

Autorin: Eggert, Susanne.

Titel: Migrantenfamilien nutzen Medien.

Quelle: Kinder-Jugend-Gesellschaft (KjuG) 1/05. Karlsruhe 2005.

Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Autorin.

Susanne Eggert

Migrantenfamilien nutzen Medien

Im Beitrag werden ausgewählte Ergebnisse einer Expertise zum »Mediengebrauch in Familien mit Migrationshintergrund« dargestellt. Dabei geht es um die Frage nach Unterschieden bezüglich der Mediennutzung und des Umgangs mit Medien, der Medienerziehung in Familien mit Migrationshintergrund und der Bedeutung von Medien. Außerdem werden erste Konsequenzen aufgezeigt, die sich für die medienpädagogische Arbeit mit Migrantinnen und Migranten ergeben.

Dass Menschen ihre Heimat verlassen und nach Deutschland immigrieren, ist nicht neu. Sie kommen entweder für eine bestimmte Zeit, zum Beispiel als Arbeitsmigranten oder aber auf Dauer. Dafür gibt es verschiedene Gründe. Die einen fliehen vor kriegerischen Auseinandersetzungen, andere sehen in ihrem Heimatland aus wirtschaftlichen Gründen keine Perspektive für sich und ihre Familien, wieder andere kommen als Aussiedler nach Deutschland usw. Das statistische Bundesamt weist ca. 7,3 Millionen Menschen als Ausländer aus.¹ Nicht erfasst sind dabei die Aussiedlerfamilien sowie diejenigen Menschen mit Migrationshintergrund, die in Deutschland geboren sind und folglich die deutsche Staatsangehörigkeit besitzen. Menschen anderer Herkunft stellen einen bedeutenden Anteil der Bevölkerung in Deutschland und sie müssen sich mit den Gegebenheiten in Deutschland zurecht finden. Dazu gehört auch eine bunte Medienlandschaft, bestehend aus deutschen und deutschsprachigen Medien wie auch aus muttersprachlichen Angeboten, die teilweise aus den Herkunftsländern stammen.

Mediennutzung

Medien haben heute einen hohen Stellenwert. Das gilt insbesondere für Kinder und Jugendliche. Sie nutzen vor allem die audiovisuellen Medien wie Fernsehen, Video,

¹ www.destatis.de/basis/d/bevoe/bevoetab4.php (17.01.2005)

Computer und Internet gern und ausgiebig. Die Mädchen und Jungen mit Migrationshintergrund sind da nicht anders als deutsche Heranwachsende, davon kann ausgegangen werden. Dennoch gibt es hier einige offene Fragen:

- Unterscheiden sich Heranwachsende mit und ohne Migrationshintergrund bzgl. ihrer Mediennutzung und ihres Medienumgangs? Wenn ja, worin bestehen die Unterschiede und welche Bedeutungen sind damit verbunden?
- Wie sieht die Medienerziehung in Familien mit Migrationshintergrund aus und wie wirkt sich diese auf die Medienaneignung der Heranwachsenden aus?
- Was weiß man überhaupt über die Bedeutung von Medien für Migrantinnen und Migranten und insbesondere für Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund?
- Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die medienpädagogische Arbeit mit Migrantinnen und Migranten?

Diese Fragen standen im Mittelpunkt der Expertise »Mediengebrauch in Familien mit Migrationshintergrund«, die das JFF- Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis München 2002 im Auftrag des Projekts »ELTERN TALK« der Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern erstellt hat. Nachfolgend sollen die wichtigsten Ergebnisse dargestellt werden.

Spezifische Funktionen der Medien für Menschen mit Migrationshintergrund

Medien haben für Menschen anderer Herkunft verschiedene Funktionen. Sie dienen ihnen zur Unterhaltung und zur Information, sie können helfen, den Alltag zu strukturieren oder diesem von Zeit zu Zeit zu entfliehen usw. Theoretische Überlegungen verweisen darauf, dass Medien gerade für Menschen mit Migrationshintergrund daneben noch weitere spezifische Funktionen erfüllen können:

1. *Medien können Integrationsprozesse unterstützen:* Als Träger von Information liefern sie Wissen über die deutsche Gesellschaft ebenso, wie sie zur Vermittlung deutscher Kultur und Gepflogenheiten beitragen können. Darüber hinaus können Medienangebote auch das Erlernen der deutschen Sprache unterstützen.
2. *Medien können eine Brücke zu den Herkunftsländern sein:* Dies gilt einerseits für informative und unterhaltsame deutschsprachige Angebote, die die Herkunftsländer und

dortige Ereignisse zum Thema machen. Dies gilt andererseits für muttersprachliche Angebote, mit denen Migrantinnen und Migranten sich in ihrer Landessprache unterhalten lassen, sich über das Geschehen in ihrem Herkunftsland informieren oder über das Internet in direkten Austausch mit Landsleuten treten können.

