

Aus:

MARGRETH LÜNENBORG, KATHARINA FRITSCHE,
ANNIKA BACH

Migrantinnen in den Medien

Darstellungen in der Presse und ihre Rezeption

Mai 2011, 178 Seiten, kart., zahlr. z.T. farb. Abb., 19,80 €, ISBN 978-3-8376-1730-6

Wie entwerfen Medien Bilder von Geschlecht und Ethnizität? Diese Frage konnte die Kommunikationswissenschaft bisher nur ungenügend beantworten. Männliche Migranten werden als bedrohlich für die Gesellschaft inszeniert, doch über die Medienbilder von Migrantinnen gibt es wenig Wissen.

Eine kritische Analyse der dominanten Berichterstattungsmuster zeigt, wie Medien-diskurse Migrantinnen zu Opfern machen oder ausschließen können. Dagegen liefern besonders Lokalpresse und Boulevardzeitungen (auch) vielfältige Entwürfe unter Ein-schluss lebensweltlicher Bezüge. Eingeleitet wird die Studie durch eine ausführliche Diskussion des Forschungsstands zu »Migrantinnen und Medien«.

Margreth Lünenborg (Univ-Prof. Dr. phil.), **Katharina Fritsche** (M.A.) und **Annika Bach** (M.A.) lehren und forschen am Institut für Publizistik- und Kommunikations-wissenschaft der Freien Universität Berlin.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

www.transcript-verlag.de/tsr1730/tsr1730.php

Inhalt

1	Migration in der globalisierten Mediengesellschaft.....	11
1.1	Doing gender – doing ethnicity: Geschlecht und Ethnizität im Mediendiskurs	13
1.2	Migration und Medien: Ein wachsendes Forschungsfeld	19
1.2.1	Mediale Repräsentation von Migranten	22
1.2.2	Medienrezeption von Migranten	25
1.2.3	Migranten in der Medienproduktion	27
1.3	Migrantinnen in den Medien	28
1.3.1	Das Problem der Nicht-Wahrnehmung.....	31
1.3.2	Das ‚Wie?‘ der Darstellung.....	32
1.3.3	Der Diskurs um die muslimische Frau	35
1.3.4	Fazit und Desiderata.....	40
1.4	Aufbau der empirischen Studie.....	41
2	Migrantinnen in Tageszeitungen: Inhaltsanalyse.....	43
2.1	Forschungsdesign	43
2.2	Formale Dimensionen der Darstellung	48
2.2.1	Vergleich der Analysezeiträume	49
2.2.2	Genre und Umfang der Artikel	50
2.2.3	Ressorts	52
2.2.4	Journalistinnen und Journalisten mit Migrationshintergrund	54
2.3	Inhaltliche Dimensionen der Darstellung	56
2.3.1	Intensität	56
2.3.2	Identifikation.....	59
2.3.3	Relevanz.....	60
2.3.4	Handlungsniveau	61
2.3.5	Visuelle Darstellung.....	62
2.3.6	Herkunftsländer	66
2.3.7	Themenfelder	68

2.4	Typologie der medialen Darstellung.....	81
2.4.1	Das Opfer.....	87
2.4.2	Die Prominente	91
2.4.3	Die Nachbarin	95
2.4.4	Die Integrationsbedürftige.....	96
2.4.5	Die Erfolgreiche	98
2.4.6	Die Unerwünschte.....	100
2.5	Mediale Konstruktion von Geschlecht und Ethnizität....	101
2.6	Zwischenfazit: Stereotype und Varianz.....	104
3	Zur Bedeutung der Medienbilder: Rezeptionsanalyse	107
3.1	Forschungsdesign	107
3.2	Zusammensetzung der Fokusgruppen.....	110
3.3	Identität als Migrantin?	111
3.3.1	Selbstbezeichnungen: <i>Nicht ganz deutsch, nicht ganz türkisch, so was Gemischtes</i>	115
3.3.2	Zugehörigkeit: <i>Wo gehöre ich eigentlich richtig hin?</i>	117
3.3.3	Fremdheit: <i>Du bist ja doch irgendwie Ausländer</i>	121
3.4	Medienbilder: <i>Irgendwelche Olgas, denen der Ausweis abgenommen wurde</i>	125
3.4.1	Kritik: <i>Dann hat jeder sofort ein Feindbild</i>	129
3.4.2	Mediengenres: <i>Nachrichten und so ein Scheiß</i>	134
3.5	Anforderungen an die Berichterstattung: <i>Zeigen, dass es auch miteinander geht</i>	136
3.6	Relevanz der Medienbilder	137
3.7	Zwischenfazit: Kritische Distanz und Sprachlosigkeit....	140
4	Fazit und gesellschaftspolitische Konsequenzen	143
Literaturverzeichnis.....		151
Quellenverzeichnis.....		161
Anhang.....		167
I.	Thesaurus.....	167
II.	Kodierbuch.....	168
III.	Leitfaden für die Gruppendiskussionen	173
IV.	Fragebogen zur Mediennutzung	175

