabei eine wichtige Rolle zu, weil es das reichweitenstärkste Medium bei Migranten ist. (10)

Nutzung heimat-sprachiger Medien nicht gleichbedeutend mit fehlgeschlagener Integration

Die vorliegenden Forschungsergebnisse zeigen, dass eine starke Nutzung heimat-sprachiger Medien, wie sie zum Beispiel insbesondere bei den Migranten türkischer Herkunft zu finden ist, nicht unbedingt als mediale Abgrenzung oder Rückzug in das vielzitierte Medienghetto interpretiert werden muss. Nicht die Assimilation an die deutsche Medienkultur, das heißt die überwiegende Nutzung deutsch-sprachiger Medien, sondern vielmehr die Integration von Elementen der Herkunftskultur (heimat-sprachige Medien) mit denen deutscher Kultur (Medien) entspricht der Lebenswirklichkeit der meisten Zuwanderer in Deutschland. Dem entsprechen die vorliegenden Forschungsergebnisse, die zwischen Integrationsstatus und Nutzung deutsch-sprachiger Medien meist nur sehr schwache Zusammenhänge finden, so dass die Formel „Nutzung deutsch-sprachiger Medien gleich gelungene Integration“ in Frage zu stellen ist. (11)

Wie stark das Interesse und die Bindung an heimat-sprachige Programme ausgeprägt wird, hängt dabei stark von den Faktoren Alter, Geburtsland, Bildung sowie den deutschen Sprachkenntnissen ab. Zwar ist in quantitativer Hinsicht festzustellen, dass der Umfang der Nutzung heimat-sprachiger Programme bei jüngeren Generationen geringer wird. Jedoch können sich offenbar aufgrund aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen zumindest temporär auch gegenläufige Tendenzen ergeben. So kam eine WDR-Studie aus dem Jahr 2006 zu dem Ergebnis, dass sich türkischstämmige junge Erwachsene wegen des veränderten gesellschaftlichen Klimas – Zunahme von Vorurteilen/Stereotypen/abweisenden Haltungen – und der prekären sozialen Lage wieder stärker und offensiver zur türkischen Kultur bekennen als Zuwanderer der zweiten Generation. (12)

Heimat- und deutsch-sprachige Programme haben unterschiedliche Funktionen und sind gleichermaßen wichtig für die Meinungs- und Identitätsbildung. Neben der Informationssuche in Bezug auf aktuelle Ereignisse im Heimatland sind das emotionale Erleben bestimmter Programmangebote im türkischen Fernsehen (z.B. bei täglichen Serien) und auch die Nutzung im Familienkontext wichtige Motive für die Hinwendung zu heimat-sprachigen Medien. Insbesondere im Hinblick auf das emotionale Erleben bei der Mediennutzung – und dies gilt sowohl für Unterhaltungs- als auch für Informationssendungen – werden starke kulturell geprägte Unterschiede zwischen deutschen und heimat-sprachigen Medien wahrgenommen. (13) In höherem Maße als bisher wird hier qualitative Forschung notwendig sein, um auszuloten, mit welchen Inhalten, Gestaltungsmitteln und Erzählweisen sowohl Zuwanderer als auch Deutsche angesprochen werden können. Dazu sind auch vergleichende Untersuchungen notwendig, die der Frage nachgehen, wie einzelne Angebote von Zuwanderern und von Deutschen wahrgenommen und beurteilt werden, welche Wirkungen sie entfalten. (14)