3. *Medien bieten Orientierungen für das Balancieren zwischen den Kulturen:* Ebenso wie bei deutschen Kindern und Jugendlichen ist auch bei Heranwachsenden mit Migrationshintergrund davon auszugehen, dass sie die Medien gezielt nach alltagstauglichen Orientierungen durchforsten. Eine besondere Ausrichtung kann die orientierende Bedeutung der Medien bei den Heranwachsenden erfahren, die Diskrepanzen zwischen unterschiedlichen Lebenswelten und Kulturen ausgleichen müssen. Denn die mit diesem Balanceakt verbundenen Risiken bieten einen fruchtbaren Boden für die Akzeptanz problematischer medialer Orientierungsvorgaben.

Die wissenschaftliche Erkenntnislage ist dünn

Inwiefern lassen sich die beschriebenen theoretischen Überlegungen wissenschaftlich belegen? Bislang ist nur wenig über die Mediennutzung von Migrantinnen und Migranten bekannt. Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), die regelmäßig die Mediennutzung der deutschen Bevölkerung misst, erhebt zwar die Fernsehnutzung von EU-Ausländern², doch damit erfasst sie nur den geringsten Teil der Migrationsbevölkerung in Deutschland. Vom Zentrum für Türkeiforschung in Essen (ZfT) wird in unregelmäßigen Abständen die Fernsehnutzung der türkischen Bevölkerung gemessen, weiterhin gab das Bundespresseamt im Jahr 2000 eine Untersuchung zur Mediennutzung der türkischen Bevölkerung bzw. der Kinder türkischer Herkunft in Auftrag³. Außerdem wurde 2001 an der Hochschule für Musik und Theater Hannover eine kleinere Untersuchung durchgeführt, in der es um die Mediennutzung von Aussiedlern ging.⁴ Darüber hinaus finden sich in qualitativen Studien Hinweise zum Mediennutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund.

2 Das Fernsehpanel, mit dem regelmäßig die Fernsehnutzungsdaten erhoben werden, umfasst 5500 Haushalte mit deutschem Haushaltsvorstand und 140 Haushalte, deren Haushaltsvorstand ein EU-Ausländer ist. (www.gfk.de, 17.01.2005)

3 Weiß, Hans-Jürgen; Trebbe, Joachim (2001): Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Potsdam sowie Grantao, Mona (2001): Freizeitgestaltung und Mediennutzung bei Kindern türkischer Herkunft. Eine Untersuchung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Potsdam

4 Hochschule für Musik und Theater Hannover, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung (2002): Aussiedler und Medien: Zwischen Distinktion und Integration. www.ijk.hmt-hannover.de (5.03.2003)

Im Folgenden werden einige Befunde skizziert, die Risikopotenziale erkennen lassen und im Hinblick auf medienpädagogische Maßnahmen von besonderer Bedeutung sind. Was die Mediennutzung angeht, so liegen vorwiegend Daten zur türkischstämmigen Population vor. Wie Hinweise aus qualitativen Untersuchungen erkennen lassen, sind diese weitgehend auch auf andere Migrationsgruppen übertragbar:

Medienkonsum in türkischen Haushalten

- Das Fernsehen hat in türkischen Haushalten einen hohen Stellenwert. Durchschnittlich wird über vier Stunden täglich ferngesehen.⁵ Einerseits werden vor allem kommerzielle deutsche Sender bevorzugt, wie RTL, ProSieben und SAT.1, die hohe Unterhaltungsanteile haben und bei denen Actionhaltiges eine wichtige Rolle spielt. Andererseits gilt die Aufmerksamkeit der Türcinnen und Türken den über Kabel bzw. Satellit empfangbaren türkischen Sendern. Diese sind auch in Bezug auf Information relevant; türkische Nachrichten werden stärker genutzt als deutsche.⁶
- Es dominiert eine komplementäre Nutzung deutsch- und türkischsprachiger Medien. Die Zuwendung zu türkischen Medien steigt jedoch bereits im Jugendalter und nimmt dann kontinuierlich zu.⁷ Eine Erklärung für die stärkere Hinwendung zu türkischen Medien im Jugendalter könnte die Suche nach der eigenen Identität in dieser Entwicklungsphase sein.
- Türkische Kinder nutzen das Fernsehen oder den Computer zwar nicht häufiger als deutsche Gleichaltrige. Wenn sie sich aber mit diesen Medien beschäftigen, verwenden sie mehr Zeit darauf. So liegt der tägliche Fernsehkonsum bei türkischen Vorschulkindern rund 50 Minuten höher als bei deutschen. Und auch beim Computerspielen sind ähnliche Tendenzen zu beobachten. Vor allem die türkischen Jungen bleiben hier länger dabei.⁸ Das könnte ein Hinweis darauf sein, dass Kinder in türkischen Familien mehr Freiheiten hinsichtlich ihres Medienumgangs haben. Zur Erhärtung dieser Vermutung fehlen jedoch wichtige Kontextinformationen zum Fernsehverhalten und zur Fernseherziehung.