1 Migration in der globalisierten Mediengesellschaft

Wie soll gesellschaftliches Zusammenleben in Deutschland im 21. Jahrhundert gestaltet werden? Wer lebt in Deutschland und wer ist Teil der deutschen Gesellschaft? Welche Rolle spielen Migrantinnen und Migranten? Das sind Fragen, mit denen sich die Politik eines der größten europäischen Einwanderungsländer beschäftigen muss. Dabei steht in den öffentlichen Debatten um Migrantinnen und Migranten in der Bundesrepublik deren angenommenes Integrationsdefizit meist im Vordergrund. Es werden die angeblich mangelhaften Deutschkenntnisse vieler Zugewanderter thematisiert, ihre schlechten Bildungsabschlüsse, Kriminalität, Frauenunterdrückung und die Bedrohung durch religiösen Fanatismus. Einwanderungspolitik wird so vor allem problemorientiert diskutiert und mit einer negativen Vorstellung von ‚dem Migranten‘ und ‚der Migrantin‘ bebildert. Mit den von den Medien inzwischen ikonografisch verwendeten Darstellungen von „Kopftuchmädchen“ (Sarrazin, zit. n. Berberich 2009) wird beispielsweise das Bild der fremden Muslimin evoziert und damit ein weibliches Stereotyp der Integrationsunwilligkeit gezeichnet, bei dem in der Verbindung von Geschlecht, Ethnizität und Religion prototypisch Fremdheit entsteht.

Journalismus hat in der modernen, hochgradig ausdifferenzierten Gesellschaft die Aufgabe, Öffentlichkeit herzustellen (vgl. Jarren/Donges 2006: 104). Mittels dieser Öffentlichkeit erst kann aus Gemeinschaften Gesellschaft als Ganzes entstehen. Indem Journalismus Wissen aus den Teilbereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Umwelt aufbereitet und zur Verfügung stellt, kann er die Teilhabe an einem öffentlichen Diskurs ermöglichen. Journalismus stellt somit seinem Publikum Informationen und Interpretationen über unterschiedliche Prozesse, Ereignisse und Konflikte zur Verfügung, die Voraussetzung sind, um als Gesellschaft zu agieren. Diese Integrationsfunktion ist eine zentrale Anforderung an die alltägliche journalistische Berichterstattung. Ob und in welcher Weise sie tatsächlich erbracht wird, ist eine Frage, die fortlaufend kritisch diskutiert wird und welche die vorliegende Studie beschäftigt.

Unter Bedingungen weltweiter Wanderungsbewegungen von Menschen und Kapital und – damit verbunden – notwendiger transkultureller Verständigung, sind die Anforderungen an Öffentlichkeit weitaus komplexer geworden. Es kann nicht mehr allein auf nationalstaatlicher

Ebene betrachtet werden, wie Journalismus innerhalb der Gesellschaft zwischen Teilbereichen vermittelt. Unter globalen Migrationsbedingungen bekommt die Integrationsfunktion von Journalismus neue Bedeutung. Denn durch journalistische Berichterstattung wird die heutige Gesellschaft – unter Bedingungen globaler Mobilität – fortlaufend neu beschrieben, definiert und hergestellt. Wie das Beispiel des in den Medien zur Ikone gewordenen ‚Kopftuchmädchen‘ zeigt: Zugehörigkeit zur deutschen Gesellschaft oder Ausschluss aus ihr, Inklusion und Exklusion – diese Zuweisung wird maßgeblich durch Mediendiskurse vorgenommen.