Zuwanderer sind auch in Bezug auf ihr Medienverhalten keine homogene Gruppe. Eine nach Herkunftsländern und nach Soziodemografie differenzierte Betrachtung des Mediennutzungsverhaltens ist deshalb notwendig. Zu häufig werden generalisierte Aussagen über die Migranten als Bevölkerungsgruppe insgesamt getroffen. Eine differenziertere Analyse kann nach Faktoren der sozialen Lage, nach Nutzertypen oder nach Wertorientierungen und Lebenswelten erfolgen. Ein erster qualitativ orientierter Ansatz, die Zuwanderer nach Lebenswelten, den Sinus-Milieus, zu verorten, hat ein differenziertes Bild mit insgesamt acht Migranten-Milieus mit ganz unterschiedlichen Lebensauffassungen und Lebensweisen ergeben. Die These, dass sich die Migrantenmilieus weniger nach ihrer ethnischen Herkunft und sozialen Lage, sondern eher nach ihren Wertvorstellungen und Lebensstilen unterscheiden, bedarf allerdings noch der – auch quantitativen – Überprüfung. (15)

Die Migranten haben, sofern sie selbst zugewandert sind, eine in Bezug auf Nutzungsgewohnheiten, Rezeptionserleben und inhaltliche Präferenzen sehr vielfältige Mediensozialisation erfahren. Insbesondere an Forschungsprojekten, welche die Rolle der Mediensozialisation in der Familie und im Herkunftsland sowie die Einflussstärke kulturell geprägter Präferenzen und Nutzungsweisen in den Blick nehmen, besteht nach wie vor ein Defizit. Solche Forschungsansätze könnten auch dazu beitragen, die vorliegenden repräsentativen Ergebnisse besser zu erklären und Empfehlungen für die Programmgestaltung abzuleiten.

Heimat- und deutsch-sprachige Medien gleichermaßen wichtig für Identitätsbildung

Migranten sind heterogene Medien-nutzertypen

Die neue WDR-Gesamtprogrammstrategie in Bezug auf Migration

Die Medienforschung der vergangenen Jahre hat der These widersprochen, dass die Zugewanderten hauptsächlich in medialen Parallelgesellschaften leben. Dieser Befund aus der repräsentativen Untersuchung des Bundespresseamtes im Jahr 2000 über das Medienverhalten der Türken in Deutschland, bestätigt durch die Ergebnisse der WDR-Untersuchung in NRW 2002, wirkte beim WDR als ein wichtiger Impuls. Die Gesamtprogrammstrategie auf diesem Feld wurde neu reflektiert und definiert.

Zukunftsweisende Programmangebote für Zuwanderer schon seit 1999

Mit dem 24-stündigen Hörfunkprogramm „Funkhaus Europa“ hatte der WDR bereits 1999, fünf Jahre nach der Einrichtung von radiomultikulti in Berlin, den Weg in die Zukunft gewagt. Bis dahin wurden die Zugewanderten von den ARD-Sendeanstalten vor allem durch muttersprachliche Hörfunksendungen am Abend versorgt. Sowohl radiomultikulti als auch „Funkhaus Europa“ gingen von der Annahme aus, dass Zugewanderte ein vergleichbares Medienverhalten wie deutsche Hörerinnen und Hörer haben und im Radio nicht mehr ausschließlich durch muttersprachliche Abendsendungen zu erreichen sind. Deshalb wurden die Sendungen auch in der Radio-Primetime am Morgen und in der gemeinsamen Lingua franca Deutsch angeboten. „Funkhaus Europa“ hat sich heute darüber hinaus zu einem Kompetenzzentrum für den Gesamthörfunk entwickelt. Eine ähnliche Rolle spielt das Team von „Cosmo TV“, dem wöchentlichen Multikulti-Magazin im WDR Fernsehen.

Programmleitlinien von 2006 schreiben Integrationsstrategie verbindlich fest

Die Medienforschung hat belegt, dass das Leitmedium der Zugewanderten das Fernsehen ist. So hat der WDR in den vergangenen Jahren versucht, das Augenmerk auf die Fernsehprogramme zu richten, ohne den Hörfunk zu vernachlässigen. Eigentlich hat sich die Strategie der Programm- und Personalentwicklung auf diesem Sektor immer weiter im Sinne einer trimedialen Konvergenz unter Einschluss des Internets entwickelt. Mittlerweile ist Integration beim WDR auf eine breite Basis gestellt: Die Verabschiedung der Programmleitlinien Anfang 2006 hat einen verbindlichen Rahmen für die Integrationsstrategie geschaffen. Als Leitziel wird darin verankert, das Zusammenleben von Menschen unterschiedlicher Herkunft in allen Programmen des Senders als selbstverständliche Alltagswirklichkeit darzustellen und zu thematisieren.