Wahrnehmung von Medieninhalten

Auch bezüglich der Wahrnehmung von Medieninhalten zeigen Heranwachsende mit Migrationshintergrund andere Schwerpunkte als deutsche Kinder und Jugendliche. Dazu finden sich vor allem in qualitativen Studien Spuren:

5 vgl. Eckhardt 1996

6 vgl. Weiß, Trebbe 2001

7 ebd.

8 vgl. Grüninger; Lindemann 2000

- Kinder aus Kriegs- und Krisengebieten begegnen Fernsehinformation mit einem ängstlichen Weltbild, das von Gewalt und Schrecken geprägt ist. Berichte über Geschehnisse, in denen sie Nähen zu eigenen Gewalterfahrungen erkennen, ziehen sie einerseits an, andererseits rufen diese Ängste bei ihnen hervor. Vor allem von Infotainmentangeboten, also z.B. Boulevardmagazinen, erhoffen sich viele dieser Kinder Hilfe, um mit den überall erwarteten Gefahren fertig zu werden. Dadurch wird aber nur ihr ängstlicher Blick auf die Welt verstärkt.⁹

Daily Talks

- Besonders Mädchen aus Aussiedlerfamilien erwarten aus Daily Talks Hilfen für zwischenmenschliche Schwierigkeiten in Beziehungen. Sie hoffen, hier auch Einblicke in die deutschen Gepflogenheiten in Bezug auf solche Probleme zu erhalten, sowie Hinweise, wie sie selbst vor dem Hintergrund divergierender Kulturen am besten damit fertig werden können. Die Angebote der Daily Talks sind jedoch nicht nur fern der Realität, sie stehen einer gelingenden Integration und der Entwicklung interkultureller Kompetenz entgegen.

Medienhelden

- Besonders männliche Heranwachsende bestimmter Migrantengruppen orientieren sich an Medienhelden, die tradierte Männlichkeitsideale vertreten. In vielen Familien, die aus Osteuropa und der ehemaligen Sowjetunion oder dem muslimischen Kulturkreis stammen, herrschen traditionelle Vorstellungen von der Rolle der Frau bzw. des Mannes. So zeichnet sich der Mann durch ein selbstbewusstes, furchtloses Auftreten aus sowie dadurch, dass er Schwächere, z.B. Frauen und Kinder beschützt. Entsprechend erreichen z.B. die starken und kämpferischen Helden des Fernsehens, die sich durchzusetzen wissen, die Aufmerksamkeit der Jungen. Diese Spur aus qualitativen Studien wird durch quantitative Ergebnisse gestützt, wonach Actionfilme und -serien bei 6- bis 13-jährigen Türken besonders beliebt sind. Ähnliches gilt für die Computerspielvorlieben: Die Beliebtheit kämpferischer Computerspiele ist bei Jungen aus dem muslimischen Kulturkreis sowie Aussiedlerjungen höher als bei Jungen aus dem westdeutschen Kulturkreis. Dieser Trend setzt sich bei den bevorzugten Rollen, die die Jungen in den Spielen übernehmen wollen, fort. Die Kämpfer führen vor allem bei den Kindern aus dem muslimischen Kulturkreis das Feld an.

Medienpädagogische Maßnahmen sind gefragt

Die wenigen vorliegenden Befunde verweisen darauf, dass medienpädagogische Unterstützung sowohl der Heranwachsenden mit Migrationshintergrund als auch der Eltern sinnvoll wäre. Diese findet zwar in punktuellen Projekten statt, es mangelt aber an modellhaften, auf breiter Ebene zugänglichen Aktivitäten.

⁹ vgl Theunert/Schorb 1995

Aus medienpädagogischer Sicht erscheint es als besonders wichtig, die

Medienkompetenz der Kinder und Jugendlichen mit Migrationshintergrund zu fördern. Sie also zu befähigen,

- mediale Botschaften zu entschlüsseln (Analyse)
- über die eigenen Medienvorlieben nachzudenken (Reflexion)
- das kommunikative Potenzial der Medien selbstbestimmt zu nutzen (aktiver Medienumgang).