Wie diese Herausforderung im deutschen Journalismus bewältigt wird, das untersucht die vorliegende Studie, wozu sie die Verbindung von Weiblichkeit und Ethnizität in der aktuellen deutschen Medienberichterstattung in den Blick nimmt. Dabei wird folgenden Fragen nachgegangen: Wie werden Migrantinnen in den Medien dargestellt? Wie vielfältig sind ihre Lebensentwürfe, die in der medialen Berichterstattung sichtbar werden? Werden auch Probleme, denen Frauen mit Migrationshintergrund begegnen, in den Blick genommen? Gibt es Bezüge zum Alltag der Frauen? Finden sich Migrantinnen, die als Vorbilder fungieren? Bieten diese Medienbilder den Migrantinnen selbst Identifikationspotenziale? Wird hier eine Gesellschaft sichtbar, der sie sich zugehörig fühlen können und wollen?

Die Konzentration auf die Analyse der Berichterstattung über Migrantinnen macht analytisch den Vergleich zu den Medienbildern von Männern mit Migrationshintergrund möglich. Die Forschung konstatiert hier seit langem kritisch, dass der männliche Migrant als krimineller Ausländer im Fokus der Medienberichterstattung steht (vgl. u. a. Ruhrmann 2007). Die Migrantin blieb dahinter bislang unsichtbar, in der vorliegenden Studie rückt sie in den Mittelpunkt. Zugleich fragen wir nach der Relevanz der Medienbilder für Migrantinnen und Nicht-Migrantinnen: Wie werden die Mediendiskurse wahrgenommen? Welche Bedeutung hat die Medienberichterstattung für das Selbst- und Fremdbild von Migrantinnen? Diese Fragen deuten darauf hin, dass es nicht nur für die Migrantinnen, sondern auch für die deutsche Mehrheitsgesellschaft von Bedeutung ist, was und wie Medien über Frauen mit Migrationshintergrund berichten.

Im Folgenden wird zunächst die gesellschaftspolitische Relevanz der Fragestellung in einen theoretischen Rahmen eingeordnet. Dem folgt der aktuelle Forschungsstand zum Thema ‚Migrantinnen in den Medien‘. Dabei wird zunächst das Feld ‚Migration und Medien‘ umrissen, um darin die geschlechterspezifische Forschung einordnen zu können. Das empirische Vorgehen der Studie ist zweigeteilt. Im zweiten Kapitel steht die Inhaltsanalyse im Mittelpunkt, die die Berichterstattung in fünf deutschen Tageszeitungen untersucht. Die Befunde werden detailliert

und mit Bezug auf bisherige Wissensbestände vorgestellt. Im dritten Kapitel rückt die Rezeption der Medienangebote ins Zentrum der Analyse. Wir fragen nach der individuellen und kollektiven Relevanz, die Medienbilder von Migrantinnen für das Publikum entwickeln. Den Abschluss dieser Studie bilden eine Zusammenfassung der Ergebnisse und deren Reflexion im Forschungskontext Migration und Medien sowie die Formulierung gesellschaftspolitischer Handlungsempfehlungen.

Der vorliegende Band ist das Ergebnis eines Forschungsprojektes, das vom Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen¹ in den Jahren 2008 und 2009 gefördert wurde. Unter Leitung von Margreth Lünenborg hat Annika Bach den Forschungsstand zu „Migrantinnen in den Medien“² erarbeitet und Katharina Fritsche hat anschließend die empirischen Teile der Studie durchgeführt.³

1.1 Doing gender – doing ethnicity: Geschlecht und Ethnizität im Mediendiskurs

In der Geschlechterforschung besteht Konsens darüber, dass die Zuordnung von Menschen zu einem Geschlecht nach bestimmten (vor allem körperlichen) Merkmalen ein zentraler Mechanismus sozialer Platzierung innerhalb der Gesellschaft ist (vgl. Knapp/Wetterer 2001; Becker/Schmidt 1987; vgl. auch Knapp 2001: 18). Weniger das biologische Geschlecht als vielmehr die sozial-kulturellen Geschlechterverhältnisse prägen und strukturieren unser Zusammenleben. Sie dienen dazu, Unterschiede festzuschreiben und Hierarchien aufzubauen. Geschlecht ist damit kein essentielles Merkmal eines Mannes oder einer Frau, sondern eine gesellschaftliche Zuweisung, die im täglichen Handeln hergestellt und bestätigt werden muss. Diese Geschlechterrolle wird sowohl von außen zugeschrieben als auch subjektiv gelebt und kann folglich als ein komplexes Konstrukt gelten, welches sich aus sozialen Praktiken, kulturellen Zuschreibungen und subjektivem Handeln konstituiert (vgl. Dorer/Geiger 2002: 49). Dorer und Geiger formulieren, dass „wir Geschlecht

¹ Jetzt Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter des Landes Nordrhein-Westfalen.