Migranten sollen selbstverständlicher Teil von Programmarbeit und -inhalt sein

Dies geschieht vor allem durch verstärkte Bemühungen, Moderatorinnen und Moderatoren, Redakteurinnen und Redakteure mit ausländischem Hintergrund für die WDR-Programme zu gewinnen – insbesondere für die massenattraktiven Programme. Außerdem sollen Menschen mit einer Migrationsbiografie nicht nur als Migranten oder Experten in eigener Sache im Programm erschei-

nen. Vielmehr ist es wichtig, dass sie vermehrt als selbstverständliche Akteure und Verantwortungsträger, als Experten und Diskussionsteilnehmer in Talkrunden und Fictionformaten auftreten – unabhängig von einem ausländerspezifischen Zusammenhang.

Ein Instrument der Mitarbeitergewinnung und -förderung ist die journalistische Talentwerkstatt „WDR grenzenlos“. Sie wurde 2007 zum dritten Mal durchgeführt und wird in diesem Jahr auf technische Berufe ausgeweitet. Zur Zielgruppe gehören nun außer angehenden Journalistinnen und Journalisten auch junge Mediengestalter oder Kameraleute ausländischer Herkunft. Die Maßnahme soll den Einstieg von talentierten Journalisten und Mediengestaltern mit Zuwanderungsbiografie in die journalistische Aus- und Fortbildung ermöglichen. In einem sechswöchigen Training hospitierten 2007 elf junge Journalistinnen und Journalisten in verschiedenen WDR-Redaktionen. Sie absolvierten an der Deutschen Hörfunkakademie in Oberhausen Fortbildungsseminare im Bereich Hörfunk, Fernsehen und Internet. Von den 20 Absolventinnen und Absolventen der ersten beiden „grenzenlos“-Jahrgänge haben vier den Einstieg ins WDR-Programmvolontariat geschafft, aus der Generation 2007 hat eine aus Usbekistan stammende Journalistin einen Volontariatsplatz bekommen.

Ein weiteres Instrument zur Mitarbeitergewinnung ist das im vergangenen Jahr initiierte Projekt „Raus aus den Nischen“, das auf Initiative der Fernsehredaktion des WDR und unter der Federführung der Aus- und Fortbildungsredaktion im Internet sowie mittels einer Zeitungsanzeige gestartet wurde. Gesucht wurden für den WDR Journalistinnen und Journalisten mit einer Migrationsbiografie als freie Mitarbeiter in allen journalistischen Funktionen, von der Recherche über Autorenarbeit bis zur Moderation. Mit rund 400 schriftlich eingegangenen Bewerbungen wurde die Hoffnung, einige neue talentierte Kolleginnen und Kollegen mit Migrationshintergrund für das Programm zu entdecken, schon zahlenmäßig weit übertroffen. Etwa die Hälfte der Bewerbungen lässt auf Erfahrungen und Kompetenzen schließen, die das interkulturelle Profil des Senders tatsächlich schärfen können. Die journalistischen Erfahrungen der Bewerberinnen und Bewerber decken alle Medien und Genres des WDR ab. Inzwischen ist eine Vorauswahl getroffen und die interessantesten Bewerbungen sind zielgerichtet an Abteilungs- und Bereichsleiter weitergeleitet worden. Eine Evaluierung von „Raus aus den Nischen“ wird voraussichtlich im Frühsommer 2008 vorliegen. Castings werden darüber hinaus regelmäßig von „Funkhaus Europa“, „Cosmo TV“ und auch von den Fernsehregionalstudios veranstaltet.