Dabei müssen die entwicklungs- und bildungsbedingten Fähigkeiten der Heranwachsenden zur Auseinandersetzung mit sozialer Realität, die emotionalen Bezüge zu den Medien und die spezifischen Lebensbedingungen, Interessen und Problemlagen konstruktiv einbezogen werden. Besondere Beachtung muss auch den migrationsspezifischen Erfahrungen der Kinder und Jugendlichen geschenkt werden. Denn daher rühren spezifische Sichtweisen, die ihre Lebensbedingungen und Gefühlswelten in Deutschland betreffen, wie auch besondere emotionale und inhaltliche Medienbindungen. Besonders die aktive Medienarbeit bietet viele Möglichkeiten, zu selbstbestimmter Auseinandersetzung über migrationsspezifische Themen anzuregen und darüber Medienkompetenz unter interkulturellen Aspekten zu fördern. Für die Mädchen und Jungen mit Migrationshintergrund bedeutet das, dass beim Herstellen von audiovisuellen oder multimedialen Produkten einerseits Fähigkeiten ausgebildet werden, die in einer von Medien mitbestimmten Gesellschaft von Bedeutung sind, andererseits findet dabei auch ein Stück Bewältigung der eigenen Erfahrungen statt. Dabei können Denk- und Gefühlsdimensionen zutage treten, die die Heranwachsenden häufig nicht verbalisieren können. Die Auseinandersetzung mit den entstandenen Produkten kann folglich dazu beitragen, Kinder und Jugendliche, die von Migration betroffen sind, besser zu verstehen.

Auch Unterstützung der Eltern vor allem in Form einer **Beratung in medienpädagogisch relevanten Fragen** ist notwendig. Diese drehen sich um

- eine angemessene Begleitung des kindlichen Medienumgangs vor allem in Bezug auf die Dauer des Medienkonsums wie auch auf die Vorlieben insbesondere der Jungen für actionreiche, kampfbetonte und gewalthaltige Medienangebote.

- das Leben mit zwei unterschiedlichen Medienkulturen, aus dem innerfamiliäre Spannungen resultieren können, wie auch das Risiko., mit einer überwiegenden Nutzung der Medien aus dem Herkunftsland, Separierungstendenzen zu verstärken.

Darüber hinaus müssen den Eltern Materialien zur Verfügung gestellt werden, die sich an deren jeweiliger Lebenswirklichkeit orientieren, ihrem Medienumgang Rechnung tragen und in der jeweiligen Herkunftssprache abgefasst sind. Dafür können existierende Beratungsmaterialien für den deutschen Kulturkreis wie z.B. FLIMMO – Programmberatung für Eltern (www.flimmo.de) als Ausgangspunkt dienen.

Um diese Beratung leisten zu können, ist einerseits interkulturelle Kompetenz notwendig, andererseits das Wissen über medienspezifische Problemlagen der verschiedenen Migrantengruppen sowie die Fähigkeit, sich mit anderen Haltungen zu Medien und Medienerziehungsfragen konstruktiv auseinander zu setzen.

Literatur/Quellen

Eckhardt, Josef (1996): Nutzung und Bewertung von Radio- und Fernsehsendungen für Ausländer. In: Media Perspektiven, Heft 8/1996, S. 4.51- 461

Grantao, Mono (2001): Freizeitgestaltung und Mediennutzung bei Kindern türkischer Herkunft. Eine Untersuchung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Potsdam

Grüniger, Christian; Lindemann, Frank (2000): Vorschulkinder und Medien. Eine Untersuchung zum Medienkonsum von drei- bis sechsjährigen Kindern unter besonderer Berücksichtigung des Fernsehens. Opladen

Hochschule für Musik und Theater Hannover, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung (2002): Aussiedler und Medien: Zwischen Distinktion und Integration. www.ijk.hmt-hannover.de (5.03.2003)

Paus-Haase, Ingrid u.a. (1999): Talkshows im Alltag von Jugendlichen. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amusement und Ablehnung. Opladen

Theunert, Helga; Schorb, Bernd (1995): 'Mordsbilder': Kinder und Fernsehinformation. Eine Untersuchung zum Umgang von Kindern mit realen Gewaltdarstellungen in Nachrichten und Reality-TV. Berlin

Theunert, Helga u.a. (1994): Zwischen Vergnügen und Angst – Fernsehen im Alltag von Kindern. Eine Untersuchung zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Fernsehinhalten durch Kinder aus unterschiedlichen sozialen Milieus in Hamburg. Berlin

Theunert, Helga; Schorb, Bernd (1996): Begleiter der Kindheit. Zeichentrick und die Rezeption durch Kinder. München

Theunert, Helga; Gebel, Christa (2000): Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung. Serienrezeption zwischen Kindheit und Jugend. München

Weiß, Hans-Jürgen; Trebbe, Joachim (2001): Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Potsdam

www.destatis.de/basis/d/bevoe/bevoetab4.php (17.01.2005)

www.gfk.de, 17.01.2005

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Rechteinhabers unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.