² Diese Studie wurde um einen internationalen Ausblick erweitert unter dem Titel „Migrantinnen in den Medien – Eine systematische Literaturanalyse“ vom MGFFI herausgegeben und ist als .pdf abrufbar unter <http://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/institut/journalistik/forschung/migrantinnen.html#teil1>; 28.11.2010.

³ Besonderer Dank gilt Tobias Rauscher, dem studentischen Mitarbeiter des Projekts. Außerdem haben Lisa Konrad, Anna Weinreich, Saskia Sell, Stefan „Sinni“ Flecke, Philipp Haaser und Fabio Correa den Forschungsprozess sowie die Fertigstellung dieses Bandes tatkräftig unterstützt.

vor allem *tun* und *ausüben*“ (ebd., Herv. i. O.). Damit wählen die Autorinnen eine Beschreibung, die in der englischsprachigen Literatur mit *doing gender* ausgedrückt wird. Dies wird von Klaus präzisiert: „In all unseren Lebensäußerungen greifen wir auf die Genderkategorie zurück, produzieren und reproduzieren sie, genau wie auch gesellschaftliche Institutionen auf dieser als natürlich und selbstverständlich angenommenen Grundlage funktionieren.“ (2002: 22) Hagemann-White betont mit *doing gender* besonders die Eingebundenheit des Geschlechts in das soziale Umfeld, wenn sie schreibt: Geschlechtsgebundenheit ist „ein interaktiver Vorgang, worin wir ganz unabdingbar auf die Mitwirkung unserer Gegenüber und so auf die mit ihnen geteilte unbewusste Alltags-theorie des Geschlechts in unserer Kultur angewiesen sind“ (1993: 70).

Die Praxis des *doing gender* ermöglicht im historischen und gesellschaftlichen Wandel, dass die Möglichkeiten und Grenzen, als Mann und als Frau zu leben, stets neu ausgehandelt werden. Legitime Entwürfe von Männlichkeit und Weiblichkeit werden nach Kultur, sozialem Milieu oder gesellschaftlichen Anforderungen immer wieder neu definiert und – maßgeblich durch Mediendiskurse – öffentlich verhandelt.

Das Konzept der Ethnizität (*ethnicity*), welches in US-amerikanischen Auseinandersetzungen zum Verstehen und Erklären gesellschaftlicher Unterschiede und Hierarchien qua ethnischer Herkunft entwickelt worden ist, wird ebenso konstruktivistisch gedacht (vgl. Knapp 2008: 144). Im Vergleich zur ‚Rasse‘, die – besonders im deutschen Sprachraum – als essentialistische Kategorie verstanden wird, fasst Ethnizität Dimensionen der Identitätskonstruktion (vgl. Knapp 2009: 225). Ähnlich wie beim Geschlecht wird auch hier vom *doing ethnicity* (vgl. Krüger-Potratz 2007: 452; Lutz 2008) gesprochen, womit sichtbar wird, dass auch ethnische Zugehörigkeit keine essenzielle Differenz markiert, sondern dass die historisch-politischen und kulturellen Lebensumstände eines Menschen seine ethnische Identität prägen. Ethnizität ist nicht naturgegeben und unveränderlich, vielmehr wird sie als „ein immer wieder neu verhandelbares (Zwischen)-Ergebnis von Prozessen der Fremd- und Selbstzuschreibung“ (Krüger-Potratz 2007: 452) gesehen. Der Begriff Ethnizität macht folglich die Situiertheit des Subjekts in einem politischen und kulturellen Rahmen stark, ohne sich an explizit nationalstaatliche Grenzen zu halten und betont (wie der Begriff Gender) die identitätsprägenden Komponenten. Lutz beschreibt die Kategorie außerdem als ein potentielles System der Rangordnung: „*Doing Ethnicity* ist als relationale Kategorie ebenfalls hierarchisch strukturiert und habitualisiert.“ (2008: 40, Herv. i. O.) In dieser Theoretisierung werden die Kategorien Gender und Ethnizität in ihrer identitätsstiftenden Konstruktion miteinander vergleichbar: Gender bezieht sich auf die soziokulturellen Deutungen von Geschlecht, Ethnizität bezeichnet Sinngebungen, die aus einem kulturellen, sprachlichen und historischen