Es zeigt sich, dass diese Initiativen Früchte tragen, dass die Bestrebungen, journalistische Vorbilder mit Migrationshintergrund für prominente Sendeplätze zu gewinnen, erfolgreich sind. So gehört heute der türkischstämmige Redakteur Birand Bingül dem Kommentatoren-Team der ARD-Nachrichten-

Projekt „WDR grenzenlos“

Projekt „Raus aus den Nischen“

Mitarbeitergewinnungsstrategien sehr erfolgreich

sendung „Tagesthemen“ an, die Slowenin Brigitte Pavetic moderiert die populäre „Lokalzeit“ im WDR-Fernsehen, die türkischstämmige Asli Sevin-dim hat sich erfolgreich als Moderatorin der „Aktuellen Stunde“, der Hauptinformationssendung des WDR Fernsehens, bewährt. Elif Senel, die ebenfalls türkische Wurzeln hat, konnte für 1LIVE als Redakteurin gewonnen werden, während die Iranerin Isabel Schayani das Redakteursteam von „Monitor“ bereichert. Dies sind nur einige Beispiele.

Die Bewerberzahlen zum WDR-Programmvolontariat belegen, dass die Kommunikationsstrategie des WDR, Kandidatinnen und Kandidaten ausländischer Herkunft zur Bewerbung für Medienberufe zu motivieren, Wirkung zeigt: Für den Jahrgang 2006/07 haben sich 20 Kandidatinnen und Kandidaten ausländischer Herkunft beworben, für den Jahrgang 2007/08 waren es 49. Im Jahr 2007 hatten insgesamt 11,4 Prozent der Volontäre und Trainees einen Migrationshintergrund.

WDR-Führungs- kräfteschulung soll interkulturelle Kompetenz stärken

Interkulturelle Kompetenz ist seit 2007 auch fester Baustein der Führungskräfte-schulung im WDR. Im Herbst 2007 fand unter dem Motto „Vielfalt ist unsere Stärke“ das erste Seminar in Kooperation mit der WDR-Personalabteilung statt. In dialogischer Form wurden Fortschritte, Strategien und Hindernisse auf dem Weg zur Integration und Gleichbehandlung zwischen den Beauftragten und den Führungskräften thematisiert. Vertiefungsseminare sollen 2008 folgen.

Aktivitäten auf europäischer Ebene

Der WDR ist auch auf internationaler Ebene tätig. 2006 hat der Sender gemeinsam mit dem ZDF und France Télévisions im Auftrag der Europäischen Rundfunkunion (EBU) eine europäische Medienkonferenz mit dem Titel „Migration und Integration – Europas große Herausforderung. Welche Rolle spielen die Medien?“ in Essen veranstaltet und damit einen EU-weiten Prozess angestoßen. Dieser Prozess wurde im vergangenen Jahr bei der UNESCO in Paris mit einer weiteren Konferenz zum Thema fortgesetzt. Im November 2008 wird eine dritte Medienkonferenz in Amsterdam stattfinden. Geplant ist dort ein Drei-Länder-Schwerpunkt – ein Vergleich der Erfahrungen zum Thema „Migration, Integration und Medien“ zwischen Belgien, den Niederlanden und Deutschland.

„Boundless“- Medienwettbewerb für kulturelle Vielfalt

Eines der Highlights der Pariser Nachfolgekonferenz im Hauptsitz der UNESCO im vergangenen November war die Auszeichnung der internationalen Gewinnerinnen und Gewinner des „Boundless“-Medienwettbewerbs für kulturelle Vielfalt. 15 Journalistinnen und Journalisten aus acht Ländern wurden für ihre herausragenden Fernsehbeiträge zum Thema interkultureller Dialog ausgezeichnet. Ihr Preis ist die Teilnahme an der im EU-„Jahr des interkulturellen Dialogs“ erstmals stattfindenden „Boundless“-Medienakademie für kulturelle Vielfalt, die vom 26. Mai bis 20. Juni 2008 beim WDR in Köln sowie bei weiteren Rundfunkanstalten im europäischen und euro-mediterranen Raum veranstaltet wird. Das internationale Projekt ist eine gemeinsame Initiative von WDR, Europäischer Rund-

funkunion, UNESCO, France Télévisions, der niederländischen Rundfunkanstalt NPS und COPEAM (Vereinigung der Rundfunk- und Fernsehanstalten im Mittelmeerraum).