Rahmen erwachsen können. Beide sind subjektabhängige Wirklichkeitskonstruktionen, die sich in einem spezifischen Kontext entfalten und wirksam werden. Da es sich um fluide Kategorien handelt, bietet ihre Interpretation immer auch Anlass für Konflikt (vgl. ebd.). Sie beschreiben Dimensionen des individuellen wie kollektiven Handelns, mit denen Zugehörigkeit und/oder Ausgeschlossenheit einhergehen. Ethnizität dient damit ebenso wie Geschlecht in der deutschen Gesellschaft als sozialer Platzanweiser, mit dem hierarchischer Status und symbolische wie materielle Ressourcen verbunden sind.

Wir gehen in der Analyse der medialen Repräsentation von Migrantinnen deshalb davon aus, dass die Konstruktion von Geschlecht und Ethnizität gleichermaßen kulturell basiert ist. Geschlecht und Ethnizität prägen unser Tun aktiv und passiv, indem Abgrenzung oder Einschluss entlang dieser Kategorien vorgenommen werden. Migrantinnen und Migranten werden oft aufgrund ihres Namens, ihres Aussehens, ihrer Religion, ihrer Kultur oder ihrer Sprache als anders gekennzeichnet, was nicht an den Besitz einer bestimmten Staatsbürgerschaft gebunden ist. Dies geschieht aus einer weißen Position der Norm heraus. Bezeichnet wird das Fremde, Andere in Abgrenzung zum Eigenen der Mehrheitsgesellschaft (vgl. Lorey 2006: 62f.). Geschlecht wie Ethnizität sind Dimensionen gesellschaftlicher Zuordnung, mit denen stets hierarchische Strukturierung und damit auch Formen von Unterdrückung verbunden sind. Beide haben eine zentrale Bedeutung im Rahmen individueller wie kollektiver Identitätsbildung. Menschen werden als weiße Frau, als orientalischer Mann, als türkisches Mädchen oder als afrikanischer Junge gesehen. Auf diese Beschreibungen und deren implizite Wertungen und Positionierungen wird immer wieder zurückgegriffen – sie werden bestätigt, zurückgewiesen oder neu interpretiert. Die weiße und männliche Norm bleibt dabei jedoch oft unmarkiert und ungenannt, das Andere wird hervorgehoben und zur Beschreibung von Personen oder Gruppen verwendet. Bei der Analyse von Geschlecht geht es um die Einschreibungen von Weiblichkeit und Männlichkeit in Mediendarstellungen. Die Analyse von Ethnizität umfasst die Auseinandersetzung mit dem Eigenen ebenso wie mit dem Fremden. Nur in der Analyse der eingeschriebenen Formen von Normalität lassen sich Markierungen des Anderen erkennen. Die hier vorliegende Analyse der medialen Repräsentation von Migrantinnen identifiziert Formen der Besonderung – als Frau und als Fremde. Diese Markierungen lassen zugleich Bilder des ‚Normalen‘, Unmarkierten entstehen. Medien entwerfen damit Bilder des Deutschseins durch die Repräsentation des Fremden.

Für die empirische Analyse greifen wir auf den Begriff Migrationshintergrund zurück, der sich an die Definition des Statistischen Bundesamtes anlehnt. Im Jahr 2009 verzeichnet das Bundesamt 15,7 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund in der BRD, was einem Anteil

von 19,2 % an der Gesamtbevölkerung entspricht.⁴ Davon sind etwas weniger als die Hälfte – gut 7,8 Millionen – Frauen mit Migrationshintergrund (vgl. Statistisches Bundesamt 2010: 36). Diese Zuweisung ist nicht unmittelbar an einen Passbesitz gebunden und bezeichnet mehr als nationalstaatliche Zugehörigkeit oder Ausgeschlossenheit. Zu den Menschen mit Migrationshintergrund zählen „alle nach 1949 auf das heutige Gebiet der Bundesrepublik Deutschland Zugewanderten, sowie alle in Deutschland geborenen Ausländer und alle in Deutschland als Deutsche Geborenen mit zumindest einem zugewanderten oder als Ausländer in Deutschland geborenen Elternteil“ (ebd.: 6). Es wird folglich davon ausgegangen, es entstehe durch eine solche Migration ein zusätzlicher Erfahrungshorizont, der auch an spätere Generationen weitergegeben würde. Wir benutzen damit einen Begriff, der sich inzwischen auch in die öffentlichen Diskussionen eingeschrieben hat. An den zuvor benutzten Bezeichnungen Gastarbeiter, Ausländerin oder Migrant kann ein sprachlicher Wandel nachvollzogen werden, zu Grunde liegende Stereotype sind damit jedoch keineswegs aus der Welt geschafft. Im medialen wie alltagssprachlichen Diskurs werden die amerikanische Professorin, die dänische Künstlerin und die polnische Spitzensportlerin kaum als Migrantinnen bezeichnet. Die türkische Mutter dagegen gilt im öffentlichen Diskurs als ihr Prototyp. Die Markierung als Migrantin verweist somit auf mehr als ethnische Differenz. Sie macht sichtbar, dass hier Geschlecht, Ethnizität und Klasse bzw. soziale Schicht sowie die Religionszugehörigkeit miteinander verwoben werden. Migration als gesellschaftliches Problemfeld wird dadurch auf ein spezifisches soziales Milieu reduziert.

Der Begriff der Intersektionalität hat in der Soziologie – hier insbesondere vertreten durch Klinger und Knapp (2005) – an Relevanz und Popularität gewonnen. Ursprünglich in der US-amerikanischen Debatte geprägt, bezeichnet Intersektionalität die Verwobenheit und das Zusammenwirken verschiedener Differenzkategorien sowie unterschiedlicher Dimensionen sozialer Ungleichheit und Herrschaft (vgl. Winker/Degele 2009). Es geht also um eine Analyse der Regeln, nach denen Hierarchie hergestellt wird. Wie wirken Geschlecht, Ethnizität und die dritte in diesem Feld relevante Kategorie ‚Klasse‘ bzw. soziale Herkunft als „Achsen der Differenz“ (vgl. Klinger/Knapp 2005) zusammen und legitimieren damit in der Gesellschaft ‚oben und unten‘ bzw. ‚drinnen und draußen‘? Das Konzept der Intersektionalität ist das „umfassende Programm einer integralen Analyse von Achsen strukturierter Ungleichheit und kultureller Differenz“ (Knapp 2008: 146).

⁴ Diese Zahl wurde mit den Angaben zum „Migrationshintergrund im engeren Sinne“ (Statistisches Bundesamt 2010: 377f.) errechnet. Die Gesamtbevölkerung wird für das Jahr 2009 mit 81,9 Mio. angegeben (vgl. ebd.: 32).

Eine Übertragung dieses soziologischen Konzepts auf das Feld der Kommunikationswissenschaft erscheint ertragreich und erforderlich, um das Fortbestehen sozialer und kultureller Segregation zu verstehen. Ethnizität und Geschlecht als soziale und kulturelle Konstruktionen werden maßgeblich durch Mediendiskurse geschaffen, verhandelt und fortgeschrieben. Durch diese öffentlichen Zuschreibungen wird sozialer Status hergestellt, werden Zugehörigkeit und Ausgeschlossenheit bestimmt. Klinger und Knapp (2005) fragen in der Diskussion zur Intersektionalität nach den Regeln, mit denen Hierarchie sowie soziale Inklusion oder Exklusion hergestellt werden. Daraus entstehen auch für die Kommunikationswissenschaft relevante Fragen: Welche Rolle spielen Migrantinnen in den Medieninhalten? Wie wird die Gruppe der in Deutschland lebenden Frauen mit Migrationshintergrund in ihrer Unterschiedlichkeit medial repräsentiert? Welche dominanten Bilder werden von dieser Gruppe medial konstruiert?