Heute gehört Integration als Querschnittsaufgabe der Programm- und Personalentwicklung zum Selbstverständnis der gesamten ARD. Die CIVIS Medienstiftung – vom WDR initiiert –, in der die ARD und seit einem Jahr auch das ZDF vertreten sind, verfolgt unter anderem mit dem renommierten CIVIS-Medienpreis dieses Ziel bereits seit mehreren Jahren.

Im Juli 2007 präsentierte die ARD den Ministerpräsidenten der Länder das Konzeptpapier „Integration und kulturelle Vielfalt – Querschnittsaufgabe in der ARD“. Darin wurden Programmangebote und -strategien der Landesrundfunkanstalten vorgestellt, die einen zusätzlichen Beitrag zur Integration von Zuschauern und Hörern ausländischer Herkunft leisten, Menschen mit Migrationshintergrund als Journalisten und Medienschaffende fördern, Medienkompetenz bei Migranten erhöhen, interkulturelle Aus- und Fortbildungsangebote ausweiten sowie internationale Kooperation und Austausch auf diesem Themenfeld stärken. Die ARD-Anstalten betonen in dem Papier, dass sie es als eine ihrer wesentlichen Aufgaben verstehen, die Realität der Einwanderungsgesellschaft in all ihren Programmen, gerade auch in den massenattraktiven Angeboten, darzustellen. Eine ähnliche Ausrichtung hat die Selbstverpflichtung, die die privaten und öffentlich-rechtlichen Medienanbieter ebenfalls 2007 im Nationalen Integrationsplan der Bundeskanzlerin Angela Merkel eingegangen sind.

Fazit

Viele Sender haben 2007 Integration auf ihre Fahnen geschrieben. Das ZDF hat beispielsweise mit einer Integrations-Programmwoche im Herbst vergangenen Jahres, mit öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen wie der Wahl der Journalistin Dunja Hayali für das „heute-journal“ sowie durch eine Kooperation mit einem türkischen Fernsehsender versucht, sich deutlich als Integrations-sender zu positionieren. Auffallend ist außerdem, dass seit dem vergangenen Jahr die Zahl der Veranstaltungen zum Thema Medien und Integration erkennbar zugenommen hat – von Berlin bis Karlsruhe, von Nürnberg bis Frankfurt betätigen sich Verbände, Stiftungen und Medieninitiativen auf diesem Feld in einem bisher unbekanntem Maß. Die Bedeutung des Themas ist also erkannt. Die Gefahr besteht dabei aber, dass man immer wieder die Bedeutung der Aufgabe betont, ohne einen wesentlichen Schritt bei der Umsetzung weiter zu kommen. Wichtig ist, dass die Medienanbieter Strukturen, strategische Ziele und Umsetzungsinstrumente im Bereich Integration entwickeln. Der WDR hat diesen Weg eingeschlagen. Durch einen Integrationsbericht, der vom Integrationsbeauftragten jährlich den Gremien präsentiert wird, werden seit 2004 Fort-

Integration als Querschnittsaufgabe heute in Gesamt- ARD verankert

Nachhaltigkeit und strukturelle Maßnah- men sind gefragt

schritte und Entwicklungen des Unternehmens in diesem Bereich systematisch und nachhaltig erfasst.

Es geht heute mehr den je darum, die programmpolitische Diskussion weiter zu vertiefen und zu konkretisieren. In diesem Zusammenhang ist es sehr zu begrüßen, dass die CIVIS medien stiftung in Kooperation mit dem WDR und der Deutschen Welle im September 2008 eine Programmkonferenz zum Thema „Integration“ bei der Deutschen Welle in Bonn veranstalten wird. Dort soll anhand von Programmbeispielen über innovative Ansätze im fiktionalen und nonfiktionalen Bereich diskutiert werden.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. die Zusammenfassung der Befunde in: Darkow, Michael/Josef Eckhardt/Gerhard Maletzke: Massenmedien und Ausländer in der Bundesrepublik Deutschland. Schriftenreihe Media Perspektiven, Band 5. Frankfurt 1985.
- 2) Vgl. Windgasse, Thomas: Radionutzung von Migranten im Kontext anderer Medien. Ergebnisse einer Repräsentativstudie in Nordrhein-Westfalen. In: Media Perspektiven 3/2007, S. 153-161; sowie: Zwischen den Kulturen, Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in Nordrhein Westfalen. WDR 2006, ZDF Medienforschung/Rheingold Institut 2006.
- 3) Vgl. Simon, Erk: Migranten und Medien 2007. Zielsetzung, Konzeption und Basisdaten einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. In: Media Perspektiven 9/2007, S. 426-435; Walter, Mignon/Ute Schlinker/Christine Fischer: Fernsehnutzung von Migranten. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“. In: Media Perspektiven 9/2007, S. 436-451; Oehmichen, Ekkehardt: Radionutzung von Migranten. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“. In: Media Perspektiven 9/2007, S. 452-460.

- 4) Vgl. Trebbe, Joachim/Hans-Jürgen Weiß: Integration als Medien-nutzungsmotiv? Eine Typologie junger türkischer Erwachsener in Nordrhein-Westfalen. In: Media Perspektiven 3/2007, S. 136-141.
- 5) Vgl. Esser, Hartmut: Assimilation, Integration und ethnische Konflikte. Können sie durch „Kommunikation“ beeinflusst werden? In: Schatz, Heribert/Christina Holtz-Bacha/Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.): Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk. Wiesbaden 2000, S. 25 ff.
- 6) Vgl. Krüger, Udo Michael/Erk Simon: Das Bild der Migranten im WDR Fernsehen. Ergebnisse einer empirischen Programmanalyse. In: Media Perspektiven 3/2005, S. 105-114.
- 7) Vgl. Geißler, Rainer: Hybride Mediennutzung. Migration und Medien als Modethema. In: epd Medien, 6/2008, S. 9-15.
- 8) Vgl. Ortner, Christina: Migration. Das Thema Einwanderung in der Reihe Tatort. In: Medien und Kommunikation 1/2007, S. 5-23.
- 9) Vgl. Geißler (Anm. 7).
- 10) Vgl. Walter/Schlinker/Fischer (Anm. 3).
- 11) Vgl. Trebbe/Weiß (Anm. 4).
- 12) Vgl. Hammeran, Regine/Deniz Baspinar/Erk Simon: Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener türkischer Herkunft. Ergebnisse einer qualitativen Studie. In: Media Perspektiven 3/2007, S. 126-135.
- 13) Vgl. Simon, Erk/Gerhard Kloppenburg: Das Fernsehpublikum türkischer Herkunft - Fernsehnutzung - Einstellungen und Programm-erwartungen. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung in Nordrhein-Westfalen. In: Media Perspektiven 3/2007, S. 142-152.
- 14) Vgl. z.B. Ruhrmann, Georg/Denise Sommer/Kathrin Klietsch/Peggy Niezel: Medienrezeption in der Einwanderungsgesellschaft. Eine vergleichende Studie zur Wirkung von TV-Nachrichten. Hrsg. vom Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Familie und Frauen Rheinland-Pfalz. Mainz 2007; sowie Simon, Erk/Regine Hammeran: Wie wirkt „Wut“? Ergebnisse einer qualitativen Studie mit deutschen und türkischstämmigen Jugendlichen zum WDR-Fernsehfilm „Wut“. In: Zwischen den Kulturen. Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen. Westdeutscher Rundfunk 2006, S. 48-55.
- 15) Vgl. Walter, Franz: Einwanderer-Elite beflügelt Deutschland. Sinus-Studie zu Migranten. In: Spiegel Online, 16.10.2007 (www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,511474,00.html; 28.2.2008).