Die gesellschaftliche Bedeutung der medialen Repräsentation von Migrantinnen lässt sich mit dem von Klaus und Lünenborg (2004a) entwickelten Konzept von *cultural citizenship* beschreiben. *Cultural citizenship* benennt eine wesentliche Dimension von Staatsbürgerschaft in der Mediengesellschaft und verweist auf Medien als kulturelle Ressource, an der alle Gesellschaftsmitglieder teilhaben sollten. Medien werden als Motor und Akteur der Herstellung von Identität begriffen. Dabei umfasst eine solche Identitätsbildung sowohl individuelle, wie gruppenbezogene und gesellschaftliche Dimensionen. Mit und durch Medien werden somit maßgeblich Teilhabe an und Zugehörigkeit zur Gesellschaft hergestellt und verhandelt. In diesem Prozess spielt der Journalismus eine besonders wichtige Rolle, denn er liefert „in seiner Gesamtheit der zur Verfügung gestellten Interpretationsangebote [...] die zentrale Deutungsinstanz der modernen Gesellschaft“ (Lünenborg 2005a: 68). Punktiert formuliert: „Journalismus ist die populäre Instanz zur Beschreibung und Erklärung der Welt“ (ebd., Herv. i. O.). Journalistische Beiträge liefern spezifische Konstruktionen sozialer Wirklichkeit. Durch ihre Auswahl-, Repräsentations- und Darstellungsmuster erschaffen Nachrichten, Berichte, Kommentare oder Interviews spezifische Ausschnitte und Interpretationen gesellschaftlicher Wirklichkeit. Mit Blick auf die Berichterstattung über Migrantinnen heißt das, Journalismus produziert spezifische Images und Bilder von Frauen mit Migrationshintergrund in Deutschland – und lässt andere unberücksichtigt. Diese Bilder, Texte und Töne stellen das Ausgangsmaterial für spezifische Deutungen und Interpretationen dar, die vom Publikum vorgenommen werden. Selbst- und Fremdbilder, die Menschen von sich und voneinander entwerfen, werden auch medial hergestellt. Folglich ist die Art und Weise, in der Migrantinnen zum Gegenstand von Medienberichterstattung werden oder aber unsichtbar bleiben, ein wesentlicher Baustein des Bildes, das

Migrantinnen von sich selbst entwerfen und das die Mehrheitsgesellschaft von ihnen entwirft (vgl. Klaus/Lünenborg 2004a, 2004b, 2005).

Auch Wischermann und Thomas (2008: 10) verweisen auf die Bedeutung von Massenmedien bei der Herstellung von gesellschaftlicher Exklusion und Inklusion und fragen besonders nach dem ‚Wie?‘ der Gestaltung von Ungleichheit. Die Autorinnen fordern eine Diskussion über die Verzerrungen, Unterschlagungen und die Widersprüche in der medialen Herstellung gesellschaftlicher Diversität, um daraus Konsequenzen für medienpolitisches Handeln abzuleiten. Die Frage nach dem Verhältnis von Diversität in der Gesellschaft und in der medialen Darstellung rücken Wischermann und Thomas in das Zentrum des Interesses. Damit kann zunächst die angemessene Sichtbarkeit von Migrantinnen in deutschen Medien als ein Qualitätskriterium herausgearbeitet werden. Ähnlich argumentiert Morley (2001: 29): „Wenn nationale Medien jene Öffentlichkeit sind, die in der Vermittlung des Nationalstaates für ein allgemeines Publikum am zentralsten ist, so ist alles, was von diesen Medien ausgeschlossen ist, auch von der symbolischen Kultur der Nation ausgeschlossen. Wenn die Kultur in diesem öffentlichen Raum (also auch in der Nation) durch eine (weitgehend nicht markierte und deklarierte) Form von Ethnizität ‚rassenspezifisch‘ geprägt ist, dann kann sich hier nur ein Teil der Bürger der Nation willkommen und heimisch fühlen.“ Auch hier wird an die Forderung angeknüpft, dass das durch die Medien verfügbar gemachte symbolische Kapital allen Teilgruppen der Gesellschaft und damit auch Migrantinnen und Migranten zur Verfügung stehen muss (vgl. auch Hipfl 2004: 23f.).

In diesem Sinne haben Medientexte und -diskurse die Aufgabe, die gesellschaftspolitischen Veränderungen einer globalisierten Welt in ihren Blick zu nehmen und sowohl die Wanderungsbewegungen über Staatengrenzen hinweg zu verdeutlichen als auch kulturelle Wandlungsprozesse innerhalb nationalstaatlicher Grenzen. Die Dimensionen des Wandels von Gesellschaft durch Migration muss auch der Mehrheitsgesellschaft eines Nationalstaates medial vermittelt werden.

Die Diskussion um die mediale Sichtbarkeit von vielfältigen sozialen Gruppen dreht sich jedoch nicht ausschließlich um die proportionale Verteilung von Sendezeit, Zeilen oder Abbildungen, woraus dann unmittelbar eine machtvollere Rolle jener Gruppe in der Gesellschaft abgeleitet werden könnte. Mediale Repräsentation liefert kein Abbild gesellschaftlicher Realität. Es geht vielmehr um die „Bedingungen und Modi der Sichtbarkeit“ (Schaffer 2008a: 233). Die Konditionen der ästhetischen, formalen und inhaltlichen Darstellung müssen hier expliziter Bestandteil der Argumentation sein. Schaffer formuliert die Notwendigkeit, besonders die Ästhetik der Darstellung von Migrantinnen zu berücksichtigen, wenn von ihrer Sichtbarkeit in den Medien als politischer

Dimension die Rede ist und sowohl bild- als auch textanalytische Instrumente in die Analyse mit einzubeziehen (vgl. Schaffer 2008a, 2008b).

Mit und durch Medien werden Teilhabe an und Zugehörigkeit zur Gesellschaft hergestellt – als Frau, als Kreuzbergerin oder Köln-Ostheimerin, als Deutsch-Türkin. Die zentrale Frage dieser Studie lautet, ob und wie die Gruppe der in Deutschland lebenden Frauen mit Migrationshintergrund in ihrer Vielfalt und Unterschiedlichkeit medial repräsentiert wird. Diese Form der medialen Repräsentation hat Folgen für ihre Positionierung innerhalb (oder am Rande) der Gesellschaft – symbolisch, aber darauf aufbauend stets mit realen Konsequenzen.

1.2 Migration und Medien: Ein wachsendes Forschungsfeld

Der Themenkomplex Migration und Medien hat in der deutschen Medien- und Kommunikationswissenschaft seit den 1990er Jahren Konjunktur. Bereits ein Blick auf die von dem Forschungsprojekt „Mediale Integration von ethnischen Minderheiten“ (Müller 2005d)⁵ erstellte umfassende Bibliografie der deutschen Forschungsliteratur (mit Ausblicken auf die nordamerikanische Forschung) zeigt ein in den letzten Jahren gestiegenes Interesse. Hier finden sich 1966 erste Untersuchungen zum damals noch ‚Gastarbeiter und Medien‘ genannten Themenkomplex. Dann bleibt das Thema jedoch in den folgenden 30 Jahren wenig beachtet von der deutschen Wissenschaft und erfährt erst im Jahr 1993 wieder Berücksichtigung, wie am sprunghaften Anstieg der Publikationen in diesem Jahr sichtbar wird. Die Forschungsaktivitäten verstärken sich ab der Mitte der 1990er Jahre bei durchschnittlich 50 Veröffentlichungen pro Jahr. Im Jahr 2002 listet die Bibliografie sogar 105 wissenschaftliche Arbeiten im Themenfeld Migration und Medien auf.⁶ Entsprechend des inhaltlichen und sprachlichen Vorgehens in den zitierten Studien verwenden wir in diesem Kapitel vor allem die männliche Form. Die Strukturkategorie Gender ist hier nicht Teil des Forschungsinteresses.⁷

5 Das Forschungsprojekt wurde von Rainer Geißler (Siegen) und Horst Pöttker (Dortmund) geleitet und war Teil des Sonderforschungsbereichs „Medienumbrüche“ der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG an der Universität Siegen.

6 Die Bibliografie ist auch online verfügbar unter <http://www.integration-und-medien.de/bibliographien/deutschland.php>; 28.11.2010.

7 Eine geschlechterbewusste Sprache, das heißt Formulierungen wie „AusländerInnen“ oder „Kurd(inn)en“, steht nicht automatisch für eine geschlechterbewusste Forschung. Oft handelt es sich dabei lediglich um die Formulierung einer Überschrift, die sich jedoch nicht in der konsequenten Berücksichtigung der Kategorien Gender und Ethnizität niederschlägt (so geschehen z.B. bei Weimer/Galliker 2004; Butterwege/Hentges 2004; auch bei Bobber et al. 1996).